

Edisi 25 | November 2014

InsideTax

MEDIA TREN PERPAJAKAN

MENGENAL E-COMMERCE DAN PAJAKNYA

Tips Jitu
Jadi "Wajib
Pajak Taat"
ala Cak
Lontong

Menguber Pajak "Taxi Uber"

Sistem
Pembayaran
Pajak Secara
Elektronik
(Billing
System)

Catatan
Manis di
Lisbon



Dirjen Pajak Hasil Lelang,
Jangan Dibebani Target
Tinggi

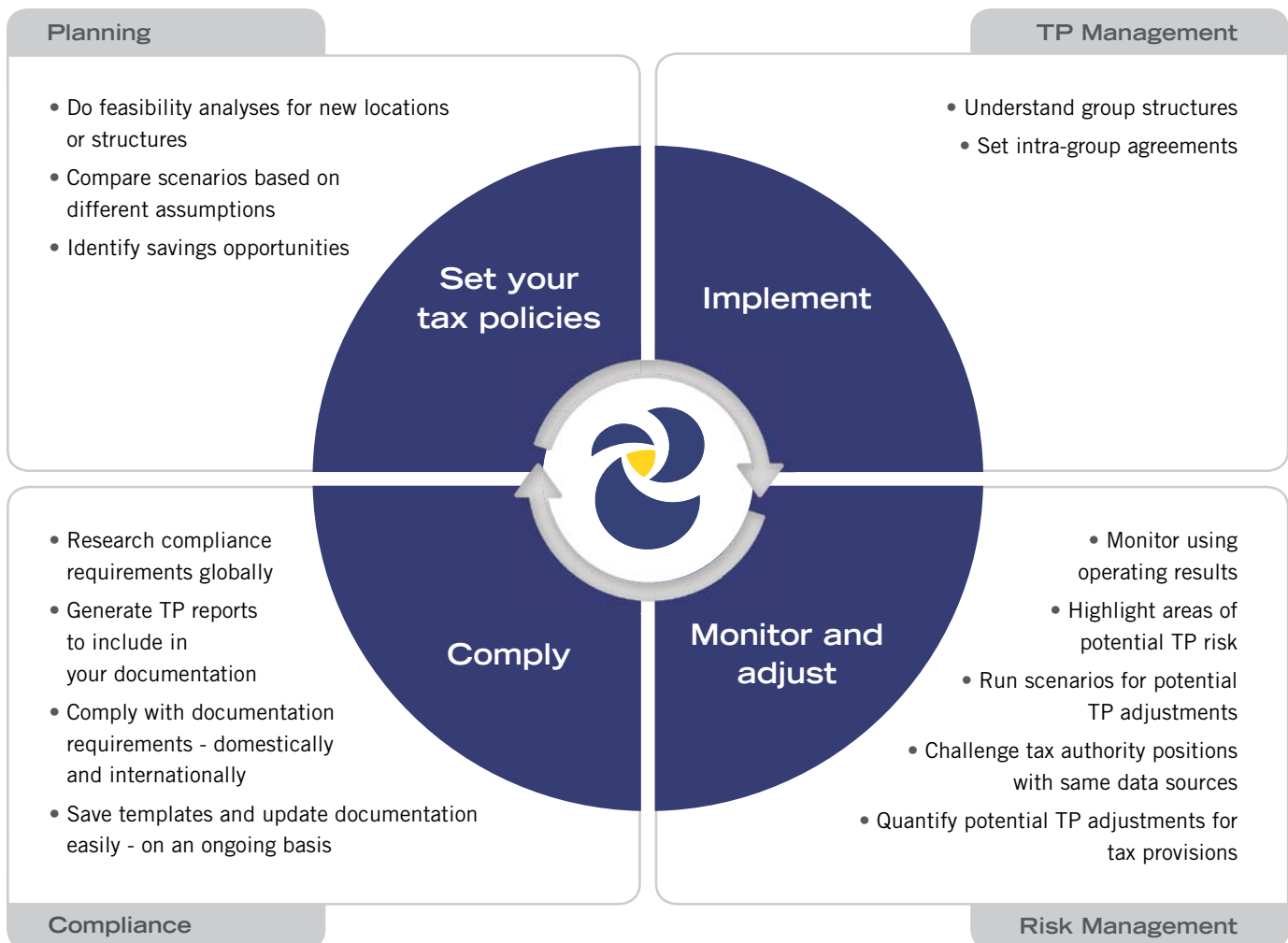
Adu "Pintar Pajak" di
Kota Apel

ISSN: 1978-5836



Empowering Transfer Pricing Analysis

A data and process driven tax analysis tool that helps you with compliance, risk management and planning. TP Catalyst is used by tax authorities globally – benefit from using the same tool.



Key datasets / tools

- Industry research
- Comprehensive company information
- Corporate structures
- IBFD global library of TP legislation
- Lending margin data for intra-group finance
- Credit risk model for intra-group finance
- Royalty rate information for intra-group licensing of intangibles



- 4 Inside**GREETINGS**
- 21 Inside**EVENT**
Vokasi Pajak UI Siap Menyongsong Hadirnya MEA 2015
- 22 Inside**PROFILE**
Bayar Pajak, Syarat Perusahaan untuk Berkembang
- 26 Inside**EVENT**
Adu "Pintar Pajak" di Kota Apel
- 33 Inside**REGULATION**
Sistem Pembayaran Pajak Secara Elektronik (Billing System)
- 36 Tax**ENLIGHTENMENT**
- 38 Newsflash**DOMESTIC**
- 40 Newsflash**INTERNATIONAL**
- 42 Inside**REVIEW**
Menguber Pajak "Taksi UBER"
- 46 Inside**COURT**
Royalti versus Business Profits
- 50 Inside**EVENT**
Workshop: Strategies to Defense Transfer Pricing Disputes
- 52 Inside**REVIEW**
Interest Rate Benchmarking dalam Transaksi Pinjaman dari Pihak Afiliasi
- 57 Inside**SOLUTION**
- 60 Inside**LIBRARY**
- 61 Tax**TRAVELING**
Catatan Manis Studi Transfer Pricing di Lisbon
- 67 Inside**INTERMEZZO**
- 70 Sayembara**CERPEN**

6

Inside**HEADLINE**

Pajak Dunia Bisnis Digital



16

Inside**PROFILE**

Pajak E-Commerce, Antara Hambatan dan Tantangan



30

Inside**OPINION**

Dirjen Pajak Hasil Lelang, Jangan Dibebani Target Tinggi



65

Inside**CELEBRITY**

Tips Jitu Jadi "Wajib Pajak Taat" Ala Cak Lontong



PEMIMPIN UMUM

Darussalam

WAKIL PEMIMPIN UMUM

Danny Septriadi

KOORDINATOR PELAKSANA

B. Bawono Kristiaji

PEMIMPIN REDAKSI

Toni Febriyanto

REDAKSI

Awwaliatul Mukarromah
Deborah
Dienda Khairani
Gallantino F.
Ganda C. Tobing
Indah Kurnia
R. Herjuno Wahyu Aji
Romy Afandi
Untoro Sejati

DESAIN

Gallantino F.
Tati Pertiwi

ILUSTRATOR

Robet

KEUANGAN

Dewi Permatasari

MARKETING

Eny Marlina

REKENING BANK

BCA KCP Ruko Artha Gading
A/C: 8400031020
A/N: PT Dimensi Internasional Tax

ALAMAT REDAKSI

Menara Satu Sentra Kelapa Gading
Lantai 6 (Unit #0601 - #0602)
Jl. Bulevar Kelapa Gading LA3 No. 1
Summarecon, Kelapa Gading,
Jakarta Utara, Indonesia 14240
Telp : +6221 2938 5758
Fax : +6221 2938 5759
Email : insidetax@dannydarussalam.com
Website : dannydarussalam.com/insidetax

Komunitas Pajak yang terhormat,

Di penghujung tahun 2014 ini, InsideTax kembali hadir untuk menemani hari-hari Anda. Kami selaku tim redaksi mengucapkan rasa terima kasih kepada para pembaca sekalian yang masih setia menyimak rubrik-rubrik yang disajikan dalam InsideTax. Pada edisi ke-25 untuk bulan November ini, redaksi InsideTax mengangkat isu mengenai aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce* (*electronic commerce*).

Dunia bisnis masa kini semakin berkembang dengan cepat, apalagi sejak munculnya internet sebagai sarana untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi. *E-commerce* kini menjadi sangat populer dan menjadi cara baru bagi masyarakat untuk melakukan bisnis. Sebagai suatu bentuk bisnis yang tidak seperti transaksi bisnis pada umumnya, dari sisi perpajakan, *e-commerce* masih menjadi suatu jenis usaha yang sulit untuk dipajaki. Pasalnya, sampai saat ini belum ada ketentuan secara internasional mengenai pemajakan atas *e-commerce*.

Di Indonesia sendiri baru terdapat aturan yang sifatnya hanya memberi penegasan bahwa kewajiban perpajakan atas kegiatan *e-commerce* sama dengan kegiatan jual beli pada umumnya. Ketiadaan aturan pajak atas *e-commerce* memang didasari oleh sulitnya otoritas pajak dalam mendeteksi transaksi bisnis yang dilakukan oleh pelaku *e-commerce*, apalagi jika sudah berkaitan dengan negara lain. Dalam draf BEPS *Action Plan 1* yang dicetuskan oleh OECD tentang *digital economy* juga sekilas membahas pajak atas *e-commerce*. Berangkat dari permasalahan tersebut, redaksi tertarik untuk membahas aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce* secara lebih mendalam yang dapat disimak pada rubrik **InsideHEADLINE**.

Rubrik **InsidePROFILE** juga tidak kalah menariknya, liputan wawancara yaitu berjudul “Pajak atas Transaksi E-Commerce: Antara Hambatan dan Tantangan” (Nufansa Wira Sakti, *Chief Change Management Officer 1*, CTO-Kemenkeu) dan “Bayar Pajak, Syarat Perusahaan untuk Berkembang” (Hari Sungkari, *co-founder* PT Mitra Mandiri Informatika) semakin memberikan wawasan mengenai perkembangan *e-commerce* dan aspek pajaknya di Indonesia. Tak ketinggalan, **InsideREVIEW** yang berjudul “Menguber Pajak Taksi Uber” semakin menambah keseruan edisi November ini.

Redaksi juga menyajikan rubrik **InsideCOURT** yang berjudul “Royalti versus *Business Profit*” dan **InsideREGULATION** yang berjudul “Sistem Pembayaran Pajak Secara Elektronik (*Billing System*)” dengan disertai infografis mengenai mekanisme *Billing System*. Selain itu, masih banyak lagi rubrik menarik lainnya yang sayang sekali bila Anda lewatkan.

Sebagai penutup, Redaksi berharap kepada para pembaca InsideTax untuk tetap semangat dan turut berpartisipasi aktif dalam membenahi dan membangun perpajakan Indonesia yang tercinta ini. Salah satu caranya dengan mengirimkan buah pemikiran berupa ide, opini, atau gagasan dalam bentuk tulisan kepada redaksi InsideTax. Akhir kata, selamat menikmati waktu yang tersisa di penghujung tahun 2014.



Toni Febriyanto

Diterbitkan oleh:



DANNY DARUSSALAM
Tax Center
(PT Dimensi Internasional Tax)



INFORMASI KERJASAMA DAN PEMASANGAN IKLAN

Untuk kerjasama dan pemasangan iklan, Anda dapat menghubungi:
Dienda atau **Eny**, 021 2938 5758 atau 021 2938 5759 (fax) atau dengan mengirimkan e-mail ke:
marketing.insidetax@dannydarussalam.com

InsideTax terbit bulanan. Wartawan dan staf Majalah InsideTax selalu dibekali tanda pengenal dan tidak diperkenankan menerima atau meminta imbalan dari narasumber.

Menara Satu Sentra Kelapa Gading, Lantai 6 (Unit #O601 - #O602)
Jl. Bulevar Kelapa Gading LA3 No. 1, Summarecon, Kelapa Gading, Jakarta Utara, 14240, Indonesia



Pajak Dunia Bisnis Digital

“Beberapa area yang menjadi fokus dalam pemajakan atas ekonomi digital ini di antaranya adalah perluasan definisi Bentuk Usaha Tetap, atribusi nilai dari produk digital dalam menentukan alokasi laba dari setiap fungsi antar dua negara tempat transaksi lintas batas atas barang dan jasa digital, dan karakteristik penghasilan dari transaksi tersebut.”



GANDA C. TOBING



GALLANTINO F.

Ganda C. Tobing adalah *Senior Manager, International Tax Services* dan Gallantino F. adalah *Researcher, Tax Research and Training Services* di DANNY DARUSSALAM Tax Center.

Pendahuluan

Revolusi digital telah mengambil tempat dalam perekonomian global. Kini, revolusi digital bertransformasi ke seluruh sektor dalam perekonomian melalui perusahaan-perusahaan global yang melayani kebutuhan jutaan pengguna di seluruh dunia. Ekonomi digital merupakan hasil dari proses perubahan yang dilakukan melalui teknologi informasi dan komunikasi.¹

Misalnya, perusahaan retail menyediakan layanan bagi pelanggan yang memesan suatu barang atau jasa secara *online*; perusahaan di sektor logistik dapat memantau kendaraan dan kargo dari usahanya di seluruh belahan dunia; perusahaan jasa keuangan menyediakan layanan bagi pelanggannya untuk melakukan transaksi dan mengakses produk keuangan secara *online*; di sektor pendidikan, penyedia jasa pendidikan menawarkan kursus secara *online*; dan sektor *broadcast* dan industri media memperluas usahanya melalui penyediaan jasa konten digital dan *social networking*.

Transformasi itu didukung oleh inovasi model bisnis, keandalan produk teknologi digital yang mereka tawarkan, berlimpahnya akses pembiayaan yang dibutuhkan, perbaikan yang dilakukan secara terus menerus dalam desain dan aplikasi teknologi digital, hubungan baik dengan para pengguna,

dan pengolahan data yang diperoleh dari pengguna. Melalui perusahaan-perusahaan tersebut, ekonomi digital berkembang dan memberikan nilai tambah bagi perekonomian di suatu negara.²

Bertumbuhnya ekonomi digital menghadirkan tantangan tersendiri bagi perpajakan internasional. Karakter dari ekonomi digital yang mengandalkan aset tidak berwujud, penggunaan data personal secara masif, dan tantangan dalam menentukan yurisdiksi tempat nilai tambah diciptakan menimbulkan pertanyaan fundamental tentang bagaimana perusahaan-perusahaan pada ekonomi digital menghasilkan laba, bagaimana hubungan antara ekonomi digital dengan konsep negara sumber dan negara domisili, serta karakteristik penghasilan untuk tujuan perpajakan.³

Tidak hanya itu, perdagangan barang dan jasa dalam ekonomi digital menjadi tantangan bagi efektivitas pemungutan Pajak Pertambahan Nilai, terutama ketika barang dan jasa tersebut dibeli oleh konsumen individu dari penyedia barang dan jasa yang berdomisili di negara lain.

Tulisan ini akan membahas pemajakan dalam ekonomi digital dengan terlebih dahulu melihat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta model bisnis baru yang diaplikasikan dalam ekonomi digital. Pembahasan dilanjutkan dengan isu

kerangka perpajakan internasional yang menjadi tantangan dalam pemajakan dalam ekonomi digital. Tulisan ini akan ditutup dengan opsi atas alternatif perubahan kebijakan pemajakan pada ekonomi digital.

TIK dan Model Bisnis

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan gabungan antara konsep teknologi informasi dengan konsep teknologi komunikasi. TIK dapat diartikan sebagai suatu kegiatan pengolahan dan penyebaran informasi dengan menggunakan teknologi komputasi elektronik agar menjadi suatu informasi yang efektif dan komunikatif untuk disampaikan kepada pihak yang membutuhkannya atau yang berkepentingan. Sederhananya, TIK adalah seluruh kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan, pemindahan informasi antar-media komunikasi.⁴

Kekuatan teknologi berhasil mengubah bagaimana manusia menjalankan hidup kesehariannya, kadang kala dengan kecepatan yang amat menakjubkan.⁵ Kemajuan teknologi menjadi kekuatan pendorong di balik pertumbuhan ekonomi, partisipasi warga negara, dan penciptaan lapangan kerja. Teknologi dapat membentuk ulang aspek-aspek ekonomi, pemerintahan, dan masyarakat dunia.⁶

Bagaimana teknologi dapat memengaruhi ekonomi? Untuk melihat hal tersebut kita perlu melihatnya pada awal revolusi industri sekitar 200 tahun lalu. Ekonomi dunia telah berada di grafik pertumbuhan yang signifikan akibat didorong serangkaian kemajuan teknologi (Lihat Gambar 1).

Semenjak revolusi industri, pertumbuhan ekonomi dunia telah dipengaruhi oleh inovasi. Mulai dari mesin uap, sampai ditemukannya listrik, telepon, mobil, pesawat,

1 OECD, "Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy", OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, OECD Publishing, (2014)

2 Pierre Collin dan Nicolas Colin, "Task Force on Taxation of the Digital Economy", (January, 2013)

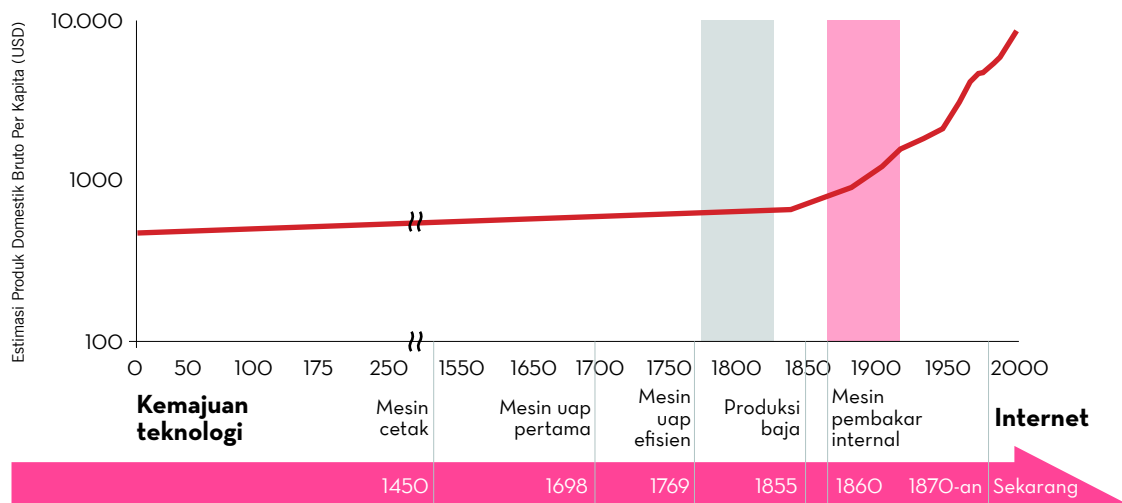
3 OECD, "Action Plan on Base Erosion and Profit Shifting", OECD Publishing, (2013), 10

4 Seafield Research and Development Services. (2012). *Information and Communication Technology in Poverty Reduction Dictionary*. Lihat <http://www.srds.co.uk/mdg/dictionary.htm>

5 Manika J. et al. (2013), *Disruptive technologies: Advances that will transform life, business and the global economy*, McKinsey Global Institute.

6 World Bank. (2014) *Information & Communication Technologies Overview*. Lihat <http://www.worldbank.org/en/topic/ict/overview>

Gambar 1 - Dampak Kemajuan Teknologi pada Pertumbuhan Ekonomi



Sumber: Angus Maddison, "Statistics on world population, GDP and per capita GDP, 1-2008 AD," the Maddison Project database; McKinsey Global Institute analysis

komputer, dan internet. Tiap inovasi dari teknologi telah membawa dampak positif bagi produktivitas dan pertumbuhan ekonomi. Contoh, pada tahun 1850 – 1900, sebuah inovasi dalam industri pengolahan logam berhasil menggandakan PDB per kapita dunia.⁷ Pada masa tersebut, teknik pengolahan baja yang diperkenalkan oleh penemunya memungkinkan baja untuk diproduksi secara cepat, besar-besaran, dan tidak memakan biaya tinggi.

Banyak industri telah mengadopsi teknologi untuk menaikkan produktivitas, memperluas pasar, dan mengurangi biaya operasional di dalam suatu usaha.⁸ Internet, salah satu inovasi dari TIK menjadi basis model bisnis baru dalam era terkini. Internet membuat dunia menjadi tanpa batas, siapapun dapat terhubung kemanapun.

Internet memperkenalkan cara baru berkomunikasi, mempermudah suatu informasi dikelola, bahkan menata ulang rantai bisnis. Adopsi ini dilakukan terhadap model bisnis yang diterapkan oleh perusahaan multinasional, sektor usaha kecil menengah (UKM), dan baru akan berbisnis (*start-ups*). Industri mulai memasuki sebuah dunia baru yang diciptakan oleh internet, dunia digital.

Kehadiran internet sebagai produk digital menjadi wadah sebuah perubahan dari model bisnis yang tradisional menjadi sebuah model bisnis baru yang mutakhir. Sebagai contoh, suatu industri yang mengadaptasi model bisnis tradisional pada awalnya menjual barang berwujud, dengan kedatangan dunia digital, barang tersebut diubah bentuknya menjadi barang tidak berwujud. Penjualan barang yang tadinya harus diproduksi dengan memperhitungkan biaya pembelian bahan baku atau memikirkan harga sewa gudang, menimbulkan model bisnis baru. Dengan penjualan *online*, secara fisik tidak lagi dibutuhkan gudang (tempat penyimpanan) barang tidak berwujud tadi.

Dapat dibayangkan, bagaimana kemunculan model bisnis baru dalam era ekonomi digital saat ini, yang fungsinya mungkin dapat saling melengkapi atau saling tumpang tindih. Keragaman model bisnis dalam era ekonomi digital saat ini dapat digambarkan dari bagaimana suatu industri menghasilkan pendapatan (Lihat Tabel 1).

Terdapat beberapa karakteristik dari ekonomi digital yang mungkin saja relevan dari perspektif pajak. Berikut ini adalah beberapa karakteristik dari ekonomi digital tersebut:

1. Mobilitas aset tidak berwujud. Dalam ekonomi digital, investasi dan pengembangan aset tidak berwujud merupakan kontributor utama dalam penciptaan nilai

tambah dan perkembangan bisnis perusahaan. Dengan mobilitas aset tidak berwujud, suatu perusahaan dapat mentransfer hak penggunaan aset tidak berwujud tersebut kepada perusahaan afiliasinya, sehingga pemilik legal aset tidak berwujud akan terpisah dengan aktivitas yang dihasilkan dari pengembangan aset tersebut.

2. Mobilitas fungsi bisnis. Perusahaan memiliki fleksibilitas dalam menentukan lokasi beroperasi atau sumber daya lainnya yang berdampak pada tersebarnya fungsi dan aset perusahaan tersebut di berbagai Negara.
3. Sangat mengandalkan data. Dalam ekonomi digital, pengumpulan data mengenai *supplier*, konsumen, dan operasi dapat menambah produktivitas usaha. Data tersebut memiliki nilai tambah tersendiri ketika diolah atau digunakan untuk analisis sebuah produk.

Kerangka Perpajakan Internasional Saat Ini

Isu pemajakan pada ekonomi digital bukanlah isu yang baru. Pada pertengahan tahun 1990-an, akademisi, praktisi, dan organisasi internasional di bidang perpajakan telah mewacanakan tantangan yang berasal dari perdagangan global melalui media elektronik (*e-commerce*).⁹ Isu-isu yang

⁷ Manika J. et al. (2013), *Disruptive technologies: Advances that will transform life, business and the global economy*, McKinsey Global Institute.
⁸ OECD (2014), *Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy*, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, OECD Publishing.

⁹ Arthur Cockfield, "BEPS and Global Digital Taxation", *Tax Notes International*, (September 2014): 934; Lihat diantaranya Reuven Avi Yonah, "International Taxation of Electronic Commerce", *Tax Law Review*, (1997);

Tabel 1 - Diversity of Revenues

| Revenue Models | Penjelasan |
|---|--|
| Advertising-based revenues | Penyediaan konten digital dalam bentuk <i>space</i> (ruang) iklan berbayar di sebuah <i>website</i> atau platform (aplikasi) yang dapat diakses melalui internet. Selain itu, iklan berbayar juga disediakan oleh platform media sosial. |
| Digital content purchases or rentals | Penyedia konten digital mendapatkan pendapatan dari konsumen yang membayar untuk setiap <i>item</i> yang diunduh melalui internet secara langsung. Penjualan dan penyewaan <i>e-books</i> , video klip, musik, aplikasi dan permainan (<i>online games</i>), serta barang digital lainnya masuk ke kategori ini. |
| Selling of goods | Toko virtual (<i>online retailer</i>) yang menjual barang-barang berwujud (<i>tangibles</i>) melalui <i>website</i> resminya atau pasar digital (<i>online marketplace</i>) di Internet. Barang-barang tidak berwujud (<i>virtual item</i>) yang diperjualbelikan dalam aplikasi dan <i>online games</i> juga termasuk ke dalam kategori ini. |
| Subscription-based revenues | Pendapatan diperoleh dari biaya berlangganan konten digital yang dibayarkan oleh konsumen secara berkala. Konten digital yang dimaksud adalah berita, <i>streaming</i> musik & video, dan sebagainya. Juga termasuk pembayaran rutin untuk pelayanan dan pemeliharaan aplikasi atau <i>software</i> , seperti <i>anti-virus</i> yang harus di- <i>update</i> melalui internet. |
| Selling of services | Model bisnis ini bergerak di bidang jasa tertentu. Contoh jasa yang dapat disediakan secara <i>online</i> saat ini adalah jasa hukum, jasa keuangan (perantara), jasa konsultasi, biro perjalanan (pariwisata), <i>digital agency</i> dan sebagainya. |
| Licensing content and technology | Jasa yang disediakan lebih terspesifikasi. Yaitu, jasa pembuatan konten digital (jurnal dan publikasi), algoritma, <i>software</i> khusus, dan konten berteknologi tinggi (<i>artificial intelligence</i>) dengan lisensi. |
| Selling of user data and customised market research | Segala sesuatu yang berkaitan dengan jual beli penyediaan <i>database</i> , <i>analisis database</i> , telematika, dan data yang diperoleh untuk tujuan penelitian. Penyedia layanan internet (ISP) termasuk ke dalam kategori ini. |
| "Hidden" fees and loss leaders | Model bisnis ini sudah dikenal secara tradisional. Pada kategori ini suatu barang/jasa dijual dengan harga rendah atau gratis, kemudian kerugian tersebut ditutupi dengan menjual barang/jasa pelengkap. Atas barang/jasa pelengkap tersebut dikenakan biaya yang cukup tinggi sehingga menjadi keuntungan bagi penyedia. Contoh, <i>online banking</i> , yang menawarkan diskon untuk pembelian dengan kartu kredit. Namun setiap bulannya dikenakan biaya administrasi yang lebih tinggi untuk penggunaan kartu kredit tersebut. |

Sumber: OECD (2014), *Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy*, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, OECD Publishing.

diulas di era tersebut masih relevan dengan tantangan yang dihadapi di masa sekarang. Isu ini dapat dipetakan menjadi dua kelompok yaitu isu dalam Pajak Penghasilan (PPH) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Secara umum, suatu negara memiliki hak pemajakan berdasarkan dua hal yaitu: keterkaitan antara suatu negara dengan subjek pajak (*personal attachment*) dan keterkaitan antara suatu negara dengan teritorial negara tersebut (*territorial attachment*).¹⁰ Kedua hak pemajakan tersebut berkontribusi kepada formulasi dari

realistic doctrine yang dimotori oleh upaya *enforcement*, administrasi, dan pemungutan pajak dari suatu negara.¹¹ Dalam *realistic doctrine*, yurisdiksi pemajakan dapat dibedakan menjadi *substantive jurisdiction* dan *enforcement jurisdiction*.¹²

Substantive jurisdiction terhubung dengan kewenangan suatu negara untuk mengenakan pajak atas suatu subjek yang dapat dipungut pajaknya, sehingga mencakup justifikasi pemajakan atas penghasilan yang bersumber dari negaranya dalam konteks PPH, dan justifikasi pemajakan atas konsumsi

barang atau jasa yang dilakukan di negaranya dalam konteks PPN. Sementara *enforcement jurisdiction* berkaitan dengan kedaulatan suatu negara untuk memungut pajak atas penghasilan yang bersumber dari negaranya atau konsumsi barang atau jasa di negaranya. Hal ini mencakup isu yang berhubungan dengan kewenangan untuk memungut pajak atas penghasilan yang diperoleh *non-resident* yang bersumber dari negaranya, atau kewenangan untuk memungut pajak atas barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen di negaranya dari penyedia barang dan jasa di luar negara tersebut.

Sebagaimana yang telah diketahui bersama, pelaksanaan hak pemajakan suatu negara atas transaksi lintas batas menyebabkan timbulnya

Charles Kingson, "The David Tillinghast Lecture: Taxing the Future", *Tax Law Review*, (1996); OECD, "Electronic Commerce: Taxation Framework Conditions", OECD Report by the Committee on Fiscal Affairs (1998).

¹⁰ Wolfgang Schon, "Persons and Territories: on the International Allocation of Taxing Rights", *British Tax Review*, (2010): 544

¹¹ Niv Tadmore, "Source Taxation of Cross-Border Intellectual Supplies – Concepts, History and Evolution into the Digital Age", *Bulletin for International Taxation*, (2007)

¹² Walter Hellerstein, "Jurisdiction to Tax in the Digital Economy: Permanent and Other Establishments", *Bulletin for International Taxation*, (2014)

pajak berganda. Banyak negara menandatangani perjanjian bilateral untuk menghindari efek dari pemajakan berganda (Perjanjian Penghindaran Pajak Berganda/P3B). Model P3B yang diadopsi dalam negosiasi antar-negara, yaitu OECD Model dan UN Model, merupakan turunan dari model P3B yang dirancang pada tahun 1928 oleh League of Nations ketika perdagangan global belum semasif seperti sekarang ini, bahkan ekonomi digital belum menjadi suatu fenomena pada saat itu.

Ketentuan pemajakan dalam P3B mengatur tentang hak pemajakan sepenuhnya bagi negara domisili atas *business profits* yang diperoleh oleh penerima penghasilan, kecuali terdapat Bentuk Usaha Tetap (BUT) di negara sumber.¹³ Konsep BUT digunakan sebagai ambang batas pemajakan bagi negara sumber untuk memajaki *business profits* yang diperoleh oleh Wajib Pajak Luar Negeri (WPLN).¹⁴ Dengan kata lain, konsep BUT menjelaskan suatu level tertentu dari kehadiran secara ekonomis WPLN di negara sumber sehingga dapat menjustifikasi hak pemajakan negara sumber atas *business profit* yang diperoleh oleh WPLN.

Dengan mensyaratkan adanya level tertentu dari kehadiran ekonomis, konsep BUT juga dimaksudkan untuk memastikan negara sumber dalam mengenakan pajak memiliki *enforcement jurisdiction* atau kemampuan administratif untuk memungut pajak dari *substantive jurisdiction* yang dimilikinya. Dari komponen BUT dapat disimpulkan bahwa konsep BUT mensyaratkan adanya kehadiran secara fisik di negara sumber.¹⁵

Dalam konteks PPN, penggunaan prinsip destinasi (*destination principle*) telah menjadi suatu konsensus atau norma dalam perdagangan internasional di antara negara-negara yang menerapkan PPN. Walau

demikian, penerapan prinsip destinasi ini masih memungkinkan adanya pajak berganda atau bahkan tidak dikenakan pajak sama sekali. Hal ini disebabkan oleh perbedaan diantara berbagai negara dalam implementasinya.

Bagi transaksi barang dalam perdagangan internasional, menjadi suatu norma bagi negara penjual yang melakukan ekspor untuk tidak mengenakan PPN atas ekspor barang tersebut, sementara negara pembeli memungut PPN atas impor yang dilakukan. Sementara untuk identifikasi tempat pemajakan atas transaksi jasa dalam perdagangan internasional, terdapat dua pendekatan yang umum diterapkan yaitu:¹⁶

1. Jika konsumen berada di negara yang berbeda dengan penyedia jasa, maka PPN dikenakan di negara tempat konsumen tersebut berdomisili.
2. Terdapat dua cara dalam pengadministrasian PPN dalam pendekatan ini, yaitu: pertama, penyedia jasa mendaftarkan diri di negara tempat konsumen berdomisili dan kemudian memungut serta menyetor PPN ke negara tempat konsumen berdomisili, dan kedua, ketika konsumen merupakan Pengusaha Kena Pajak maka kewajiban pemungutan dan penyetoran PPN itu diberikan kepada konsumen dan PPN yang dibayar sendiri oleh konsumen tersebut dapat digunakan sebagai pajak masukan untuk tujuan pengkreditan PPN.
3. Pemberian jasa dikenakan PPN di negara tempat penyedia jasa berdomisili, meskipun jasa tersebut diberikan di negara tempat konsumen berdomisili.

Dalam praktiknya, penerapan prinsip destinasi terhadap transaksi yang dilakukan dengan konsumen akhir yang berdomisili di luar negeri dan berharap konsumen akhir tersebut akan menjalankan kewajiban pemungutan PPN secara *self-assessment* di negara domisilinya berdampak pada tidak

adanya PPN yang dikenakan atas transaksi jasa tersebut. Hal ini juga didorong oleh fakta bahwa orang pribadi sebagai konsumen akhir tidak memiliki motivasi dalam pelaksanaan *self-assessment* atas pemanfaatan jasa dari luar negeri karena orang pribadi tersebut bukanlah pengusaha kena pajak yang memiliki hak untuk mengkreditkan atas PPN yang dibayar melalui *self-assessment* tersebut.

Tax Planning dalam Era Ekonomi Digital

Praktik *tax planning* yang umumnya dilakukan oleh perusahaan penyedia barang atau jasa digital diantaranya adalah:

1. Menghindari timbulnya BUT. Pada dasarnya, isu BUT ini bukanlah merupakan isu utama dalam melakukan penghindaran pajak karena isu ini merupakan bentuk kebijakan dari peraturan domestik dan P3B. Akan tetapi, jika penghasilan yang diperoleh dari negara sumber tanpa adanya BUT tersebut dilakukan secara bersamaan dengan strategi untuk menghindari pajak di negara domisili sehingga penghasilan tersebut tidak dikenakan pajak di manapun, maka dalam hal ini timbul isu penghindaran pajak. Menghindari timbulnya BUT juga dapat dilakukan melalui aktivitas-aktivitas yang dikecualikan dari BUT sebagaimana diatur dalam Pasal 5 ayat (4) *OECD Model*.
2. Maksimalisasi biaya di negara tempat barang atau jasa dipasarkan dalam bentuk pembayaran bunga, royalti, atau *management fees*. Isu ini bersinggungan dengan isu *transfer pricing*.
3. Minimalisasi fungsi, aset, dan risiko di negara tempat barang atau jasa dipasarkan. Isu ini terutama berhubungan dengan isu *transfer pricing*.
4. Hak atas aset tidak berwujud dan penghasilan dari penggunaan aset tersebut ditempatkan pada perusahaan yang berdomisili di negara yang menerapkan *preferential regime* (misalnya: Irlandia yang memberikan tarif khusus bagi perusahaan penyedia

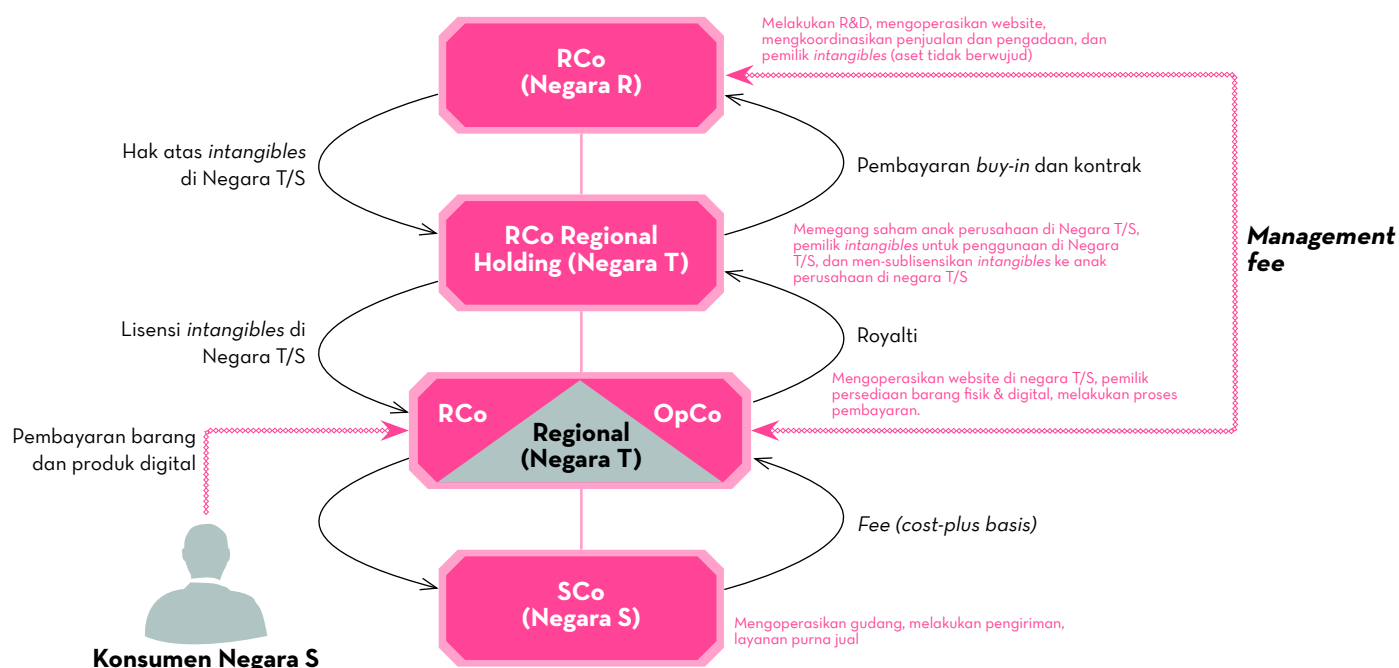
13 Darussalam, John Hutagaol, dan Danny Septriadi, "Konsep dan Aplikasi Perpajakan Internasional", (Jakarta: DANNY DARUSALAM Tax Center, 2010), 55-56

14 Lihat Arvid Skaar, "Permanent Establishment: Erosion of a Tax Treaty Principle", (the Netherlands: Kluwer Law International, 1991)

15 Dale Pinto, "The Need to Reconceptualize the Permanent Establishment Threshold", *Bulletin for International Taxation*, (2006)

16 Liam Ebrill, "The Modern VAT", (Washington DC: International Monetary Fund, 2001); Lihat juga Arthur Cockfield, Walter Hellerstein, Rebecca Millar, dan Christophe Waerzeggers, "Taxing Global Digital Commerce", (the Netherlands: Kluwer Law International, 2013)

Gambar 2 - Online Retailer



Sumber: OECD (2014), *Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy*, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, OECD Publishing.

teknologi informasi dan komunikasi; atau melalui negara-negara yang menerapkan *patent box* seperti Belanda).

Contoh aktivitas ekonomi dalam ekonomi digital dan konsekuensi pemajakannya di bawah ini dapat menjelaskan peluang untuk melakukan *tax planning* dalam ekonomi digital.¹⁷

1. Online Retailer

RCo Group adalah sebuah perusahaan multinasional (*multinational enterprise/MNE*) yang bergerak di bidang penjualan produk secara online berupa produk/barang fisik dan produk digital. Produknya dijual melalui *website*. Barang fisik dikirimkan melalui jasa pengiriman independen dan produk digital dapat diunduh dari *website* ke komputer konsumen. RCo Group ini menjalankan bisnis *online* yang fungsi kerjanya tersebar di negara R, T, dan S seperti yang terlihat dalam Gambar 2. Serta konsekuensi perpajakannya dapat dilihat pada Tabel 2.

2. Internet App Store

RCo Group adalah pencipta *operating system* (OS) untuk ponsel (seluler) atau peralatan portable

lainnya. RCo menjalankan bisnis berupa *internet apps store*, dimana konsumen dapat mengunduh aplikasi-aplikasi dari RCo di ponsel atau peralatan lainnya, baik aplikasi yang dibuat oleh RCo sendiri maupun *developer* dari pihak ketiga.

Meskipun begitu, *developer* pihak ketiga harus menggunakan *software* yang disediakan RCo untuk menyesuaikan OS-nya sesuai standar dari RCo. Penentuan harga untuk aplikasi *developer* pihak ketiga ditentukan oleh *developer* tersebut sesuai dengan *guidelines* yang dibuat RCo, dimana 75% dari penghasilan atas penjualan di *app store* diberikan untuk *developer* dan 25 % diberikan untuk RCo. Ilustrasi dapat dilihat pada Gambar 3 dan konsekuensi perpajakannya dapat dilihat dalam Tabel 3.

Kerangka Perpajakan Internasional dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi Digital

Evolusi model bisnis dan bertumbuhnya ekonomi digital menyebabkan operasional usaha dari wajib pajak luar negeri di negara tempat barang atau jasa digital tersebut dipasarkan berbeda jika dibandingkan dengan ketika aturan

pajak internasional dirancang lebih dari delapan puluh tahun silam. Kehadiran fisik di negara tempat barang atau jasa dipasarkan sudah merupakan barang usang bagi perusahaan dalam ekonomi digital.

Di sisi lain, ambang batas pemajakan bagi negara sumber yang saat ini berlaku masih didasarkan pada kehadiran fisik. Selain itu, ambang batas pemajakan bagi negara sumber juga didorong untuk memastikan negara sumber memiliki kapabilitas administratif dalam memungut pajak atas penghasilan yang diperoleh wajib pajak luar negeri. Hal tersebut menimbulkan tantangan bagi ketentuan PPh dalam menghadapi ekonomi digital.

Oleh karena itu, perlakuan pajak atas ekonomi digital ini akan mengubah standar perpajakan internasional menuju pada atribusi hak pemajakan yang lebih kepada negara tempat barang atau jasa digital tersebut dipasarkan (*market country*).¹⁸ Hal ini disebabkan pasar dari barang atau jasa digital merupakan faktor utama yang mengendalikan nilai yang diciptakan (*value created*) oleh barang atau jasa digital tersebut.

¹⁷ Disarikan dari OECD, "Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy", OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, OECD Publishing, (2014)

¹⁸ Lihat juga Pierre Collin dan Nicolas Colin, "Task Force on Taxation of the Digital Economy", Report to the Minister of Economy of France, (Januari 2013)

Wujud dari atribusi hak pemajakan kepada negara tempat barang atau jasa digital tersebut dipasarkan (*market country*) dapat dilakukan melalui perluasan definisi BUT sebagai konsekuensi dari perluasan

keterkaitan (*nexus*) hak pemajakan atas penghasilan yang bersumber dari negara tersebut.

Terkait dengan isu BUT, diperlukan modifikasi pasal 5 ayat (4) OECD *Model*. Terdapat 2 pilihan dalam

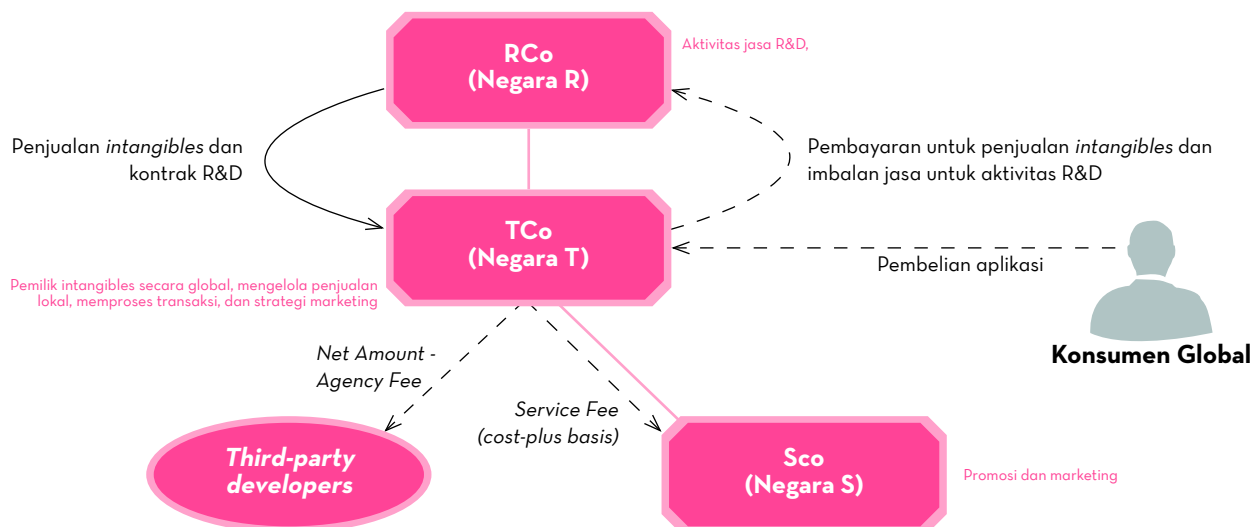
modifikasi pasal 5 ayat (4) OECD *Model* ini yaitu:¹⁹

¹⁹ OECD, "Public Discussion Draft BEPS Action 1: Address the Tax Challenges of the Digital Economy", (24 Maret 2014): 64; Paragraf d dari Pasal 5 ayat (4) OECD *Model Convention* adalah sebagai

Tabel 2 - Konsekuensi Perpajakan atas Online Retailer

| Jenis Pajak | Negara S | Negara T | Negara R |
|--------------------------------------|---|--|--|
| Pajak Langsung (<i>Direct Tax</i>) | <ul style="list-style-type: none"> Berdasarkan profil risiko dan fungsi SCo yang terbatas (jasa yang bersifat rutin ke RCo Regional Opco), maka penghasilan kena pajaknya sangat minim. Seluruh penghasilan yang diperoleh dari penjualan produk secara online kepada konsumen di negara S diperlakukan sebagai penghasilan RCo Regional Opco). <p>Karena tidak ada kehadiran fisik (<i>physical presence</i>) RCoRegional OpCo di negara S dan tidak ada interaksi langsung SCo kepada konsumen di negara S, maka negara S tidak mengenakan pajak atas penghasilan tersebut. (Tidak ada hak pemajakan bagi negara S berdasarkan ketentuan domestik maupun <i>tax treaty</i> yang berlaku (tidak ada BUT di negara S).</p> | <ul style="list-style-type: none"> Negara T mengenakan <i>corporate tax</i> atas profit yang diperoleh RCo Regional Holding. (Karena ketentuan tertentu di Negara T, RCo berhak atas tarif yang lebih rendah pada umumnya untuk penghasilan berupa royalti). Negara T mengenakan <i>corporate tax</i> atas profit yang diperoleh RCo Regional OpCo dari aktivitas penjualan secara <i>online</i>. <p>Profit tersebut hampir seluruhnya di-offset untuk membayar royalti kepada RCo Regional Holding atas hak penggunaan intangible dalam mengoperasikan <i>website</i> dan <i>management fee</i> kepada RCo atas jasa <i>co-ordinating sales and procurement</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> Tidak ada <i>withholding tax</i> atas pembayaran royalti RCo Regional Opco kepada RCo Regional Holding (<i>company resident</i> di negara T) dan <i>management fee</i> kepada RCo (<i>non-resident company</i> di Negara R yang berdasarkan <i>tax treaty</i> tidak boleh dipajaki). Begitu juga dengan pembayaran oleh RCo Regional Holding kepada RCo, tidak ada WHT berdasarkan <i>tax treaty</i> yang berlaku. | <ul style="list-style-type: none"> Negara R mengenakan <i>corporate income tax</i> yang diterima oleh RCo, termasuk <i>buy-in payment</i> atas transfer pengadaan barang tidak berwujud (<i>intangible</i>) dari RCo Regional Holding. <p>Namun, karena tidak adanya <i>track record</i> dari keikutsertaan RCo pada saat transaksi, maka RCo dapat mengambil posisi bahwa nilai intangible tersebut sangat rendah, maka jumlah keuntungan yang sebenarnya (<i>actual amount</i>) yang menjadi objek pajak akan menjadi sangat kecil.</p> <ul style="list-style-type: none"> RCo juga menerima pembayaran tahunan (<i>annual payment</i>) dari RCo Regional Holding atas <i>cost-sharing arrangement</i> yang jumlahnya bisa lebih kecil dari jumlah royalti yang diterima RCo Regional Holding. <p>Berdasarkan ketentuan domestik di Negara R, RCo berhak atas R&D <i>tax credit</i> yang secara signifikan mengurangi pajak terutanganya.</p> <ul style="list-style-type: none"> Menurut ketentuan <i>controlled foreign company</i> (CFC) di negara R, dalam kondisi tertentu royalti yang diterima RCo Regional Holding dianggap sebagai <i>passive income</i> yang akan dikenakan pajak di RCo. <p>Namun, karena RCo Regional Opco dianggap sebagai <i>transparent entity</i> (untuk tujuan perpajakan di negara R), penghasilannya dianggap telah diterima langsung oleh RCo Regional Holding dan karena itu dianggap sebagai <i>active income</i> yang dapat dipajaki di negara R jika penghasilan itu dibayarkan ke RCo</p> |
| Pajak Tidak langsung (PPN) | <ul style="list-style-type: none"> Perlakuan PPN <i>Business to Business</i> (B2B). Perlakuan PPN <i>Business to Consumer</i> (B2C) di negara S. Terdapat perbedaan perlakuan atas produk fisik dan digital. <ul style="list-style-type: none"> Suplai barang fisik dari RCo Regional OpCo yang disimpan di gudang SCo yang dikirimkan ke konsumen di negara S dikenakan PPN di negara S; Suplai barang fisik dikirimkan langsung ke konsumen dari luar negeri (negara T), maka untuk negara ekportir dikenakan PPN dengan tarif 0% dan untuk negara importir dikenakan PPN sesuai ketentuan (negara S); Suplai produk digital kepada konsumen akhir di negara S, pada prinsipnya harus dikenakan PPN di negara S berdasarkan <i>destination principle</i>. <p>Cukup sulit bagi Negara S mengenakan PPN atas suplai ini, hal dikarenakan penyuplai (<i>supplier</i>) barang adalah <i>non-resident</i> di negara S dan memungut pajak dari konsumen akhir adalah hal yang tidak efektif. Beberapa yurisdiksi ada yang mengatur ketentuan bahwa <i>non-resident supplier</i> (penjual) untuk mendaftarkan diri dan menyerahkan pajak yang dipungut, namun hal tersebut menjadi tantangan bagi otoritas pajak untuk meningkatkan kepatuhan pajak.</p> | | |

Gambar 3 - Internet App Store



Sumber: OECD (2014), *Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy*, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, OECD Publishing.

Tabel 3 - Konsekuensi Perpajakan atas Internet App Store

| Jenis Pajak | Negara S | Negara T | Negara R |
|--------------------------------------|---|--|--|
| Pajak Langsung (<i>Direct Tax</i>) | <ul style="list-style-type: none"> SCo sebagai perusahaan afiliasi lokal yang fungsinya terbatas pada marketing rutin dan promosi, dengan tidak ada kegiatan penjualan langsung kepada konsumen di negara S, maka penghasilan kena pajaknya sangat kecil. Seluruh penghasilan yang diperoleh dari penjualan produk secara online kepada konsumen di negara S diperlakukan sebagai penghasilan RCo Regional Opco. Seluruh penghasilan yang diperoleh dari penjualan aplikasi di Negara S dan Negara R diperlakukan sebagai penghasilan TCo, karena perannya sebagai <i>counterparty</i> atas transaksi dengan konsumen dan administrator dari <i>app store</i>. Negara S tidak mengenakan pajak dari aktivitas bisnis <i>app store</i> tersebut karena tidak ada hak memajaki menurut ketentuan domestik atau karena <i>tax treaty</i> tidak memberikan hak pemajakan kepada negara S (tidak ada BUT TCo di negara S) | <ul style="list-style-type: none"> Negara T mengenakan <i>corporate tax</i> atas profit yang diterima TCo, namun pada <i>rate</i> 50% dari tarif di negara R dan S. Tidak ada <i>withholding tax</i> yang dikenakan pada beberapa <i>service fee</i> yang dibayarkan TCo kepada RCo dan SCo berdasarkan ketentuan <i>tax treaty</i>. | <ul style="list-style-type: none"> Negara R mengenakan <i>corporate tax</i> atas profit yang diterima RCo, terutama dari <i>capital gain</i> yang diperoleh dari penjualan teknologi ke TCo dan <i>service fee</i> yang diterima atas kegiatan R&D yang dilakukan. Namun, karena tidak adanya track record dari keikutsertaan RCo pada saat transaksi, maka RCo dapat mengambil posisi bahwa nilai <i>intangible</i> tersebut sangat rendah, maka jumlah keuntungan yang sebenarnya yang menjadi objek pajak akan menjadi sangat kecil. Berdasarkan ketentuan domestik di Negara R, RCo berhak atas R&D <i>tax credit</i> yang secara signifikan mengurangi pajak terutang. Negara hanya mengenakan pajak atas <i>territorial</i> basis dan tidak memiliki CFC <i>rules</i>. Oleh karena itu, RCo dikecualikan dari pajak atas penghasilan yang diterima oleh TCo dan <i>dividen</i> yang diterima dari TCo. |
| Pajak Tidak langsung (PPN) | <ul style="list-style-type: none"> Perlakuan PPN B2B. Perlakuan PPN B2C, TCo dianggap sebagai <i>supplier</i> dari penjualan aplikasi kepada konsumen, dari pada <i>developer</i> pihak ketiga. Transaksi antara TCo dan <i>developer</i> pihak ketiga diperlakukan sebagai <i>business to business supplies</i>, namun jika <i>turn over</i> dari <i>developer</i> tersebut dibawah <i>threshold</i> untuk pendaftaran PPN, maka tidak dikenakan PPN TCo dibutuhkan untuk mengumpulkan dan menyetorkan PPN di Negara T atas penjualan atas layanan apapun yang diberikan kepada konsumen di negara T. Suplai kepada konsumen di luar negeri akan dikenakan <i>zero rate</i> atau tarif PPN rendah. Suplai kepada konsumen di negara lain tersebut pada prinsipnya dikenakan PPN di negara lain tersebut. Namun, tidak mudah untuk memungut PPN terkait yurisdiksi perpajakan yang dimilikinya. Dengan begitu, konsumen tersebut dapat memperoleh aplikasi yang bebas PPN atau PPN dengan tarif lebih rendah dibandingkan jika memperoleh produk domestik. | | |

- menghapus paragraf a hingga d Pasal 5 ayat (4) OECD Model; dan
- menghapus seluruh isi pasal 5 ayat (4) OECD Model.

Relevansi penentuan keberadaan BUT di negara sumber juga dikaitkan dengan jasa atau barang digital dikonsumsi banyak digunakan atau dikonsumsi di negara sumber, pembayaran yang substansial dari pengguna jasa atau barang digital sehubungan dengan kewajiban kontraktual antara perusahaan digital dengan pengguna jasa yang berada di negara sumber, jumlah kontrak yang signifikan terkait penyediaan barang atau jasa digital antara perusahaan penyedia barang atau jasa digital dengan konsumen di negara sumber, atau adanya kantor cabang (*branch*) dari perusahaan penyedia barang atau jasa digital yang melakukan fungsi pemasaran dan konsultasi terhadap *resident* di negara sumber.

Cara lainnya yang dapat dilakukan adalah pengenaan *withholding tax* atas pembayaran transaksi barang atau jasa digital tertentu yang dilakukan oleh orang pribadi kepada penyedia barang atau jasa digital di luar negeri. Oleh karena umumnya pembayaran dilakukan melalui kartu kredit atau media elektronik lainnya, maka pemotongan pajak tersebut dapat dilakukan oleh institusi keuangan.²⁰

Permasalahan lainnya berhubungan dengan alokasi laba atas fungsi pengumpulan data pelanggan di mana data tersebut digunakan untuk memberikan nilai tambah bagi produk-produk perusahaan teknologi informasi dan komunikasi digital. Misalnya, data dari negara A diperoleh dengan menggunakan teknologi yang

dikembangkan di negara B. Data tersebut kemudian diolah di negara B untuk kemudian digunakan dalam memperbaiki produk yang akan dijual di negara A. Hal ini menimbulkan isu tentang bagaimana mengatribusi nilai dari produk digital yang diciptakan dari pengolahan data. Atribusi nilai dari produk digital tersebut akan berguna dalam menentukan alokasi laba dari setiap fungsi diantara dua negara tempat transaksi lintas batas atas barang dan jasa digital tersebut.

Selanjutnya, terkait dengan karakterisasi penghasilan. Misalnya, dalam bisnis *cloud computing* berupa *infrastructure-as-a-services*.²¹ Penghasilan yang timbul dari bisnis ini dapat dikarakterisasi sebagai jasa (sehingga termasuk dalam laba usaha) atau penyewaan ruang pada *server* penyedia *cloud computing* (sehingga termasuk dalam royalti terkait dengan pembayaran atas *commercial, industrial, specific equipment*).

Dalam hal PPN, isu yang timbul adalah memastikan efektivitas mekanisme pembayaran PPN atas konsumsi jasa digital di mana jasa tersebut dilakukan di luar negeri. Hal ini seiring dengan prinsip destinasi dalam PPN, di mana PPN dikenakan di tempat barang atau jasa dikonsumsi. Misalnya, penyediaan konten digital secara *online*, di mana konten digital dapat diakses melalui komputer atau telepon seluler yang terhubung ke internet. Secara umum, apabila konten digital tersebut dikonsumsi oleh individu maka pemenuhan kewajiban PPN-nya cenderung tidak efektif.

Cara yang dapat digunakan untuk menangkal isu PPN atas konsumsi jasa digital ini adalah mewajibkan penyedia jasa digital yang berdomisili di luar negeri untuk mendaftarkan diri dan mengadministrasikan kewajiban

PPN-nya di negara konsumen. Untuk menghindari biaya kepatuhan yang tinggi, otoritas pajak dapat menerapkan *threshold* dalam pendaftaran dan pengadministrasian kewajiban PPN oleh penyedia jasa digital yang berdomisili di luar negeri. Agar mekanisme ini berjalan dengan efektif, otoritas pajak juga harus meningkatkan kerjasama internasional melalui pertukaran informasi (*exchange of information*), bantuan penagihan (*assistance in recovery and collection of tax*) dan pemeriksaan bersama (*simultaneous audit*). Kerangka atau instrumen kerjasama tersebut dapat didasarkan pada *Convention on Mutual Administrative Assistance in Tax Matters*.²²

Penutup

Ekonomi digital merupakan hasil dari proses transformasi yang dikendalikan oleh teknologi informasi dan komunikasi. Bisnis model dan karakteristik dari ekonomi digital menghadirkan tantangan tersendiri bagi kerangka perpajakan internasional. Selain itu, ketentuan perpajakan internasional yang sudah usang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dalam ekonomi digital untuk melakukan *tax planning* dengan memindahkan penghasilan dari satu negara yang mengenakan tarif pajak tinggi ke negara lain yang mengenakan tarif pajak lebih rendah.

Beberapa area yang menjadi fokus dalam pemajakan atas ekonomi digital ini diantaranya adalah perluasan definisi BUT, atribusi nilai dari produk digital dalam menentukan alokasi laba dari setiap fungsi diantara dua negara tempat transaksi lintas batas atas barang dan jasa digital, dan karakterisasi penghasilan dari transaksi dalam ekonomi digital. Selain itu, perbaikan administrasi pemungutan PPN terutama atas transaksi barang atau jasa digital yang dilakukan oleh konsumen akhir dengan perusahaan dari negara lainnya. Ke depan, proyek *Base Erosion and Profit Shifting* yang diorganisasikan secara bersama oleh OECD dan G20 akan berupaya untuk menjawab tantangan-tantangan tersebut.

berikut:

"... the term permanent establishment shall be deemed not to include:

The use of facilities solely for the purpose of storage, display or delivery of goods or merchandise belonging to the enterprise;

The maintenance of a stock of goods or merchandise belonging to the enterprise solely for the purpose of storage, display or delivery

The maintenance of a stock of goods or merchandise belonging to the enterprise solely for the purpose of processing by another enterprise

The maintenance of a fixed place of business solely for the purpose of purchasing goods or merchandise or of collecting information, for the enterprise"

20 OECD, "Public Discussion Draft BEPS Action 1: Address the Tax Challenges of the Digital Economy", (24 Maret 2014): 66-67

21 *Cloud computing* didefinisikan oleh US National Institute of Standards and Technology sebagai:

"a model for enabling ubiquitous, convenient, on-demand network access to a shared pool of configurable computing resources (e.g., networks, servers, storage, applications, and services) that can be rapidly provisioned and released with minimal management effort or service provider interaction". Salah satu model bisnis dalam *cloud computing* adalah *infrastructure-as-a-service* di mana konsumen bisa menggunakan infrastruktur teknologi informasi (*storage, memory, network* dan lain sebagainya) yang disediakan oleh perusahaan penyedia *cloud computing*., <http://csrc.nist.gov/publications/nistpubs/800-145/SP800-145.pdf>

22 Lihat OECD Convention <http://bit.ly/150ssMp>



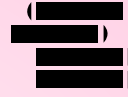
DANNY DARUSSALAM
Tax Center

DANNY DARUSSALAM Tax Center Library

A place that Connect You With Worldwide Tax Knowledge
You can access, read, discover your ideas, and enjoy it beyond your expectation



for your convenience, inform us before coming.
contact: Ms. Eny +62 21 2938 5758 (ext. 143)
email: eny@dannydarussalam.com
website: <http://www.dannydarussalam.com/library-visit/>



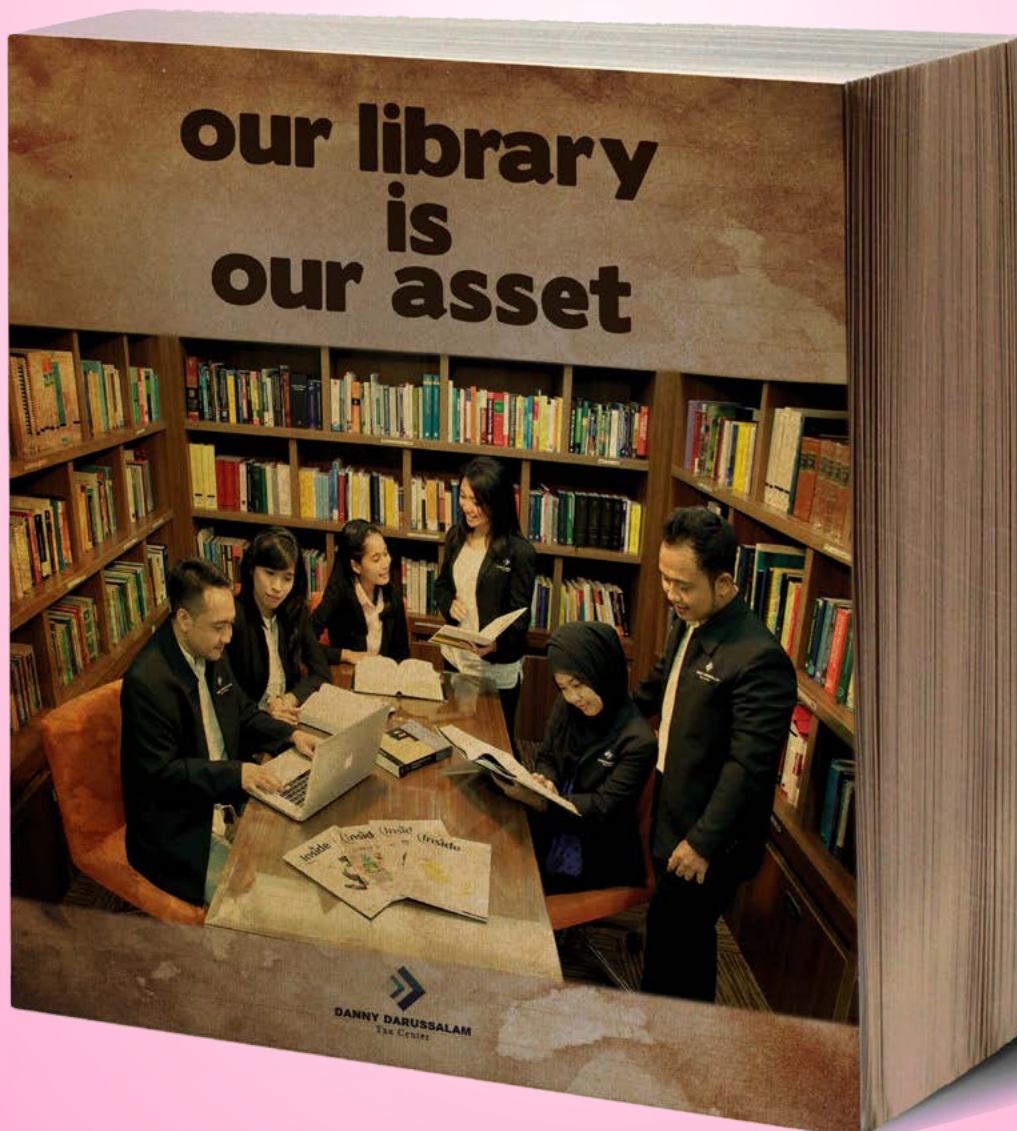
has more than 1.500 collection of books, journals, and international bulletins of taxation



free wi-fi



open for public:
Monday to Friday,
from 9am until 5pm



You Are What You Read, aren't You?

“Masyarakat salah persepsi mengenai pajak e-commerce. Secara prinsip pajak e-commerce bukan merupakan jenis pajak baru karena subjek dan objek pajaknya sudah diatur dalam undang-undang perpajakan.”

PAJAK E-COMMERCE, ANTARA HAMBATAN DAN TANTANGAN

NUFRANSA WIRA SAKTI



Tanggal 12 November lalu, tim redaksi InsideTax bertamu ke *Central Transformation Office* (CTO) yang berada dalam area kompleks kantor Kementerian Keuangan (Kemenkeu) di Jakarta. Kedatangan kami ke sana tak lain adalah untuk berbincang dengan Bapak Nufansa Wira Sakti, selaku *Chief Change Management Officer I* di Sekretariat Jenderal CTO. Pria yang akrab dengan panggilan Frans ini, sebelumnya menjabat sebagai Kepala Sub Direktorat Manajemen Transformasi, Direktorat Transformasi Proses Bisnis, Direktorat Jenderal (Ditjen) Pajak.

Frans juga pernah menulis buku berjudul “Buku Pintar Pajak *E-Commerce*, Dari Mendaftar Sampai Membayar” yang telah terbit di tahun 2014 ini. Dalam kesempatan yang berharga tersebut, tim redaksi meminta Frans untuk memberikan pandangannya seputar perkembangan transaksi *e-commerce* (*electronic commerce*) dan isu pajaknya di Indonesia.

Sekilas tentang *E-Commerce*

Saat ditanyakan mengenai apa itu *e-commerce*, Frans menerangkan secara singkat bahwa *e-commerce* dapat diartikan sebagai mekanisme transaksi jual beli atau perdagangan dengan menggunakan fasilitas elektronik (internet) sebagai media komunikasinya. Menurutnya, transaksi yang dilakukan melalui *e-mail* sudah dapat dikatakan sebagai *e-commerce*. Seperti halnya dengan aplikasi-aplikasi berbayar yang diunduh melalui media internet, dapat pula disebut sebagai *e-commerce*.

Perkembangan *e-commerce* sendiri memang dinilai sangat cepat. Frans menjelaskan, di awal tahun 2000, perusahaan-perusahaan besar telah mulai menggunakan *Electronic Data Interchange* (EDI) untuk kepentingan bisnisnya. Dengan adanya EDI, perusahaan yang sering menjalin transaksi jual beli dapat bertukar data melalui sarana jaringan komunikasi yang belum menggunakan sarana internet.

Setelah kemunculan internet,

setiap orang menjadi semakin mudah untuk mengakses data dan informasi serta dapat saling berhubungan satu sama lain, maka sejak itulah mulai berkembang iklan-iklan sampai dengan transaksi jual-beli *online* melalui situs-situs seperti yang sedang berkembang saat ini.

Pada awal tahun 2010, masyarakat masih mengakses internet melalui *Personal Computer* (PC) dengan akses yang masih terbatas. Namun saat ini, internet bahkan bisa diakses melalui ponsel pribadi seperti *smartphone* (ponsel pintar). Menurutnya, saat ini penetrasi internet lebih banyak diserap melalui ponsel pintar. Bahkan, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2015 diperkirakan mencapai 136 juta orang yang sebagian besarnya diakses melalui ponsel pintarnya.

“Perkembangan internet yang begitu cepat tersebut merupakan suatu hal yang baik karena masyarakat di tempat terpencil pun akhirnya bisa terhubung dengan masyarakat di tempat lain, bahkan sampai pada masyarakat di luar negeri,” jelas Frans kepada redaksi.

Model-model E-Commerce

Secara umum, terdapat 4 (empat) model *e-commerce* yang telah dipetakan oleh Ditjen Pajak pada Lampiran Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 (SE-62) tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-Commerce*, antara lain: *Online Marketplace*, *Classified Ads*, *Daily Deals*, dan *Online Retail*. Frans menjelaskan, keempat model tersebut memiliki karakteristik yang berbeda (lihat Tabel 1).

“Sebetulnya, banyak sekali bentuk transaksi *e-commerce*, namun sampai saat ini pada akhirnya transaksi tersebut masuk ke dalam empat model yang ada. Model ini dibuat untuk memudahkan pelaku *e-commerce* untuk menentukan usahanya masuk ke model mana,” tambah Frans.

Misalnya, untuk *online retail*, ada situs yang menjual barang-barang yang *tangible* (berwujud) seperti baju, tas dan sebagainya, namun ada juga yang menjual barang-barang yang *intangible* (tidak berwujud) seperti *games* atau aplikasi unduhan. Menurutnya, keduanya masih masuk dalam kategori *online retail*. Pada awalnya, Frans mengaku bahwa tidak mudah untuk memetakan bentuk-bentuk transaksi *e-commerce* menjadi keempat model tersebut.

Tantangan Pemajakan atas Transaksi E-Commerce

Yang menjadi kesulitan sekaligus tantangan adalah pemerintah belum mengatur mengenai transaksi yang penjualnya berasal dari luar negeri. Hal ini dikarenakan pemerintah sulit untuk mengetahui siapa penjual dan lokasi kantornya berada. Jika penjualnya dari luar negeri, tentu pemajakannya akan berbeda dengan penjual dalam negeri. Apalagi dengan kondisi bahwa pajak baru akan dikenakan jika terdapat Bentuk Usaha Tetap (BUT) di Indonesia, apabila terkait dengan Pajak Penghasilan (PPH).

Di luar negeri sendiri belum ada aturan khusus, sama seperti di Indonesia yang aturannya masih normatif. Namun, ada juga beberapa negara di Uni Eropa, jika pengusaha menjual barang kena pajak ke suatu negara, maka pengusaha harus membuka cabang di negara tersebut agar dapat dipungut pajak. Di Malaysia, sudah ada aturan mengenai *withholding tax* untuk transaksi *e-commerce*, namun dalam penerapannya juga masih sulit untuk dilakukan.

Atas kesulitan tersebut dan karena belum ada aturan secara internasional, maka pemerintah hanya fokus pada penjualan dalam negeri. Artinya, yang diatur sampai saat ini adalah jika penjual, barang/jasa yang dijual, serta

pembelinya berada di Indonesia saja, termasuk bisnis yang terkait seperti agen pengiriman dan pembuatan *website* yang juga berada di Indonesia.

“Untuk transaksi yang penjualnya di luar negeri, selain aturan internasionalnya belum tahu seperti apa, pelaksanaannya pun sebenarnya sangat sulit,” pungkas Frans kepada redaksi.

Belum Ada Integrasi Peraturan Terkait E-Commerce

Frans mengungkapkan bahwa *e-commerce* dapat menjadi bisnis yang bagus. Ia meyakini bahwa *e-commerce* akan sangat cepat berkembang mengingat semakin banyaknya jumlah para pengguna internet. Apalagi, bisnis ini tergolong unik karena dapat dilakukan tanpa dibatasi lokasi dan waktu, penjual dapat berada di mana saja dan kapan saja

Ini lah yang menjadi tantangan bagi pemerintah untuk mencari cara dan membuat aturan terkait pemajakan *e-commerce*. Masalahnya, sampai saat ini belum ada integrasi peraturan dari pemerintah. Misalnya saja, Ditjen Pajak punya aturan sendiri untuk sisi pajaknya, Kementerian Perdagangan maupun Kementerian Komunikasi dan Informasi juga punya aturan *e-commerce* sendiri. Frans menuturkan, sebenarnya sudah ada upaya untuk melakukan integrasi

Tabel 1 - Model-model E-Commerce

| Model E-Commerce | Pengertian | Contoh |
|---------------------------|---|---|
| <i>Online Marketplace</i> | Situs yang disediakan oleh penyelenggara jasa internet kepada para penjual untuk dapat menjajakan dagangannya melalui dunia maya | tokopedia.com, rakuten.com, bukalapak.com, duniavirtual.com |
| <i>Classified Ads</i> | Kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang konten (teks, grafik, video penjelasan, dan informasi) barang dan/atau jasa bagi pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada pengguna iklan melalui situs yang disediakan oleh penyelenggara <i>classified ads</i> | tokobagus.com, berniaga.com |
| <i>Daily Deals</i> | Kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs <i>daily deals</i> sebagai tempat penjual. Situs ini menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan <i>voucher</i> sebagai sarana pembayaran | dealgoing.com |
| <i>Online Retail</i> | Kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh penyelenggaraan <i>online retail</i> kepada pembeli di situs <i>online retail</i> | bhinneka.com, gamedia.com |

Sumber: Disarikan dari Nufransa Wira Sakti, Buku Pintar Pajak E-Commerce: Dari Mendaftar Sampai Membayar (Jakarta: Visimedia, 2014), 88-123.

antarlembaga terkait *e-commerce* ini, hanya saja upaya tersebut belum maksimal.

Pajak Atas Transaksi E-Commerce Masih dalam Bentuk Penegasan

Frans menjelaskan, selama ini Ditjen Pajak juga mengamati perkembangan *e-commerce* yang terjadi di Indonesia. Masyarakat mengira bahwa tidak ada pajak atas transaksi *e-commerce*, padahal secara prinsip tidak ada perbedaan antara transaksi jual beli secara *e-commerce* dengan transaksi jual beli secara konvensional. Keduanya sama-sama harus dikenakan pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Untuk itu, Ditjen Pajak akhirnya memberikan suatu penegasan, pelaku *e-commerce* juga harus memenuhi kewajiban perpajakannya melalui penerbitan SE-62. Peraturan tersebut pada intinya menegaskan bahwa setiap orang yang menerima penghasilan di atas *threshold* tertentu, maka ia harus dikenakan pajak, apalagi jika barang yang diperjualbelikan adalah termasuk jenis Barang Kena Pajak/Jasa Kena Pajak (BKP/JKP).

Kantor Pusat Ditjen Pajak juga telah melakukan sosialisasi terkait penegasan pemajakan atas transaksi *e-commerce* ini kepada kanwil-kanwil di beberapa wilayah maupun melalui kegiatan seminar atau konferensi yang telah dilakukan. Tujuannya tidak lain adalah agar masyarakat mengetahui dan lebih peka bahwa transaksi *e-commerce* memiliki kewajiban perpajakan yang sama dengan transaksi pada umumnya.

"Dalam hal terdapat pelaku e-commerce yang tidak mematuhi ketentuan perpajakannya, maka ke depannya Ditjen Pajak bisa saja melakukan law enforcement," ujar Frans.

Rendahnya Kepatuhan Pajak Pelaku E-Commerce

Menurut Frans, mencari data Wajib Pajak yang melakukan usaha secara *e-commerce* sebenarnya bisa lebih mudah dan valid jika dibandingkan dengan melakukan sensus pajak yang harus mendatangi ruko atau toko

satu per satu, seperti yang pernah dilakukan pada tahun 2012 lalu. Dalam hal ini, Ditjen Pajak dapat mengecek secara langsung website atau situs *e-commerce* sehingga dapat mengetahui siapa pelaku *e-commerce* tersebut, ditambah lagi biasanya tercantum nomor rekening pihak penjual yang dapat mempermudah untuk mengetahui siapa yang menerima penghasilan tersebut.

Hingga saat ini, Ditjen Pajak telah mengecek 1500 data Wajib Pajak terkait *e-commerce* yang diperoleh melalui internet. Dari jumlah tersebut, hanya ada 1000 pelaku *e-commerce* yang memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) dan ternyata dari jumlah tersebut diketahui masih sedikit yang sudah melaporkan SPT (Surat

Pemberitahuan), yaitu baru sekitar 50%. Itu pun Ditjen Pajak belum melakukan pemeriksaan mengenai kebenaran atas pelaporan SPT yang disampaikan. Dengan demikian, bisa terlihat kepatuhan pajak pelaku *e-commerce* di Indonesia masih sangat rendah.

Di dalam tubuh Ditjen Pajak sendiri belum ada unit khusus yang menangani pajak atas transaksi *e-commerce*. Frans menjelaskan, di Jepang sudah ada unit khusus yang menangani *e-commerce* dengan perpaduan IT yang canggih dan sistem yang mumpuni untuk menjaring pajak dari transaksi *e-commerce*. Menurutnya, pemerintah saat ini sedang berupaya memiliki sistem IT seperti di Jepang tersebut.



Potensi Penerimaan Pajak E-Commerce, Besar atau Kecil?

Berbicara tentang potensi penerimaan pajak dari *e-commerce*, Frans berterus terang, pemerintah sendiri belum menghitung atau melakukan penelitian terkait hal tersebut. Selama ini, pemerintah hanya melihat data-data yang didapatkan dari luar saja, dan menurutnya itu tidak bisa merepresentasikan potensi pajak *e-commerce* secara tepat.

Meskipun begitu, Frans sendiri yakin, *e-commerce* memiliki potensi pajak yang besar. Ia beralasan, dari data Wajib Pajak yang telah dicek di atas, ia menemukan ada Wajib Pajak yang omsetnya mencapai ratusan juta namun tidak memiliki NPWP. Ada pula, Wajib Pajak yang berjualan di suatu forum online dengan pegawai berjumlah sekitar 6 orang, namun tidak pula memiliki NPWP. Bahkan, menurutnya ada juga PNS (Pegawai Negeri Sipil) yang sudah memiliki NPWP, namun tidak melaporkan penghasilan dari 4 (empat) situs *e-commerce* yang dimilikinya.

"Sekilas memang pendapatan dari pajak e-commerce terlihat kecil, tapi dari yang kecil-kecil kalau dikumpulkan bisa menjadi banyak, apalagi e-commerce ini akan terus-menerus berjalan ke depannya" pungkas Frans pada redaksi.

Hambatan-Hambatan yang Dihadapi Ditjen Pajak

Seperti yang telah diketahui, perpajakan di Indonesia menganut sistem *self assessment* dalam pelaporan pajaknya. Dengan demikian, pelaporan pajak dinilai benar sampai dengan petugas pajak menemukan data atau informasi baru bahwa laporan tersebut tidak benar adanya. Oleh karena itu, sebenarnya Ditjen Pajak membutuhkan data pembandingan, dalam hal ini untuk mengetahui jumlah omset dari para pelaku *e-commerce* secara tepat.

Untuk mengetahui data omset tersebut, Ditjen Pajak sudah berupaya meminta data-data kepada Asperindo (Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos, dan Logistik Indonesia) untuk men-*tracking* pengiriman-

pengiriman barang yang dilakukan oleh para pelaku *e-commerce*. Namun, masalahnya, pihak Asperindo sendiri tidak bersedia memberikan data-data tersebut dengan alasan mereka mempunyai undang-undang sendiri untuk melindungi kerahasiaan data klien atau konsumen mereka.

Selain itu, menurut Frans terdapat beberapa asosiasi yang kurang setuju dengan adanya pemajakan atas transaksi *e-commerce*. Alasannya, bagi mereka *e-commerce* ini merupakan suatu bisnis yang baru tumbuh sehingga dikhawatirkan dengan adanya pengenaan pajak dapat menimbulkan beban bagi para pelaku *e-commerce*, bahkan sampai menghambat perkembangan bisnis tersebut. Padahal menurut Frans, *e-commerce* ini sudah tumbuh sejak 10 tahun yang lalu dan pada akhirnya akan menjadi tidak adil jika pelaku bisnis konvensional dikenakan pajak, sedangkan pelaku *e-commerce* tidak dikenakan pajak.

Frans berpendapat, masyarakat salah persepsi mengenai pajak *e-commerce*. Secara prinsip pajak *e-commerce* bukan merupakan jenis pajak baru karena subjek dan objek pajaknya sudah diatur dalam undang-undang perpajakan. Seperti di Amerika, *e-commerce* tetap dikenakan pajak sebagaimana usaha pada umumnya, yang tidak dikenakan hanyalah pada akses internetnya.

Rekomendasi

Dari sisi peraturan, Frans menilai untuk transaksi *e-commerce* secara domestik sudah cukup baik karena telah diatur melalui SE-62. Namun ke depannya, pemerintah harus segera mengatur mengenai transaksi *e-commerce* yang melibatkan pelaku bisnis dari luar negeri. Seperti misalnya, ada situs penyewaan hotel secara *online* yang dimiliki oleh pelaku usaha luar negeri, namun hotel yang disewakan juga termasuk hotel yang berada di Indonesia. Seharusnya itu tetap dikenakan pajak, tapi pada kenyataannya pajak tersebut hilang begitu saja. Pemerintah dalam hal ini sudah berencana untuk mengatur hal tersebut, dengan catatan nantinya aturan tersebut tidak bertentangan dengan aturan internasional.

Terkait dengan aturan internasional, Frans juga memberikan sedikit komentar mengenai *Action Plan on BEPS (Base Erosion and Profit Shifting)* yang direncanakan oleh negara-negara anggota OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development*) dan G20 (*The Group of Twenty*) tentang tantangan dari *digital economy*, di mana Indonesia sendiri menjadi negara anggota dari G20. Frans berpendapat, biasanya OECD lebih pro kepada negara-negara maju, seperti Amerika, Inggris, dan sebagainya. Menurutnya, kebanyakan pelaku *e-commerce* tinggal atau berada di negara-negara maju, seperti Amerika, sehingga hal tersebut mendorong OECD untuk melindungi pelaku *e-commerce* dari pengenaan pajak.

"Mereka seolah-olah mengatakan bahwa pajak e-commerce ini sulit untuk dipajaki. Padahal, jika ingin fair, seharusnya ada pengaturan perpajakan antarnegara supaya tetap ada pemajakan atas transaksi e-commerce."

Namun, memang tidak bisa dipungkiri pengenaan pajak atas transaksi *e-commerce* bukanlah suatu hal yang mudah terutama jika sudah melibatkan banyak negara. Salah satu rekomendasi dalam *Action Plan on BEPS* bahwa *non-resident supplier* (penjual barang/jasa di luar negeri) agar mendaftarkan dirinya menjadi PKP di yurisdiksi tempat barang/jasa di konsumsi (dalam negeri). Dengan demikian, pemerintah Indonesia mengambil keuntungan atas hal ini.

Dengan kondisi *e-commerce* yang diprediksi akan semakin berkembang dan menimbulkan *market* dan *user* yang lebih besar, jangan sampai Indonesia pada akhirnya hanya menjadi ladang *market* saja. Akan tetapi, pemerintah juga harus bisa aktif, jeli, dan memiliki aturan yang lebih baik agar pajak atas transaksi *e-commerce* tetap dapat diterapkan tanpa menimbulkan kekhawatiran berlebihan dari masyarakat. ▣

-Awwaliatul Mukarromah



Vokasi Pajak UI Siap Menyongsong Hadirnya MEA 2015



Apa yang terlintas dalam benak Anda ketika mendengar kata Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015, jika dikaitkan dengan Pajak? Meski namanya cukup menjadi sorotan di beberapa media nasional akhir-akhir ini, isu MEA 2015 ternyata juga menguras perhatian banyak pihak termasuk di kalangan mahasiswa perpajakan. Bahkan salah satu kampus ternama di Indonesia, yakni Universitas Indonesia yang turut mengundang DANNY DARUSSALAM Tax Center (DDTC) sebagai narasumber untuk membahas hal tersebut.

Untuk mengulas hal yang menjadi perhatian tersebut, Himpunan Mahasiswa Administrasi Program Vokasi Universitas Indonesia (Vokasi UI) dan DDTC bekerjasama untuk saling menyukseskan acara tersebut. DDTC berkontribusi melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang pendidikan dalam salah satu kuliah umum pada acara yang bertema "Perlunya Memahami Perpajakan Internasional dalam Rangka Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)". Tujuan acara ini tidak lain adalah untuk mendukung

pengembangan karir perpajakan di Indonesia dan kesiapan menghadapi MEA 2015.

Dalam ruangan yang berbentuk studio di Pusat Studi Jepang UI, acara ini dihadiri oleh ratusan mahasiswa Program Vokasi Administrasi Perpajakan UI dari beberapa angkatan. Saat masuk ke acara inti, Moria Oktalisa selaku moderator acara mempersilahkan pembicara, perwakilan dari DDTC, Romy Afandi (*Manager, Tax Research and Training Services*), untuk memberikan pemaparannya tentang Perpajakan Internasional dan MEA 2015. Sebelum memberikan pemaparan, Romy memberikan kesempatan kepada para peserta untuk menyimak tayangan video profil DDTC.

Di hadapan para peserta, Romy mengatakan bahwa MEA memiliki tiga pilar utama, yakni politik, ekonomi, dan budaya. Ketiga pilar ini menjadi poin-poin penting yang nantinya menentukan sektor-sektor pasar bebas dalam MEA. Tidak hanya itu, isu perpajakan MEA 2015 ini memiliki kaitan dengan isu perpajakan perpajakan internasional. Menurutnya, ketika MEA diberlakukan tentunya kawasan ASEAN termasuk Indonesia menjadi

kawasan perdagangan ekonomi bebas. Pada saat itu, akan timbul pergerakan barang, jasa, modal, dan tenaga kerja yang secara bebas berpindah dari suatu negara ke negara lain di kawasan ASEAN. Karena itu, pergerakan ini sangat berkaitan erat dengan konsep dan praktik perpajakan internasional.

Lalu apa persiapan para mahasiswa jurusan pajak dalam menghadapi MEA ini? Romy memberikan beberapa tips untuk menghadapinya. Ia menuturkan, para mahasiswa dituntut agar siap menghadapi tantangan kompetisi karier dalam dunia perpajakan saat MEA datang. Sambungnya, mulai dari kemahiran berbahasa Inggris hingga perlunya memiliki sertifikasi profesi dan kompetensi perpajakan yang diakui terutama oleh negara-negara anggota ASEAN.

Untuk menciptakan suasana yang lebih interaktif, moderator memberikan kesempatan kepada beberapa peserta untuk bertanya dan berdiskusi dengan narasumber. Pada akhir acara, dua penampilan band akustik mahasiswa Vokasi UI turut meramaikan acara kuliah umum ini. ■

-Gallantino F.

“Diperlukan pembinaan bagi pengusaha-pengusaha baru untuk lebih mendisiplinkan diri agar usaha mereka terus berkembang dan tetap hidup, termasuk kewajiban untuk membayar pajak.”

BAYAR PAJAK, SYARAT PERUSAHAAN UNTUK BERKEMBANG

HARI S. SUNGKARI

Pria yang menggeluti dunia IT ini, pada awalnya merupakan mahasiswa ITB jurusan arsitektur yang memang sejak lama gemar menggeluti perkembangan teknologi. Di awal karir, dirinya menjadi salah satu *programming trainee* di salah satu perusahaan IT ternama yaitu IBM. Setelah sepuluh tahun berkarir di dunia IT dan menjadi salah satu konsultan IT yang cukup terpadang, dirinya pun hengkang dan membuka usaha sendiri.

Seiring dengan berjalannya waktu, karirnya pun kian cemerlang dengan pencapaian-pencapaian yang luar biasa. Hari S. Sungkari atau yang akrab disapa Hari, merupakan seorang Doktor Hukum Bisnis lulusan Universitas Padjadjaran dengan spesialisasi pada bidang Hak Kekayaan Intelektual (HaKI). Saat ini dirinya merupakan salah seorang *co-founder* PT Mitra Mandiri Informatika, sebuah perusahaan *software* yang dirintisnya bersama dua orang temannya. Hari juga merupakan seorang komisaris aktif di perusahaan tersebut.

Selain itu dirinya juga mengajar pada dua perguruan tinggi swasta di Jakarta, yaitu Universitas Bina Nusantara (MM & MMSI Program) dan IPMI International Business School. Dirinya mengajar beberapa mata kuliah, di antaranya *entrepreneurship*, *IT for Manager*, dan *enterprise resource planning* yang juga mencakupi pelajaran mengenai *e-commerce*. Saat ini dirinya juga menjabat sebagai Sekretaris Jenderal MIKTI (Masyarakat Industri Kreatif TIK Indonesia) dan sangat aktif melakukan pelatihan dan pembinaan untuk perusahaan yang baru berdiri.

Saat menjadi pelatih, Hari selalu menekankan pada para pengusaha baru untuk tidak mencampuradukkan antara uang pribadi dan uang perusahaan, meskipun perusahaan tersebut tergolong perusahaan milik pribadi. Peralnya, uang perusahaan tersebut diperlukan untuk mengembangkan usaha dan menambah modal kerja.

Ditemui di kantor utama PT Mitra Mandiri Informatika di bilangan Tebet Raya Jakarta, tim redaksi InsideTax disambut dengan sangat ramah dan dipersilahkan untuk berbincang mengenai bisnis yang digelutinya saat ini.

Bisnis Software Development

Bisnis yang Hari jalankan bersama dua orang rekannya berfokus dalam bidang *software development* dan produk penunjang bisnis *e-commerce*. Namun, untuk produk yang menunjang bisnis *e-commerce* ini, masih belum diluncurkan karena masih dalam proses pematangan. Dirinya mengakui, untuk saat ini perusahaan yang dinaunginya tersebut masih berfokus dalam bidang *software development*.

Software yang diciptakan biasanya digunakan untuk mendukung *e-business* yang akan dilakukan oleh kliennya. Terutama untuk hubungan antara korporasi dan para pemasok, keperluan *supply chain*, serta *e-procurement*, yang kini penggunaannya sudah banyak diimplementasikan di Indonesia.

Target Pasar Software Development

Ketika ditanya mengenai target pasar perusahaannya, dirinya menceritakan hampir semua kliennya merupakan perusahaan besar, dan bukanlah *consumer* seperti *e-commerce* pada umumnya. Perusahaan yang dipimpinya ini memiliki target pasar yang lebih mengarah kepada *e-commerce B2B (Business to Business)*.

Menurutnya, bisnis tersebut akan lebih bertahan lama karena masih dalam suatu rantai produksi. Misalnya, sebuah perusahaan besar yang menjadi pemasok bagi perusahaan lainnya yang membeli bahan-bahan produksi dalam hitungan tonase.

Hari menjelaskan perkembangan *e-commerce* terutama pada bidang yang digelutinya sekarang ini semakin berkembang pesat karena semakin banyak orang yang memerlukan *software* tersebut terutama untuk mendukung kegiatan *supply chain*. Konsep *supply chain* kini bukan lagi untuk mencari harga termurah, akan tetapi perusahaan ingin mendapatkan barang-barang yang berkualitas dari para pemasoknya.



Perbedaan *E-Business* dengan *E-Commerce*

Perbedaan antara *e-business* dan *e-commerce* menurutnya memang dapat dibilang tipis sekali. Hari menjelaskan ketika sudah terjadi transaksi jual beli dengan sistem *online*, maka transaksi tersebut dinamakan *e-commerce*, namun selama belum terjadi transaksi jual beli kegiatannya disebut sebagai *e-business*.

“Jadi, ketika masih dalam rangka promosi, pemasangan iklan, dan lain sebagainya, kegiatan itu masih dinamakan *e-business*. *E-commerce* pasti berkaitan dengan *e-business*, tetapi *e-business* belum tentu berkaitan dengan *e-commerce*,” begitu ungkapnya.

Sama halnya dengan laman seperti *berniaga.com*, *olx.co.id*, atau laman jual beli *online* lainnya, jika *consumer* hanya bertanya atau melakukan tawar menawar dan melihat berbagai barang yang telah disediakan, hal tersebut masih dikategorikan ke dalam *e-business*.

E-Commerce disebut juga sebagai *Double Sided Market*

Bisnis *e-commerce* seringkali disebut sebagai *double sided market*. Seperti contohnya Amazon yang harus terdiri dari pihak penjual dan pihak pembeli. *Double sided market* ini berarti pihak pembeli dan penjual memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin.

Sama seperti laman-laman yang mengandalkan pendapatan dari iklan, seperti Google. Kita sebagai pengguna Google tidak dituntut untuk membayar apapun, lalu darimana Google memperoleh pendapatan? Google mendapatkan penghasilan dari pemasangan iklan pada laman mereka.

Lantas, kenapa pemasang iklan mau memasang iklan di laman mereka? Jawabannya, karena Google mempunyai jumlah pengunjung yang sangat ramai dan padat tiap harinya. Google berhasil menarik khalayak untuk menjadi pengunjung setianya, yang kemudian hal tersebut dijadikan peluang dari para pemasang iklan yang



ingin mempromosikan produknya di Google.

“Jadi yang dinamakan *double sided market* terkadang memang ada satu pihak yang mendapatkan fasilitas secara cuma-cuma, namun ada pihak lain yang harus membayar. Sementara, orang yang menyediakan jasa untuk transaksi *e-commerce* tersebut bisa mendapat *fee* baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli,” tutur Hari.

Seberapa Banyak Pelaku *E-commerce* di Indonesia?

Dari data-data yang sudah dikumpulkan dari KOMINFO, asosiasi, bahkan dari Ditjen pajak, diduga pelaku *e-commerce* sudah ada lebih dari 1000. Sayangnya, baru sekitar 600 pelaku bisnis *e-commerce* yang sudah memiliki NPWP. Selebihnya, mungkin

pengusaha-pengusaha rumahan yang berjualan lewat *social media* seperti pengusaha rumah tangga.

Brick and Mortar, or Click and Portal?

Baik itu *brick and mortar* (usaha yang berbentuk toko) ataupun *click and portal* (bisnis *e-commerce*), terlepas dari bagaimana cara mereka menjual barang dagangannya, selama terjadi transaksi jual beli, maka transaksi yang dilakukan tersebut haruslah dikenakan pajak. Jenis pajak yang dikenakan tentu saja Pajak Pertambahan Nilai (PPN), dan Pajak Penghasilan (PPH).

Pajak untuk Pengembangan Bisnis

Perusahaan-perusahaan yang baru berdiri sangat membutuhkan



pembinaan agar usaha mereka dapat tetap hidup. Selain itu, mereka juga harus dilatih kedisiplinan untuk memenuhi kewajibannya, termasuk kewajiban membayar pajak. Mereka harus diberitahu manfaat apa saja yang perusahaannya peroleh bila membayar pajak.

Hari mengilustrasikan, jarang sekali terjadi perusahaan berkembang dengan modal miliknya sendiri, kecuali pada saat memulai bisnisnya saja. Untuk mengembangkan bisnis mereka, pengusaha pasti membutuhkan dana cukup besar, yang biasanya berasal dari dana pinjaman bank. Ketika mengajukan dana pinjaman, pastinya pihak bank akan meminta persyaratan berupa identitas NPWP, laporan keuangan, dan juga SPT Tahunannya.

“Jika perusahaan tidak membayarkan pajaknya, sulit bagi perusahaan mengembangkan usahanya untuk menjadi besar,” tutur Hari.

Pajak menurut Hari hanyalah sebatas masalah kebiasaan untuk mendidik diri agar lebih disiplin. Berdasarkan pengamatannya, pengusaha-pengusaha kecil ini memang kurang memiliki kedisiplinan untuk membayar pajak.

Berbagai insentif juga perlu diberikan pemerintah untuk membantu para pengusaha yang baru merintis usahanya dalam menjalankan bisnis

e-commerce. Bentuk insentif yang ditawarkan dapat berupa biaya logistik yang lebih murah, ataupun harga untuk memperoleh perizinan usaha yang terjangkau.

“Pajak pada prinsipnya tidaklah memberatkan bagi para pengusaha yang mengerti. Pengusaha tidak perlu membayarkan pajaknya jika usaha yang dijalankannya masih dalam keadaan rugi. Ketika usahanya untung, barulah kewajiban membayar pajak melekat pada dirinya,” ujar Hari.

Potensi Pajak dari Bisnis E-Commerce

Hari mengakui, potensi pajak yang dapat terdeteksi baru-baru ini masih sebatas transaksi *e-commerce* yang mencakup *business to consumer* (B2C). Menurutnya transaksi *business to business* (B2B) yang seringkali merupakan transaksi besar dan lebih mudah untuk terdeteksi. Sedangkan transaksi B2C biasanya lebih sulit untuk terdeteksi karena biasanya merupakan transaksi yang terjadi pada usaha kecil menengah dan pemilikinya belum memiliki NPWP. Oleh karena itu, pemerintah harus segera menyiapkan sistem yang baik untuk mendeteksi transaksi-transaksi *e-commerce* yang sekiranya berpotensi untuk dikenakan pajak.

Siapkah Pengusaha E-Commerce Menghadapi MEA 2015?

Hari berpandangan bahwa bagi kebanyakan pelaku bisnis *e-commerce* Indonesia belum terlalu siap untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Jika dibandingkan dengan negara-negara tetangga di ASEAN, Indonesia masih jauh tertinggal dalam urusan kedisiplinan.

Negara-negara tetangga juga sudah memiliki sistem perdagangan yang sudah cukup sistematis, sementara Indonesia masih melakukan bisnis masih secara “warungan” atau bisa disebut UMKM. Termasuk masyarakat yang masih belum dapat mendisiplinkan diri dengan memisahkan keuangan pribadi dan keuangan perusahaan.

Diperlukan pembinaan bagi pengusaha-pengusaha baru untuk lebih mendisiplinkan diri agar usaha mereka terus berkembang dan tetap hidup, termasuk kewajiban untuk membayar pajak. Mereka memerlukan sistem yang tepat untuk menghadapi peluang “kebanjiran pesanan” nantinya, termasuk menyiapkan pembukuan yang tercatat dengan baik. ■

- Dienda Khairani

SEMINAR NASIONAL PERPAJAKAN

"Mengkritisi Platform Perpajakan Pemerintahan Jokowi-JK"

diselenggarakan oleh :

HIMPUNAN MAHASISWA PERPAJAKAN UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Sabtu, 8 November 2014

AULA SEMINAR GEDUNG TEKNIK LANTAI 2



DANNY DARUSSALAM
Tax Center



ADU "PINTAR PAJAK" DI KOTA APEL

Selain dikenal dengan julukan *Paris van East Java*, Kota Sejarah, dan Kota Apel, Malang juga dikenal dengan wisata kulinernya. Banyak sekali jenis makanan khas yang menggugah selera banyak wisatawan ketika berkunjung ke kota ini. Di antaranya sebut saja Bakso Malang, Bakso Bakar, Cwie mie, Rawon khas Malang, serta berbagai jajanan khasnya seperti Kripik Tempe, Kripik Apel, dan Kripik Nangka.

Selain itu, Malang juga dikenal dengan julukannya sebagai Kota Pelajar. Julukan ini dirasa tepat karena Malang memiliki banyak universitas negeri ataupun swasta yang cukup terkenal sehingga banyak mahasiswa dari luar pulau Jawa bahkan dari luar negeri hijrah ke kota ini untuk

menempuh studinya. Salah satu kampus yang paling bergengsi di Kota Malang dan yang banyak diincar oleh para lulusan sekolah menengah atas, yaitu Universitas Brawijaya (UB).

Saat ini, UB memiliki jumlah mahasiswa lebih dari 60 ribu orang dari berbagai strata mulai dari program Diploma hingga program Doktor yang tersebar dalam 10 Fakultas dan 2 Program Pendidikan setara fakultas. Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) merupakan fakultas yang memiliki jumlah mahasiswa terbanyak, istimewanya FIA UB memiliki Program Studi S1 Perpajakan.

Di usianya yang relatif muda dan baru saja memperingati dies natalis yang kedua, Himpunan Mahasiswa Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya (Hima Pajak FIA UB) menyelenggarakan sebuah perhelatan tingkat nasional yang bernama "E-SPT (*Educational Second Party of Taxation*)". Untuk memeriahkannya, penyelenggara turut mengundang para siswa tingkat SMA/ sederajat se-Jawa Timur, dan juga diikuti oleh mahasiswa pajak se-Indonesia.

Seminar Nasional

Sabtu (8/11), para peserta terlihat antusias manakala Seminar Nasional yang bertajuk "Mengkritisi Platform Perpajakan Pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla" itu disampaikan oleh pengamat perpajakan ternama. Adalah Darussalam (*Managing Partner*, DDTIC), pada sesi awal memberikan

evaluasinya terkait kinerja penerimaan pajak yang kurang baik, mengingat target penerimaan pajak selama 4 tahun terakhir ini tak pernah tercapai.

Arif Budimanta (Tim Transisi Pemerintahan Jokowi-JK Bidang Ekonomi) yang tampil setelahnya, juga menyampaikan berbagai persiapan dan strategi pemerintah yang dipimpin oleh Presiden Joko Widodo untuk mencapai target penerimaan pajak sebesar 16% dari PDB. Pada sesi akhir, Prof. Gunadi (Akademisi Pajak Universitas Indonesia) menyampaikan analisisnya tentang efektivitas kebijakan perpajakan menuju *reasonable tax ratio*. Antusiasme peserta terlihat pada sesi tanya jawab. Salah satu peserta ada yang mengajukan pertanyaan bagaimana rencana kongkrit yang akan dilakukan pemerintah untuk mencapai *tax ratio* sebesar 16%.

Cerdas Cermat Tingkat SMA/ Sederajat

Selain seminar nasional yang berjalan sangat sukses, acara E-SPT juga dimenangkan dengan lomba cerdas cermat tingkat SMA/ sederajat se-Jawa Timur. Suasana acara cerdas cermat tingkat SMA/ sederajat se-Jawa Timur itu ternyata semakin meriah ketika panitia telah menetapkan 9 tim yang lolos dari 22 tim yang menjadi peserta.

Dalam sesi babak penyisihan, 9 tim yang lolos itu tampak tertantang untuk mengerjakan studi kasus dan hanya 3 tim dengan nilai tertinggi sebagai peserta untuk mengikuti babak selanjutnya. Pada babak final, pertarungan antara para finalis tampaknya semakin sengit. Selain dituntut untuk mempresentasikan jawaban soal yang diujikan, saling berebut poin, mereka juga bertarung atas nilai yang telah didapatkan sebelum menjawab pertanyaan.

Begitu hasil lomba selesai dihitung, akhirnya terpilih lah tim SMAN 1 Batu sebagai juara I, disusul oleh tim SMAN 1 Ponorogo sebagai juara II dan SMA 2 Muhammadiyah Sidoarjo sebagai Juara III. Masing-masing tim dengan predikat juara itu mendapat uang pembinaan dan trofi.



Dari kiri ke kanan: Moderator, Darussalam, Arif Budimanta, dan Prof. Gunadi



Panitia E-SPT dan peserta lomba cerdas cermat

Tax Planning Competition Mahasiswa se-Indonesia

Dari namanya, acara ini terdengar begitu menantang bagi para mahasiswa. Bahkan, acara ini sampai memakan waktu selama dua hari. Acara ini diikuti oleh 12 tim para peserta dari berbagai perguruan tinggi.

Suasana kompetisi berlangsung sangat sengit dikarenakan para peserta memiliki kompetensi pajak yang hampir sama baiknya. Setiap tim terlihat saling berkompetisi pada babak penyisihan. Rangkaian lomba di babak penyisihan mengharuskan para tim untuk membuat essay dengan topik “Kesiapan Para Profesional Pajak dalam Menghadapi MEA 2015”, soal pilihan berganda, dan studi kasus.

Untuk menjaga independensi penilaian, panitia telah menyiapkan dewan juri dari kalangan praktisi perpajakan. Sebagai dewan juri, Romy Afandi (*Manager, Tax Research and Training DDTTC*), Ali Irfan (*Project Office Vice Manager, KAP Drs. A. Ghonie Abubakar*), dan Arsanto Raharjo (*Tax, Accounting and Finance Manager, Inspire Consulting*) sepakat memberikan penilaian untuk tim yang layak lolos ke babak semifinal.

Akhirnya, terpilihlah 6 tim, yakni 3 tim dari Vokasi Pajak UI, 1 tim dari Vokasi Pajak Universitas Airlangga, 1 tim dari Vokasi Pajak UB, dan 1 tim dari FIA UB yang lolos untuk bertanding pada babak semifinal, yaitu lomba debat. Dalam babak ini masing-masing tim tampak saling memberikan argumen sebagai tim pro dan kontra atas suatu topik yang ditentukan secara diundi. Sebelum memulai acara debat, panitia telah memberikan isu apa saja yang menjadi bahan debat, yakni pencabutan PPN atas barang-barang strategis hasil pertanian oleh Mahkamah Agung, penerapan PP No 46 tahun 2013 terhadap prinsip kesederhanaan (simplifikasi) dan keadilan, serta isu pemisahan Direktorat Jenderal Pajak dari Kementerian Keuangan RI.

Setelah terpilih 3 tim yang berhak melaju ke putaran final, setiap peserta diberikan soal studi kasus *tax planning* dan masing-masing tim harus mempresentasikan jawaban dari soal yang diujikan tersebut dihadapan

dewan juri. Dari hasil penilaian dewan juri akhirnya ditetapkan sebagai juara pertama adalah tim dari Vokasi Pajak UI yang beranggotakan Maufi Imadudin, Anastasia Aginta Surbakti, dan Mutia Fadila, peringkat kedua direbut oleh tim dari Vokasi Pajak UI yang beranggotakan Hafiz Ar Rohman, Nurnisa Widya, dan Eva Ina, serta tim tuan rumah dari FIA UB yang beranggotakan Dwi Aprianing,

Fitria Nur, dan Laras Tri menempati peringkat ketiga.

Pihak penyelenggara memberikan hadiah uang tunai sebesar Rp 3.500.000 plus trofi kepada juara pertama, uang tunai Rp 2.500.000 plus trofi kepada juara kedua, serta uang tunai Rp 1.500.000 plus trofi kepada juara ketiga. ■

-Toni Febriyanto



Peserta cerdas cermat setingkat SMA/ sederajat



Foto bersama para juara Tax Planning Competition dengan dewan juri



Tidak akan “Dikucilkan” Kalau Bayar Pajak

“**D**i negara lain, apabila suatu perusahaan tidak bayar pajak, maka perusahaan tersebut akan ‘dikucilkan’ oleh masyarakat,” begitu tutur Danny, Senior Partner di DANNY DARUSSALAM Tax Center.

Pendapat ini disampaikan di hadapan ratusan Wajib Pajak besar pada acara *tax gathering* KPP Kelapa Gading “Kontribusi Pajak Kita Sangat Berarti Bagi Negeri, Cinta Kita untuk Indonesia” di Club Gading Nias, pada Rabu (12/11) lalu.

Selain menyampaikan pendapatnya, sebagai salah satu perwakilan pembayar pajak besar, Danny Septriadi memberikan testimoninya untuk memotivasi para Wajib Pajak, dengan menceritakan kisahnya selama menjadi praktisi dan akademisi pajak.

Awalnya, acara ini dimulai dengan pembacaan doa dan dilanjutkan dengan menyanyikan bersama lagu kebangsaan Indonesia Raya. Sebelum ke acara inti, Kepala KPP Pratama Kelapa Gading, Bagyo Ardananto, memberikan sambutannya pada peserta yang hadir. Bagyo menceritakan tentang gambaran umum Wajib Pajak yang terdaftar, wilayah kerja, serta target penerimaan yang dibebankan kepada KPP yang dipimpinnya saat ini. Pada kesempatan yang sama pula, Kepala Kanwil DJP Jakarta Utara, Jatnika, yang juga hadir saat itu turut memberikan sambutan.

Mayjend TNI (INF) Widjonarko yang hadir dalam kesempatan tersebut turut memberikan presentasi singkat yang membangkitkan semangat Wajib Pajak untuk turut berkontribusi aktif membangun bangsa. Beliau juga tidak lupa menerangkan bagaimana pentingnya meningkatkan pemahaman wawasan kebangsaan untuk bersama-sama mengamankan penerimaan pajak di tahun 2014. ▀

-Gallantino Farman



Bagyo Ardananto



Jatnika



Danny Septriadi



Mayjend TNI (INF) Widjonarko



Dirjen Pajak Hasil Lelang, Jangan Dibebani Target Tinggi



Darussalam

Managing Partner, DANNY DARUSSALAM Tax Center

Menjelang akhir tahun 2014 ini, untuk pertama kalinya dalam sejarah Indonesia, Kementerian Keuangan (Kemenkeu) melelang jabatan Direktur Jenderal Pajak (Dirjen Pajak). Langkah lelang jabatan Dirjen Pajak ini memang menjadi suatu terobosan bagus yang dilakukan oleh Kemenkeu. Langkah ini juga merupakan suatu upaya untuk mengedepankan transparansi dan kompetensi dalam organisasi otoritas perpajakan. Sebagai bentuk lelang, maka harus ada transparansi yang dikedepankan, sehingga langkah ini bukan hanya sekedar formalitas.

Kualifikasi yang Harus Dipenuhi Dirjen Pajak Hasil Lelang

Idealnya, syarat utama kandidat yang akan mengisi jabatan Dirjen

Pajak ialah seseorang yang memiliki integritas. Integritas harus menjadi syarat yang mutlak karena tanpa integritas kualifikasi lain yang dimiliki tidak akan mempunyai arti. Integritas, dalam konteks organisasi Ditjen Pajak, akan terbentuk dengan sendirinya karena telah ada berbagai elemen yang memaksa seseorang untuk berintegritas, misalnya, sistem *whistleblower*. Selain itu, juga ada berbagai pengawasan internal dan eksternal, seperti: Direktorat Kitsda Ditjen Pajak, Itjen Kemenkeu, BPKP, BPK, bahkan KPK. Selain integritas, setidaknya ada 4 (empat) kualifikasi yang harus dipenuhi para kandidat Dirjen Pajak yang akan mengikuti proses lelang jabatan, di antaranya sebagai berikut:

1. Dirjen Pajak harus memiliki pemahaman yang baik mengenai aturan teknis perpajakan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa pajak

tidak terlepas dari segala peraturan yang sifatnya teknis, mau tidak mau Dirjen Pajak harus benar-benar mengerti dengan segala hal aturan teknis perpajakan. Selain itu, terkait dengan akan diterapkannya Masyarakat Ekonomi Asean di tahun 2015 dan era globalisasi, Dirjen Pajak dituntut tidak hanya menguasai perpajakan domestik, tapi juga memahami betul konsep perpajakan internasional terkait transaksi lintas batas dan juga agenda harmonisasi kebijakan pajak di ASEAN.

2. Dirjen Pajak harus memiliki pemahaman tentang proses bisnis (*understanding business*) yang baik.

Jika Dirjen Pajak memahami proses bisnis dengan baik, diharapkan kebijakan dan aturan perpajakan tidak akan bertentangan atau

menghambat pertumbuhan bisnis di Indonesia.

3. Dirjen Pajak yang terpilih harus memiliki jaringan (*networking*) yang luas dan kuat.

Memiliki jaringan (*networking*) yang luas dan kuat juga sangat dibutuhkan oleh Dirjen Pajak yang baru, baik dengan lembaga-lembaga pemerintahan yang lain seperti KPK, PPATK, OJK, BKPM, Kejaksaan, maupun dengan pihak asosiasi dan kalangan pengusaha. Dengan menjalin kemitraan, tentu akan memberikan kemudahan bagi Dirjen Pajak untuk mengakses data-data untuk kepentingan perpajakan, menggali potensi penerimaan perpajakan, mengharmonisasikan peraturan perpajakan, hingga kerjasama dalam penegakan hukum di bidang perpajakan.

4. Dirjen Pajak harus membangun kemitraan dengan otoritas pajak di negara lain.

Hal ini sangat penting agar otoritas pajak di Indonesia dapat mengoptimalkan manfaat dari pertukaran informasi (*exchange of information*) dengan otoritas pajak di negara-negara lain. Aset-aset Wajib Pajak Indonesia yang tersembunyi di negara-negara lain dapat diketahui dengan adanya pertukaran informasi tersebut.

Peningkatan Kapasitas Kelembagaan Ditjen Pajak

Persoalan besar yang menjadi penyebab mengapa target pajak tidak pernah tercapai dalam 5 tahun terakhir ini adalah pada kapasitas kelembagaan di Ditjen Pajak. Persoalan ini perlu segera dibenahi dan dicarikan solusi sesegera mungkin. Karena siapapun Dirjen Pajak yang akan terpilih nanti, selama kapasitas kelembagaan yang dimiliki Ditjen Pajak masih minim seperti saat ini, maka target pajak sangat sulit untuk tercapai.

Dalam upaya melakukan transformasi kelembagaan, Ditjen Pajak harus diberikan diskresi. Setidaknya terdapat 3 diskresi yang harus dimiliki oleh Ditjen Pajak, antara lain: diskresi anggaran, diskresi organisasi perpajakan, dan diskresi atas sumber

daya manusia. Selama Ditjen Pajak tidak diberikan ketiga diskresi tersebut, maka target *tax ratio* sebesar 16% yang menjadi *platform* perpajakan pemerintahan Jokowi-JK rasanya hanya akan menjadi angan-angan saja.

Terkait model kepemimpinan, Ditjen Pajak sebaiknya menggunakan model kepemimpinan kolektif. Ditjen Pajak dapat saja mencontoh model yang diterapkan oleh otoritas pajak Singapura yang dipimpin oleh 9 *Board of Directors* (BoD), dengan menempatkan perwakilan Wajib Pajak dan akademisi untuk mengisi posisi sebagai salah satu pimpinan di Ditjen Pajak, demikian juga di Malaysia (7 BoD) dan Hong Kong (5 BoD).

Penguatan kapasitas Ditjen Pajak juga harus diseimbangkan dengan penguatan Wajib Pajak, yaitu dengan komitmen untuk membuat piagam hak dan kewajiban Wajib Pajak (*tax payer's charter*) serta memperkuat peran dari Komite Pengawas Perpajakan yang sudah ada saat ini. Selain itu, perlu juga dilakukan penguatan asosiasi konsultan pajak Indonesia. Jadi, masing-masing *stakeholders* harus diberikan penguatan dengan porsi yang seimbang.

Ditjen Pajak Baru Jangan Dulu Dibebani Target Pajak

Lelang jabatan Dirjen Pajak merupakan suatu terobosan yang bagus. Namun, seyogianya Dirjen Pajak yang terpilih nanti jangan dulu dibebani dengan pencapaian target penerimaan pajak. Pemerintah harus memberikan masa transisi kepada Dirjen Pajak hasil lelang untuk membenahi dahulu kapasitas internal organisasi Ditjen Pajak, memperbaiki administrasi perpajakan, serta mengharmonisasi aturan pajak yang saat ini beberapa

masih tumpang tindih dan belum memberikan kepastian hukum bagi Wajib Pajak.

Oleh karena itu, sebaiknya kinerja Dirjen Pajak di masa transisi jangan diukur berdasarkan target yang direncanakan, tetapi harus berfokus dulu untuk memperbaiki kapasitas kelembagaan Ditjen Pajak. Selain itu, kebijakan pajak juga harus dibuat untuk jangka panjang, jangan hanya target jangka pendek saja yang sering meleset.

Potensi pajak di Indonesia juga masih sangat besar untuk digali, namun jika kapasitas organisasi Ditjen Pajak maka target yang besar tersebut sulit dicapai.

Harus Ada Upaya Ekstensifikasi Perpajakan

Selama ini Ditjen Pajak terlalu fokus pada sektor-sektor tertentu saja sebagai penyumbang penerimaan terbesar seperti industri pengolahan, perdagangan besar, jasa keuangan dan asuransi, pertambangan, dan produksi. Sedangkan, karakter ekonomi di Indonesia sendiri sebagian besar dilakukan oleh sektor usaha kecil dan menengah. Dari data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 58% dari PDB Indonesia disumbang oleh sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).

Pemajakan final 1% dari omzet yang diatur PP 46 Tahun 2013, merupakan cara pemerintah untuk bisa membidik pelaku UMKM agar bisa masuk dalam administrasi perpajakan serta upaya simplifikasi administrasi perpajakan. Namun, aturan ini sebaiknya hanya bersifat sementara. Jika ke depannya usaha UMKM tersebut berkembang, maka pemajakannya harus berlaku secara umum.

“Pemerintah harus memberikan **masa transisi** kepada Dirjen Pajak hasil lelang untuk membenahi dahulu kapasitas internal organisasi Ditjen Pajak, memperbaiki administrasi perpajakan, serta mengharmonisasi aturan pajak yang saat masih belum memberikan kepastian hukum bagi Wajib Pajak.”

Seperti terobosan Presiden Jokowi yang berani menaikkan BBM demi menyelematkan sempitnya ruang fiskal, pemerintah juga perlu berani melakukan terobosan dengan memajaki sektor-sektor informal tersebut. Selain upaya ekstensifikasi perpajakan, Ditjen Pajak juga tetap harus melakukan intensifikasi perpajakan atas sektor bisnis yang sudah ada serta meningkatkan penegakan hukum di bidang perpajakan.

Di banyak negara, ekstensifikasi pajak dilakukan dengan cara memperluas basis pajak, yaitu subjek pajak dan objek pajak. Sementara tarif pajak justru menunjukkan tren yang menurun besaran tarifnya. Rumus menghitung pajak sendiri adalah tarif pajak dikalikan dengan basis pajak. Jika basis pajak diperluas, tentunya penurunan tarif pajak tidak akan menjadi masalah. Justru dengan pola seperti itu, jumlah penerimaan pajak yang didapatkan akan jauh lebih besar.

Tidak lama lagi akan berlaku Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) di 2015, akan terjadi kecenderungan negara-negara ASEAN akan menurunkan tarif pajaknya. Indonesia saat ini masih 25% untuk tarif PPh Badan, Singapura sudah 17% dan Thailand akan menjadi 20%. Penting bagi Indonesia untuk menyiasati kecenderungan penurunan tarif pajak di negara-negara kawasan ASEAN agar Indonesia tetap menarik bagi para investor.

Kepatuhan dengan Enforcement dan Sukarela

Masalah kepatuhan juga tidak terelakkan menjadi salah satu penyebab tidak tercapainya target pajak selama ini. Untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak, pertama pemerintah harus melakukannya dengan cara yang memaksa (*enforcement*) melalui aturan-aturan yang mengikat Wajib Pajak. Jika pemerintah saat ini hanya mengandalkan kepatuhan secara sukarela (*voluntary compliance*), dibutuhkan waktu yang lama untuk membuat masyarakat menjadi patuh.

Enforcement dapat dilakukan dengan cara-cara yang tidak biasa, seperti bagi setiap orang yang ingin mengurus perpanjangan KTP atau pengurusan dokumen atau izin lainnya wajib melampirkan bukti penyerahan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) dan Surat Setoran Pajak (SSP). Dengan cara ini, mau tidak mau masyarakat dipaksa untuk membayar pajak. Saat ini, dalam pengurusan perizinan salah satu dokumen yang dilampirkan adalah NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), padahal NPWP sama sekali tidak mencerminkan bahwa orang tersebut membayar pajak.

Untuk kepatuhan sukarela, solusinya ada pada masalah transparansi. Wajib Pajak tentu ingin tahu alokasi pajak yang telah dibayarkan diperuntukkan untuk apa saja. Jika masyarakat tahu uang pajaknya digunakan dengan sebagaimana mestinya, jika masyarakat

merasa uang pajaknya bermanfaat, atau dengan kata lain pajak itu dari dan untuk rakyat, maka kepatuhan sukarela akan mudah untuk diwujudkan.

Namun, masalahnya alokasi dan distribusi pajak ada pada kementerian-kementerian teknis terkait masih belum ada transparansi dalam penggunaannya. Oleh karena itu, Presiden Jokowi harus bisa memaksa kementerian-kementerian teknis untuk berani memublikasikan penggunaan alokasi anggaran yang berasal dari pajak tersebut. Masing-masing harus dituntut untuk transparan, bukan hanya Wajib Pajak saja yang harus dituntut transparan. Lagi-lagi, pajak adalah uang masyarakat yang harus dipertanggungjawabkan penggunaannya oleh negara.

Penutup

Proses lelang jabatan yang sedang berjalan saat ini diharapkan bisa selesai sesuai waktu yang ditetapkan. Dengan begitu, Dirjen Pajak definitif bisa segera merumuskan kebijakan strategis untuk dapat mencapai target penerimaan perpajakan dalam APBN 2015 sebesar Rp 1.380 triliun, apalagi dengan permintaan khusus Presiden Joko Widodo yang ingin target perpajakan ditambah Rp 600 triliun. Meskipun banyak pro dan kontra, proses lelang jabatan ini juga diharapkan menjadi salah satu solusi untuk mencapai target *tax ratio* sebesar 16%.

Mari, kita tunggu gebrakan Ditjen Pajak hasil lelang. ☺

Opini ini juga disampaikan penulis dalam forum *Ngopi Bareng Akuntan: Seleksi Dirjen Pajak dan Upaya Mencapai Target Tax Ratio 16%* yang diselenggarakan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) pada tanggal 27 November 2014





SISTEM PEMBAYARAN PAJAK SECARA ELEKTRONIK (*BILLING SYSTEM*)



Researcher, Tax Research
and Training Services,
DANNY DARUSSALAM
Tax Center.

**AWWALIATUL
MUKARROMAH**

Dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna teknologi internet di Indonesia, Direktorat Jenderal Pajak (Ditjen Pajak) berupaya menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi yang ada. Setelah berhasil mengembangkan sistem pelayanan pajak secara elektronik seperti *e-Reg*, *e-SPT*, *e-Filing*, dan *e-Faktur*, kini Ditjen Pajak juga sedang mengenalkan

kepada Wajib Pajak (WP) mengenai fasilitas *e-Billing*.

Fasilitas ini sebenarnya sudah mulai dikenalkan sejak tahun 2011 sebagaimana diatur dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-47/PJ/2011 tentang Tata Cara pelaksanaan Uji Coba Penerapan Sistem Pembayaran Pajak Secara Elektronik (*Billing System*) dalam Sistem Modul Penerimaan Negara sebagaimana diubah dengan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-19/PJ/2012. Namun, penerapan tersebut masih dalam tahap uji coba.

Seiring berjalannya waktu, melalui Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-26/PJ/2014 (PER-26) tentang Sistem Pembayaran Pajak Secara Elektronik yang ditetapkan pada 13 Oktober lalu, kini fasilitas *e-Billing* sudah dapat diterapkan di seluruh wilayah Indonesia dalam rangka penyempurnaan pembayaran pajak secara elektronik. Dengan sebutan *e-Billing*, fasilitas ini menawarkan suatu manfaat bagi Wajib Pajak untuk membayarkan pajaknya dengan lebih mudah, lebih cepat, dan lebih akurat.

Mengenal *Billing System*

Menurut PER-26, sistem pembayaran pajak secara elektronik adalah bagian dari sistem penerimaan negara secara elektronik yang diadministrasikan oleh *biller* Ditjen Pajak dan menerapkan *Billing system*. *Billing system* ialah metode pembayaran elektronik dengan menggunakan Kode *Billing*. Sedangkan Kode *Billing* merupakan kode identifikasi yang diterbitkan sistem *Billing* atas suatu jenis pembayaran atau setoran yang akan dilakukan oleh WP. Kode inilah yang akan menjadi referensi bagi WP saat akan membayar pajak.

Dengan adanya *e-Billing*, WP saat ini dapat melakukan pembayaran/penyetoran pajak dengan sistem pembayaran pajak secara elektronik. Terkait dengan hal itu, PER-26 juga mengatur mengenai jenis pajak apa saja yang dapat dibayar/disetor melalui *e-Billing*. Pada pasal 2 ayat (2) PER-26 disebutkan, pembayaran/penyetoran pajak tersebut meliputi seluruh jenis pajak, kecuali:

1. Pajak dalam rangka impor yang diadministrasikan pembayarannya

- oleh *biller* Direktorat Jenderal Bea dan Cukai; dan
2. Pajak yang tata cara pembayarannya diatur secara khusus.

Ketentuan Mata Uang

Selain mengatur mengenai jenis pajaknya, Ditjen Pajak juga memberikan kemudahan bagi WP dengan membolehkan pembayaran/penyetoran pajak dengan menggunakan mata uang Dollar Amerika Serikat, selain tentunya mata uang Rupiah.

Namun, pembayaran dalam mata uang Dollar Amerika Serikat tersebut hanya dapat dilakukan untuk Pajak Penghasilan Pasal 25, Pajak Penghasilan Pasal 29 dan Pajak Penghasilan yang bersifat final yang dibayar sendiri oleh Wajib Pajak yang memperoleh izin untuk menyelenggarakan pembukuan dengan menggunakan bahasa Inggris dan mata uang Dollar Amerika Serikat.

Bukti Penerimaan Negara Memiliki Kedudukan yang Sama dengan Surat Setoran Pajak

Dalam Pasal 3 PER-26, transaksi pembayaran/penyetoran pajak secara elektronik dapat dilakukan melalui Teller Bank/Pos Persepsi, Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *Internet Banking* dan *Electronic Data Capture* (EDC). Dalam hal ini, WP dapat menentukan cara mana yang lebih mudah untuk dilakukan oleh WP itu sendiri.

Atas pembayaran/penyetoran pajak tersebut, WP akan menerima Bukti Penerimaan Negara (BPN) sebagai bukti setoran. BPN adalah dokumen yang diterbitkan oleh Bank/Pos Persepsi atas transaksi penerimaan negara dengan teraan Nomor Transaksi Penerimaan Negara (NTPN) dan Nomor Transaksi Bank (NTB)/Nomor Transaksi Pos (NTP) sebagai sarana administrasi lain yang kedudukannya disamakan dengan Surat Setoran Pajak (SSP). BPN diterbitkan dalam bentuk sebagai berikut:

1. Dokumen bukti pembayaran yang diterbitkan Bank/Pos Persepsi, untuk pembayaran/penyetoran melalui Teller dengan Kode *Billing*;

2. Struk bukti transaksi, untuk pembayaran melalui ATM dan EDC;
3. Dokumen elektronik, untuk pembayaran/penyetoran melalui *internet banking*; dan
4. Teraan BPN pada SSP/SSP PBB (Pajak atas Bumi dan Bangunan), untuk pembayaran melalui Teller Bank/Pos Persepsi dengan menggunakan SSP/SSP PBB.

Selain itu, BPN sekurang-kurangnya mencantumkan elemen-elemen sebagai berikut:

1. NTPN;
2. NTB/NTP;
3. Kode *Billing*;
4. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP);
5. Nama Wajib Pajak;
6. Alamat Wajib Pajak, kecuali untuk BPN yang diterbitkan melalui ATM dan EDC;
7. Nomor Objek Pajak (NOP), dalam hal pembayaran pajak atas transaksi pengalihan hak atas tanah dan/atau bangunan, kegiatan membangun sendiri dan Pajak Bumi dan Bangunan sektor Perkebunan, Perhutanan dan Pertambangan, kecuali untuk BPN yang diterbitkan melalui ATM dan EDC;
8. Kode Akun Pajak;
9. Kode Jenis Setoran;
10. Masa Pajak;
11. Tahun Pajak;
12. Nomor ketetapan pajak, bila ada;
13. Tanggal bayar; dan
14. Jumlah nominal pembayaran.

Ditjen Pajak mengatur, kedudukan BPN (termasuk cetakan, salinan dan fotokopinya) disamakan dengan SSP dan SSP PBB dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Dalam hal terdapat perbedaan antara data pembayaran yang tertera dalam BPN dengan data pembayaran menurut sistem penerimaan negara secara elektronik, maka yang dianggap sah adalah data sistem penerimaan negara secara elektronik.

Tata Cara Pembuatan Kode Billing

Untuk dapat menggunakan fasilitas ini, WP harus terlebih dahulu memperoleh Kode *Billing*. Terdapat 3

(tiga) cara untuk memperolehnya, WP dapat memilih salah satu dari ketiga cara tersebut, yaitu di antaranya:

1. Membuat sendiri pada Aplikasi Billing DJP yang dapat diakses melalui laman Ditjen Pajak dan laman Kementerian Keuangan;

- a. Jika WP ingin membuat Kode *Billing* sendiri, maka harus terlebih dahulu melakukan registrasi untuk memperoleh User ID dan PIN secara online melalui menu Daftar Baru pada Aplikasi *Billing* DJP dan mengaktifkan akun pengguna melalui konfirmasi email. Setelah akun pengguna diaktifkan, maka WP dapat melakukan log-in dengan memasukkan User ID dan PIN yang tercantum pada email konfirmasi yang dikirimkan kepada WP. Registrasi ini dilakukan WP hanya untuk satu kali saja.
- b. Kemudian WP melakukan input data-data WP yang diperlukan pada form aplikasi yang terdapat dalam laman *e-Billing*, termasuk melakukan input data setoran pajak yang akan dibayarkan. Input data tersebut dilakukan atas nama WP sendiri atau atas nama dan NPWP WP lain sehubungan dengan kewajiban sebagai Wajib Pungut. Setelah selesai melakukan input data, maka WP akan memperoleh Kode *Billing*.
- c. Namun, apabila terdapat indikasi penyalahgunaan, Ditjen Pajak dapat melakukan penutupan secara jabatan atas akun pengguna Aplikasi *Billing* DJP. Selain itu, apabila terjadi pemindahan tempat terdaftar WP yang mengakibatkan perubahan NPWP, Aplikasi *Billing* DJP akan menyesuaikan akun pengguna dengan NPWP baru.

2. Melalui Bank/Pos Persepsi atau pihak lain yang ditunjuk oleh Direktur Jenderal Pajak

WP dapat memperoleh Kode *Billing* melalui Bank/Pos Persepsi atau pihak lain yang ditunjuk oleh Direktur Jenderal Pajak dengan cara mendatangi Teller Bank/Pos

Persepsi dengan menyerahkan SSP/SSP PBB atau menggunakan layanan/produk/aplikasi/sistem yang telah terhubung dengan sistem *Billing* Ditjen Pajak.

3. Diterbitkan secara jabatan oleh Ditjen Pajak

Kode *Billing* juga dapat diterbitkan secara jabatan, namun hanya dalam kondisi tertentu, yaitu dalam hal diterbitkannya ketetapan pajak (SKP), Surat Tagihan Pajak (STP), Surat Pemberitahuan Pajak Terutang PBB (SPPT-PBB) atau SKP PBB yang mengakibatkan kurang bayar.

Selain itu, terdapat tambahan penjelasan mengenai langkah-langkah pembayaran/penyetoran pajak melalui Teller Bank/Pos Persepsi dengan menggunakan SSP/SSP PBB sebagaimana yang disebutkan dalam poin nomor 2 di atas, antara lain sebagai berikut:

1. WP menyerahkan SSP/SSP PBB dalam rangkap 4 (empat) yang telah diisi lengkap dan ditandatangani kepada Teller Bank/Pos Persepsi, dengan menyertakan uang sejumlah nominal yang disebutkan dalam SSP/SSP PBB.
2. Teller Bank/Pos Persepsi merekam data pembayaran/setoran pajak untuk menerbitkan Kode *Billing*.
3. Teller Bank/Pos Persepsi mencetak bukti penerbitan Kode *Billing* dan menyerahkannya kepada WP.
4. WP memeriksa kesesuaian elemen data pada bukti penerbitan Kode *Billing* dengan isian SSP/SSP PBB.
5. Dalam hal elemen data yang tertera pada bukti penerbitan Kode *Billing* telah sesuai dengan isian SSP/SSP PBB, WP menandatangani bukti penerbitan Kode *Billing* dan menyerahkannya kembali kepada Teller Bank/Pos Persepsi.
6. Teller Bank/Pos Persepsi memproses transaksi pembayaran pajak atas Kode *Billing* dimaksud.

WP menerima kembali formulir bukti setoran lembar ke-1 dan lembar ke-3 yang telah ditera dengan elemen-elemen data BPN serta dibubuhi tanda tangan/paraf, nama pejabat Bank/Pos Persepsi dan cap Bank/Pos Persepsi

sebagai bukti bayar/setor.

Kebenaran elemen data yang tertera pada BPN merupakan tanggung jawab WP yang telah menandatangani bukti penerbitan Kode *Billing*. Kesalahan input data setoran pajak, diselesaikan melalui prosedur Pemindahbukuan (Pbk) dalam administrasi perpajakan.

Masa Berlaku Kode *Billing*

Kode *Billing* berlaku dalam waktu 48 (empat puluh delapan) jam sejak diterbitkan dan setelah itu secara otomatis terhapus dari sistem dan tidak dapat dipergunakan lagi. Untuk Kode *Billing* yang diterbitkan secara jabatan, Kode *Billing* tersebut berlaku sampai dengan jatuh tempo pembayaran pajak, dan tidak dapat dipergunakan setelah melewati jangka waktu dimaksud. Namun, WP dapat membuatnya kembali apabila kode *Billing* telah terhapus secara sistem. Apabila terdapat perbedaan data antara data elektronik dengan hasil cetakan, maka yang dijadikan pedoman adalah data yang terdapat pada data elektronik yang berada di Kementerian Keuangan.

Komentar

Secara sederhana, *Billing system* merupakan suatu sistem pembayaran pajak dengan menggunakan Kode *Billing* yang telah terhubung dengan sistem penerimaan negara. Kode tersebut berupa angka-angka (15 digit) yang akan digunakan WP sebagai referensi untuk melakukan pembayaran melalui bank/pos persepsi, ATM, *internet banking*, ataupun EDC. Pada dasarnya, PER-26 sifatnya hanya mempertegas dan memperjelas bagaimana cara dan kedudukan cara pembayaran pajak melalui Kode *Billing* yang disamakan dengan model penyetoran secara manual sebagaimana yang dilakukan pada umumnya, yaitu mengisi SSP dan menyetor di bank/pos persepsi.

Dengan adanya *e-Billing*, transaksi pembayaran pajak menjadi lebih mudah dan cepat karena dapat dilakukan WP hanya dalam hitungan menit dari mana pun WP berada, seperti melalui *internet banking*. Jika WP memilih teller bank atau kantor pos sebagai sarana pembayaran, WP tidak perlu lagi menunggu lama untuk teller

memasukkan seluruh data pembayaran pajak, karena cukup dengan Kode *Billing* yang WP tunjukkan, maka teller akan mendapatkan data pembayaran berdasarkan data yang telah WP input sebelumnya dalam sistem *e-Billing*. Oleh karena itu, antrian di bank atau kantor Pos akan sangat cepat berkurang karena teller tidak perlu lagi memasukkan seluruh data pembayaran pajak.

E-Billing juga membantu WP dalam pengisian SSP elektronik secara lebih akurat sesuai dengan transaksi perpajakan WP, sehingga kesalahan data pembayaran, seperti Kode Akun Pajak dan Kode Jenis Setoran, dapat dihindari. *Web application* dalam sistem *e-Billing* menyediakan *validation rules/function/interface* yang dapat meminimalisasi kekeliruan. Selain itu, kesalahan entry data yang biasa terjadi di teller dapat terminimalisasi karena data yang akan muncul pada layar adalah data yang telah WP input sendiri.

Namun pada faktanya, pembayaran pajak melalui *e-banking* sendiri tidak hanya dapat dilakukan dengan sistem *e-Billing*. Dari pihak perbankan sendiri, melalui inovasinya, juga menyediakan layanan pembayaran pajak dengan aplikasi yang dibuat masing-masing bank (Mandiri Gateway, BRI e-Tax, BNI e-Tax, dan sebagainya).

Dengan demikian, *e-Billing* ini hanya berupa sarana lain bagi WP untuk membayarkan pajaknya. Pada akhirnya, WP dapat memilih apakah mau menggunakan fasilitas *e-Billing* dari Ditjen Pajak atau cukup puas dengan sistem dari perbankan. Hal penting yang perlu dipastikan adalah bahwa pajak yang dibayarkan WP telah masuk ke kas negara dan WP mendapatkan bukti setor yang sah untuk memenuhi keperluan administrasi perpajakan. ■

Billing System: Bayar Pajak Secara Elektronik

Sebagai bentuk tindak lanjut dari pelaksanaan uji coba sistem pembayaran pajak secara elektronik (*billing system*) peraturan yaitu Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-26/PJ/2014 tentang Sistem Pembayaran Pajak

Lalu, seperti apa mekanisme pembayaran secara elektronik tersebut ?



WP dapat memperoleh Kode *Billing* dengan 3 pilihan



1 Metode pembayaran elektronik dengan menggunakan Kode *Billing*



Membuat sendiri pada Aplikasi *Billing* Ditjen Pajak

atau



2 Bank/Pos Persepsi

Melalui Bank/Pos Persepsi atau pihak lain yang ditunjuk Ditjen Pajak

atau



3 Diterbitkan secara jabatan oleh Ditjen Pajak

Kode *Billing* tidak dapat dipergunakan jika telah melewati batas waktu yang dimaksud, namun WP atau Bank/Pos Persepsi dapat membuat kembali Kode *Billing* yang baru

? Pajak apa saja yang pembayarannya dapat menggunakan *billing system*

Meliputi Seluruh Jenis Pajak, kecuali:

1 Pajak dalam rangka impor yang diadministrasikan oleh Biller Ditjen Bea dan Cukai

2 Pajak yang tata cara pembayarannya diatur secara khusus

Setelah memperoleh Kode *Billing*, WP dapat melakukan setoran pajak melalui: 4 Pilihan

Bentuk Bukti Penerimaan Negara (BPN) sebagai bukti setoran yang diterima oleh WP

1 Teller Bank/Persepsi

Dokumen bukti penerimaan (Yang melalui Teller dengan Kode *Billing*)

2 Teraan BPN** (Yang melalui Teller dengan SSP/SSP PBB)

Keterangan:

- BPN kedudukannya dipersamakan dengan SSP dan SSP PBB dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
- Jika terdapat perbedaan antara data pembayaran yang tertera dalam BPN dengan data pembayaran menurut sisten Penerimaan Negara secara elektronik maka yang dianggap sah adalah data sistem Penerimaan Negara secara elektronik

system) yang telah dilakukan sebelumnya, Direktorat Jenderal Pajak (Ditjen Pajak) menerbitkan suatu Secara Elektronik yang ditetapkan pada pertengahan Oktober lalu.



2

Kode identifikasi yang diterbitkan melalui sistem *billing* atas suatu jenis pembayaran atau setoran yang akan dilakukan Wajib Pajak



kode yang digunakan untuk referensi dalam pembayaran pajak



- Registrasi secara online melalui Aplikasi *Billing* DJP
- Log-in dengan *User ID* dan PIN aktif
- Input Data WP dan Setoran
- Cetak Kode *Billing*

- Datangi Teller Bank/Pos Persepsi dengan menyerahkan SSP/SSP PBB, atau
- Gunakan layanan/produk/aplikasi/sistem yang terhubung dengan Sistem *Billing* Ditjen Pajak

- Dalam hal terbitnya:
- Ketetapan Pajak;
 - Surat Tagihan Pajak;
 - SPPT PBB; atau
 - SKP PBB yang menyebabkan kurang bayar

Masa Berlaku Kode *Billing*

Berlaku selama **48 jam** sejak diterbitkan

Berlaku sampai dengan **jatuh tempo** pembayaran pajak

Mata uang yang boleh digunakan?



Dollar AS (USD)*

*hanya untuk pembayaran PPh Pasal 25, PPh Pasal 29, dan PPh bersifat final yang dibayar sendiri oleh WP yang sudah mendapatkan izin pembukuan dalam Bahasa Inggris dan mata uang dollar (USD)



atau
Rupiah (IDR)

Anjungan Tunai Mandiri (ATM)



3

Electronic Data Capture (EDC)



Struk bukti transaksi

4

Internet Banking




Dokumen Elektronik

Domestik

Lelang Jabatan Dirjen Pajak Baru



Mengingat akan berakhirnya jabatan Dirjen Pajak pada Desember mendatang, baru kali ini Kementerian Keuangan berniat ingin melelang jabatan tersebut. Bahkan, persyaratan sebagai kandidat Dirjen Pajak baru di antaranya harus menguasai masalah teknis perpajakan, dan berstatus pegawai negeri sipil. Jadi, calon Dirjen Pajak baru nantinya bisa berasal dari internal Menteri Keuangan atau lembaga negara lain.


Sebaliknya, pengamat Perpajakan Universitas Indonesia, Darussalam, memiliki pendapat sendiri mengenai Dirjen Pajak baru. Menurutnya, calon Dirjen Pajak yang berasal dari internal Ditjen Pajak atau yang sudah bekerja di Ditjen Pajak memiliki keunggulan. Pertama, mereka sudah pasti paham terhadap berbagai aturan pajak. Kedua, secara sistem mereka telah memiliki integritas. Keunggulan itu pun harus ditopang dengan kemampuan kandidat akan pemahamannya terhadap perpajakan internasional, berintegritas, dan mempunyai *network* yang luas. 

Kritik Target Pajak Lewat Transparansi

Ada dua masalah pokok yang tengah dihadapi Ditjen Pajak saat ini, yaitu ketergantungan penerimaan pajak pada ekspor komoditas dan gejala demotivasi pegawai pajak.


Menurut Menteri Keuangan, Bambang Brodjonegoro, hal ini terbukti jika setoran pajak Wajib Pajak Badan mengalami penurunan, setoran pajak Orang Pribadi sampai tidak bisa menutupi kekurangan tersebut. Bahkan, tidak tercapainya target penerimaan pajak selama tiga tahun terakhir disebut-sebut disebabkan oleh setoran Wajib Pajak Badan yang menurun.

Sementara demotivasi pegawai pajak saat ini disebabkan adanya kesenjangan antara harapan pegawai pajak dengan kebijakan yang ada. Menurut Bambang, kebijakan saat ini menempatkan pegawai pajak hanya sebagai sumber daya.

Pada kesempatan lain, pengamat perpajakan Universitas Indonesia, Darussalam menuturkan, tidak tercapainya target penerimaan pajak dikarenakan adanya kesalahan dalam penetapan target pajak. Menurut analisisnya, selama ini target pajak yang ditetapkan terlalu besar, sehingga tidak sebanding dengan kapasitas Ditjen Pajak untuk mencapai target tersebut. Untuk itu, seharusnya penetapan target pajak terbuka dan transparan, agar publik dapat mengkritik target tersebut realistis atau tidak. 

PPnBM Ponsel Tidak Tepat Sasaran


Beberapa bulan lalu mencuat gagasan Kementerian Perindustrian dan Perdagangan yang sepakat mengenakan PPnBM terhadap telepon seluler (ponsel) impor. Pengenaan PPnBM terhadap ponsel ini direncanakan untuk menekan impor ponsel dan menarik perusahaan ponsel asing untuk berinvestasi di Indonesia. Dari pengenaan PPnBM ponsel ini pun diharapkan penerimaan pajak dapat meningkat.

Di sisi lain, Kementerian Keuangan belum akan mengenakan PPnBM atas ponsel. Menurut Dirjen Pajak sendiri, pengenaan PPnBM atas ponsel tidak tepat sasaran. Pasalnya, selain ponsel yang hakikatnya kebutuhan sehari-hari dan harganya masih terjangkau, kebijakan ini dikhawatirkan dapat mendorong terjadinya penyelundupan barang mewah. Apalagi, penyelundupan barang mewah saat ini, belum teratasi dengan sempurna. 



Tarif Pajak Progresif Kendaraan Pribadi DKI, Berlaku Desember


Tarif Pajak Progresif Kendaraan Pribadi DKI rencananya akan berlaku pada bulan Desember. Hal ini disampaikan oleh Kepala Dinas Pelayanan Pajak DKI, Iwan Setiawandi, dengan mensyaratkan apabila peraturan daerah (perda) selesai diundangkan bulan November ini. Perda itu sendiri sudah dievaluasi Kementerian Dalam Negeri dan Kementerian Keuangan dan pihaknya tengah mengupayakan agar Perda tersebut segera disahkan.

Tarif progresif ini berlaku untuk kendaraan pribadi yang dimiliki oleh satu keluarga. Sebagai contoh, kendaraan pertama akan dikenakan tarif menjadi 2% dari 1,5%. Sedangkan, kendaraan kedua menjadi 4% dari 2% dan 6% dari 2,5% untuk kendaraan ketiga. Untuk kendaraan keempat dan seterusnya menjadi 10% dari 4%. Dengan naiknya tarif pajak ini, diharapkan potensi penerimaan pajak Pemerintah DKI dapat mencapai Rp 2 triliun. 



Insentif Fiskal Industri Galangan Kapal


Menteri Keuangan, Bambang Brodjonegoro, mengungkapkan saat ini Pemerintah tengah fokus untuk memajukan Industri Galangan Kapal. Untuk mencapai hal itu, ada empat insentif fiskal yang akan diberikan kepada pelaku industri. Empat insentif fiskal ini di antaranya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 10%, bea masuk komponen kapal, bea masuk ditanggung pemerintah (BMDTP) dan Pajak Penghasilan (PPH).

Insentif PPN ataupun Bea Masuk, pemerintah tengah mencari cara agar pemungutannya tidak memberatkan dan tetap sesuai dengan perundang-undangan. Tidak hanya memberikan insentif saja, pemerintah juga menganalisis dampak pemberian insentif tersebut terhadap industri dalam negeri. Sementara, untuk insentif PPh, pemerintah akan memberikan *tax allowance*. 



Sekarang, Pengguna Faktur Pajak Fiktif Akan Ditindak Tegas

Selama ini, tindakan tegas atas penerbitan faktur pajak fiktif hanya dikenakan kepada penerbit dan pengedarnya. Sekarang, penggunaannya pun akan ditindak tegas. Direktur Intelijen dan Penyidikan Ditjen Pajak, Yuli Kristiyono menyatakan, pengguna faktur pajak akan ditindak dengan tegas, mengingat pengguna faktur pajak fiktif adalah pihak yang paling besar memperoleh manfaatnya.

Yuli mengungkapkan, kasus penerbitan faktur pajak terus mengalami peningkatan. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya 49 kasus, tahun ini naik menjadi 57 kasus. Untuk mengamankan penerimaan pajak, kasus penerbitan faktur pajak fiktif (faktur yang dibuat tidak berdasarkan transaksi sebenarnya) akan diterapkan ketentuan tindak pidana pencucian uang sesuai Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2010. 

Internasional



Pengguna Internet Bakal Dikenakan Pajak

reuters.com

Pemerintah Hungaria berencana akan menerapkan pajak atas lalu lintas data internet di negaranya. Namun, kebijakan ini mendapat protes keras dari masyarakat setempat, dan pada akhirnya pemerintah negara di Eropa Timur ini membatalkan rencananya.

Viktor Orban selaku Perdana Menteri Hungaria mengaku, aturan mengenai pajak atas lalu lintas data internet ini agaknya masih belum dapat diterapkan. Dalam draf aturan ini, akan ada pengenaan pajak terhadap setiap gigabit data internet. Tarif yang akan diberlakukan adalah sekitar US\$ 0,6 (Rp 7.200) per gigabit.

Masyarakat Hungaria yang menentang keras aturan ini menilai pemerintah berupaya mengekang kebebasan dengan pengenaan pajak. Dengan penentangan yang keras ini akhirnya pemerintahan Orban pun membatalkan rencana ini. Sejumlah pihak menyambut dan memuji pembatalan tersebut karena Orban dinilai fleksibel dalam menghadapi keputusan rakyat.

“Jika masyarakat bukan lagi sekedar tidak suka dengan sesuatu, tapi sudah menganggapnya tidak masuk akal, berarti memang seharusnya tidak dilakukan. Aturan pajak ini harus ditarik, dan kami harus menghadapi kenyataan ini,” papar Orban.

Sebenarnya tidak hanya masyarakat Hungaria yang tidak setuju. Komisi Eropa pun menyebut aturan ini buruk. Juru Bicara Komisi Eropa, Ryan Heath mengatakan aturan pajak internet ini memang membatasi kebebasan masyarakat. Tidak hanya di sisi ekonomi, ini juga mempengaruhi tatanan sosial. ¹⁷



Pemerintah Thailand Menyetujui Pemberlakuan Pajak Atas Warisan

tax-news.com

Rancangan Undang-Undang (RUU) Pajak telah disetujui oleh pemerintahan Thailand pada 18 November 2014 lalu. Peraturan tersebut akan segera diberlakukan mulai pertengahan tahun 2015 yang akan datang.

Salah satu perubahan terdapat pada penghasilan yang didapatkan dari hasil warisan. Pengenaan pajak atas warisan ini dirancang sebagai bagian dari keseluruhan rencana yang dipimpin pemerintah untuk mereformasi sistem pajak Thailand melalui peningkatan pajak pada individu kaya. Tujuan pengenaan pajak ini lebih untuk menghasilkan peningkatan penerimaan pajak untuk pembangunan ekonomi dan mengurangi kesenjangan sosial. Rencana pengenaan pajak itu juga termasuk pengenaan pajak atas tanah dan bangunan.

Pajak warisan akan berlaku untuk aset terdaftar, seperti perumahan, properti, tanah, kendaraan, obligasi, saham, dan deposito. Setelah disetujui oleh Kabinet, tagihan pajak warisan sekarang akan diteruskan ke Majelis Legislatif Nasional untuk disahkan pada awal tahun 2015. ¹⁸




Finlandia Membebaskan PPN Perdagangan dengan Bitcoin

tax-news.com

Baru-baru ini, otoritas pajak Finlandia memutuskan komisi yang diperoleh dari perdagangan (jual beli) dengan menggunakan mata uang bitcoin merupakan transaksi yang dibebaskan dari PPN. Putusan tersebut mulai berlaku mulai 20 November 2014 hingga 31 Desember 2015.

Hal tersebut dikarenakan komisi dari hasil perdagangan dengan menggunakan mata uang bitcoin dianggap sebagai kasus penyediaan layanan untuk memfasilitasi pembelian dan penjualan bitcoin. Pengumpulan komisi atas kegiatan tersebut merupakan persentase dari harga jual atau harga beli bitcoin.

Keputusan tersebut dinyatakan dalam Pasal 135 ayat (1) huruf d Peraturan PPN European Union yang membahas mengenai pembebasan PPN untuk jasa keuangan. 




RUU Insentif Pajak Atas Bisnis IT di Moldova

Tax Notes International

Pemerintah Moldova rencananya akan segera mengesahkan Rancangan Undang-Undang (RUU) atas insentif pajak untuk Wajib Pajak yang melakukan bisnis IT (*Information Technology*). Pasal 15 RUU tersebut menyatakan, bisnis IT hanya akan diwajibkan untuk membayar *single tax* saja dengan tarif sebesar 12% sebagai pengganti dari pajak atas badan dan penghasilan, keamanan dan asuransi medis, pajak atas properti tak bergerak, pajak lokal, serta pajak jalan.

Pelaku bisnis IT juga akan dibebaskan dari PPN dan Pajak Bea Cukai atas peralatan komputer (termasuk aksesoris komputer dan berbagai kelengkapannya) yang terkait dengan kegiatan: (i) penciptaan dan penjualan *software* dan permainan komputer, (ii) pengelolaan peralatan komputer, (iii) *data processing* dan administrasi *webpage*, serta (iv) kegiatan terkait IT lainnya.

Insentif ini juga hanya akan berlaku untuk setiap individu ataupun badan hukum yang telah terdaftar di Moldova dan telah menandatangani kontrak dengan administrasi bisnis IT untuk melakukan aktivitas bisnis di negara ini. 





SUHUT TUMPAL SINAGA

Widyaiswara Puspendiklat Pajak

Sejak Agustus lalu, beberapa media nasional tengah ramai dengan pemberitaan seputar layanan ‘taksi Uber’. Meskipun sudah resmi meluncur di jalanan ibukota, layanan taksi inovatif ini tampaknya sangat mengundang perhatian.

Dengan menggunakan Uber, orang serasa naik taksi padahal bukan taksi. Dibandingkan dengan layanan taksi konvensional, Uber mampu menawarkan tambahan kenyamanan dengan harga yang kompetitif.

Hal ini dimungkinkan karena fungsi mediasi Uber mengoptimalkan berbagai sumber daya secara ekonomis dan efektif. Model bisnis yang tidak biasa ini juga menimbulkan kontroversi akan legalitasnya.

Bahkan otoritas terkait pun terkesan gamang dan ragu untuk menerapkan aturan.¹ Tidak heran, nyaris di semua kota tempat layanan ini berada, kebingungan dan kontroversi yang sama juga muncul.²

Di balik kontroversinya itu, sepak terjang Uber memang cukup menakutkan. Mulai berdiri tahun 2009 di San Fransisco, layanan Uber kini sudah menjangkau lebih dari 200 kota di 45 negara.³ Setelah pada Juni lalu menerima suntikan

1. Baca topik pilihan kompas.com tentang kontroversi taksi mewah Uber di Jakarta.

2. Ben Popken, “States Warn of Rideshare Risks for Passengers,” NBC News, Internet, dapat diakses pada <http://www.nbcnews.com/business/consumer/states-warn-rideshare-risks-passengers-n116736>

3. <https://www.uber.com/about>

MENGUBER PAJAK “TAKSI UBER”



investasi senilai 1,2 miliar USD, perkiraan nilai perusahaan ini menjadi 18,2 miliar USD.

Sekarang Uber menduduki posisi kedua, setelah Facebook, sebagai perusahaan dengan nilai tertinggi yang disokong para investor.⁴ Uber mencatat penghasilan sebesar 360 juta USD ketika valuasinya masih 3,8 miliar USD di bulan Agustus 2013. Diperkirakan akhir tahun lalu pengguna aktif Uber mencapai 450.000 orang.⁵

Saat ini di Jakarta layanan Uber memang masih terbatas di seputar SCBD dan tujuan bandara. Namun, melihat ekspansi hiperbolik yang dilakukan di seluruh dunia, bukan tidak mungkin layanan Uber akan menggurita di berbagai kota di Indonesia dan diperhitungkan pada sektor transportasi dan logistik. Di website resminya, Uber menyatakan, mereka akan merubah cara dunia bergerak, memberi pilihan lain bagi penumpang, dan peluang bisnis bagi para sopir.⁶

(Wakil) Gubernur DKI Basuki Tjahaya Purnama sendiri pernah menyatakan Uber akan dilarang beroperasi di Jakarta karena tidak mau bayar pajak.⁷ Apakah benar bahwa Uber melakukan *tax evasion*? Atau memang kegiatan bisnis yang dilakukan Uber di Indonesia tidak menimbulkan kewajiban pajak? Tulisan ini akan mengulas definisi BUT dengan menggunakan kasus Uber ini sebagai *nexus* bagi justifikasi pemajakan oleh negara sumber, khususnya pada transaksi berbasis *e-commerce*.⁸

Proses Bisnis Uber

Apabila dicermati lebih lanjut, Uber sesungguhnya bukan perusahaan jasa

“Wakil Gubernur DKI Basuki Tjahaya Purnama sendiri pernah menyatakan Uber akan dilarang beroperasi di Jakarta karena tidak mau bayar pajak.”

transportasi. Hal ini terlihat karena Uber tidak memberikan layanan jasa transportasi. Apalagi, Uber tidak memiliki kendaraan yang digunakan untuk melayani transportasi, tidak ada pemeliharaan kendaraan, dan tidak mempunyai karyawan sebagai sopir.

Lalu bagaimana cara memesan taksi ‘Uber’ ini? Setiap calon penumpang dapat mengoperasikan sistem aplikasi yang terpasang di *smartphone* ‘ponsel pintar’ atau komputer miliknya. Aplikasi ini berperan untuk menghubungkan antara pemilik kendaraan dengan calon penumpang. Artinya, pengemudi (dan/ atau pemilik kendaraan) adalah pihak lain yang independen.

Dengan begitu, cara kerja taksi Uber ini terlihat lebih mengandalkan aplikasi berbasis teknologi. Alhasil, karakter bisnis demikian memungkinkan Uber beroperasi di Indonesia tanpa perlu membuka kantor cabang.

Dalam beberapa kegiatan utama di Jakarta, seperti *launching*, *regional manager* Uber Mike Brown datang dan mengadakan seremoni acara di hotel atau tempat umum lainnya. Tentu terkait dengan kegiatan ini telah dilakukan berbagai persiapan dan kegiatan pendukung lainnya.

Ada tiga pihak yang terlibat secara langsung dalam sistem Uber. Mereka adalah pemilik kendaraan, calon penumpang, dan Uber, sebagai penghubung keduanya. Setiap pemilik kendaraan mendaftarkan diri sebagai pengemudi Uber.⁹

Dengan aplikasi Uber yang telah terpasang dalam *smartphone*, pengemudi tinggal memantau kebutuhan calon penumpang. Dengan kemudahan ini, calon penumpang tidak perlu mencari taksi sendiri dan menunggu di pinggir jalan.

Cukup dengan menyentuh beberapa tombol yang terdapat di aplikasi Uber pada *smartphone*, pengemudi yang menggunakan sistem Uber akan datang. Calon penumpang bisa menunggu di tempat yang nyaman dan informasi terkait pesanan ‘taksi Uber’ akan selalu di-*update* di aplikasi Uber termasuk besaran tarif yang akan dibayarkan.

Setelah penumpang sampai di lokasi tujuan, pembayaran kemudian dibebankan ke kartu kredit milik penumpang (yang sebelumnya telah didaftarkan).¹⁰ Ini yang menarik. Semua tarif ini dimungkinkan untuk berubah, naik atau turun, sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran.¹¹ Sistem demikian ini memungkinkan Uber memberi layanan dengan harga ideal yaitu harga penawaran dan permintaan selalu berada pada harga pasar.

Pada saat penumpang melakukan pembayaran menggunakan kartu kredit, seluruh penghasilan akan masuk dahulu ke rekening Uber setelah dipotong *fee* untuk penerbit kartu kredit. Pembagian penghasilan atas pembayaran penumpang ini dilakukan

4. Rafiq Maqbool, “At \$18.2 Billion, Uber Worth More Than Hertz, United Continental,” Forbes, Internet, dapat diakses pada <http://www.forbes.com/sites/ellenhue/2014/06/06/at-18-2-billion-uber-is-worth-more-than-hertz-united-airlines/>

5. Liz Gannes, “Uber Confirms Revenue Estimates, but Bristles Over Source of Valleywag Report,” All Things D, Internet, dapat diakses pada <http://allthingsd.com/20131204/uber-essentially-confirms-revenue-estimates-but-bristles-over-source-of-valleywag-report/>

6. Untuk melihat contoh review pengalaman menggunakan Uber silahkan baca di <http://id.technasia.com/seberapa-nyamankah-layanan-uber-jakarta-review/>

7. Bambang Kartika, “Ahok: Uber dilarang di Jakarta karena tak bayar pajak,” TECHINASIA, Internet, dapat diakses pada <http://id.technasia.com/uber-jakarta-dilarang-tidak-bayar-pajak-ahok/>

8. Selain Uber, ada juga Lyft atau Sidecar misalnya yang menawarkan sistem nyaris serupa.

9. Sementara ini layanan Uber di Jakarta belum dibuka untuk sopir orang pribadi sebagaimana di tempat asalnya. Di Jakarta Uber hanya menggunakan rekanan eksklusif berupa perusahaan rental mobil tertentu. Adityahadi, “Tanggapan Resmi Taksi Uber Setelah Dilarang Beroperasi di Jakarta,” Lihat Aitnesia, Internet, dapat diakses pada <http://aitnesia.com/tanggapan-resmi-taksi-uber-setelah-dilarang-beroperasi-di-jakarta/>

10. Di Jakarta tarif buka pintu yang diberlakukan adalah Rp7.000,- ditambah Rp500,- per menit dan Rp2.850,- per kilometer perjalanan. Minimum pembayaran sama dengan biaya pembatalan sebesar Rp30.000,-. Biaya tol atau parkir, jika ada, juga akan ditambahkan otomatis ke tagihan penumpang. Lalu ada tarif flat untuk satu kali perjalanan ke dan dari bandara, yaitu sebesar Rp200.000,-.

11. Uber dapat menaikkan tarif ketika banyak order dari calon penumpang sementara kendaraan yang tersedia hanya sedikit. Sebaliknya akan menurunkan harga ketika banyak driver beredar di jalanan sementara calon penumpang sedikit.

antara pengemudi dan Uber. Biasanya 20% untuk Uber dan 80% untuk pengemudi.¹² Apabila Uber hanya bekerjasama dengan rekanan secara eksklusif, berarti rekanan tersebut akan menerima bagian pembayaran dari Uber secara periodik.

Haruskah Ada BUT?

Satu hal yang perlu dibahas lebih dahulu adalah apakah Uber memiliki BUT di Indonesia? Karakter bisnisnya memungkinkan Uber untuk dijalankan secara *remote*. Kegiatan usaha Uber di Indonesia bisa direncanakan, dirancang, dijalankan, hingga dievaluasi di mana saja tempatnya pada belahan bumi ini.

Undang-Undang PPh menyebutkan keberadaan BUT berupa wujud fisik seperti kantor, pabrik, atau *computer server* dalam hal usaha yang dijalankan melalui internet.¹³ Ketentuan demikian ini memberi peluang besar bagi Uber, dan usaha sejenisnya, untuk leluasa menentukan apakah akan mendirikan BUT di Indonesia atau tidak.¹⁴

Hal ini terjadi karena Undang-Undang PPh masih mengikuti pakem tradisional, yaitu kehadiran BUT di Indonesia diperlukan sebagai justifikasi memajaki penghasilan di negara sumber. Pendapat OECD, sebagaimana banyak diaplikasikan dalam P3B Indonesia, juga menganut keberadaan BUT merupakan syarat minimal negara sumber dapat memajaki.¹⁵ Sementara pakem lain berpendapat, kehadiran BUT tidak selalu dibutuhkan sebagai justifikasi hak pemajakan bagi negara sumber.¹⁶

Salah satu teori yang mendasari pemikiran hak pemajakan bagi negara Sumber, yaitu teori *Benefit*. Teori ini menyatakan, hak pemajakan negara sumber didasarkan pada adanya

keuntungan (*benefit*) dan layanan yang dinikmati Wajib Pajak dalam interaksinya dengan negara sumber.¹⁷ Menurut teori *Benefit*, pajak dapat dilihat sebagai harga yang harus dibayar seluruh Wajib Pajak atas layanan (*benefit*) yang didapat dari suatu negara.

McLure menyatakan, negara sumber penghasilan harus mendapat kompensasi atas layanan yang sudah disediakan.¹⁸ Pemikiran yang mirip juga pernah disampaikan oleh Thomas S. Adams, bagian terbesar dari biaya yang dikeluarkan negara adalah untuk menyediakan lingkungan usaha yang kondusif.¹⁹ Lingkungan usaha yang nyaman di sini dapat kita bayangkan sebagai masyarakat madani yang dibentuk dan dijamin oleh negara, sehingga menjadi pembenaran dari pajak.

Menurut pakem tradisional, BUT dibutuhkan sebagai *nexus* untuk pemajakan oleh negara sumber. Alasannya, banyak layanan dalam lingkungan masyarakat madani yang disediakan negara dalam melakukan kegiatan usaha menjadi relevan dan signifikan hanya jika ada BUT.

Masalahnya dalam bisnis *e-commerce*, seperti Uber, dapat terjadi bahwa penghasilan dapat diciptakan semata dari negara domisili meskipun pelanggan yang membayar penghasilan itu seluruhnya dari negara sumber. Padahal, Doernberg mengatakan, *server* (sebagai syarat keberadaan BUT) dapat ditaruh nyaris di mana saja di dunia ini dan biasanya lokasi *server* tersebut tidak dipublikasikan dan tidak terlalu penting dalam transaksi bisnis.²⁰ Kalau mengikuti pakem tradisional ini, negara sumber bisa tidak mendapat hak pemajakan.

Namun argumentasi ini sudah ditentang oleh beberapa pihak. Misalnya, Skaar menyatakan, meskipun tidak ada BUT, suatu bisnis tetap

mendapat *benefit* yang substansial dari ketersediaan infrastruktur sehingga tetap harus memberi kontribusi dalam bentuk membayar pajak.

Akumulasi keuntungan yang substansial dari negara sumber menunjukkan, bisnis itu mendapat *benefit* dari infrastruktur negara sumber, meskipun tidak ada BUT. Utamanya dalam bisnis *e-commerce*, maka aktivitas bisnis, durasi kegiatan, dan keuntungan yang dihasilkan menjadi argumentasi kuat untuk memberi hak pemajakan bagi negara sumber.²¹

Pinto bahkan mengatakan, mendasarkan *nexus* kepada keberadaan infrastruktur berupa server komputer sebagai justifikasi pemajakan oleh negara sumber tidaklah memuaskan dan tidak cukup memberi asas kepastian.²² Karena itu, definisi BUT sebagai syarat hak pemajakan bagi negara sumber perlu dikonsepsi ulang terlebih untuk transaksi *e-commerce*.

Aspek Pajak Uber di Indonesia

Dengan melihat paparan di atas, sangat mungkin bahwa Uber, berdasarkan ketentuan hukum perpajakan di Indonesia, memang tidak wajib membayar pajak (atas *business income*) karena tidak mempunyai BUT. Sepanjang Uber tidak mendirikan kantor untuk manajemen, cabang perusahaan, bengkel, ruang untuk promosi, atau menyimpan *server* di Indonesia, besar kemungkinan tidak akan ada BUT Uber di Indonesia. Apalagi kalau mau mendasarkan kepada P3B Indonesia-Amerika Serikat misalnya, bahkan keberadaan *server* sebagai BUT tidak diatur.

Dalam hal demikian ini, maka jelas Indonesia tidak punya hak pemajakan atas *business income* Uber di Indonesia. Indonesia hanya punya hak pemajakan atas *passive income* misalnya berupa deviden, bunga, dan royalti. Mengingat penumpang membayar tagihan layanan Uber langsung ke rekening Uber menggunakan kartu kredit, yang lalu kemudian akan dibagihasikan kepada pengemudi Uber, maka sulit

12. Alyson Shontell, "The Amount Of Money Uber Will Generate In 2015 Is Staggering," *Business Insider Indonesia*, Internet, dapat diakses pada <http://www.businessinsider.co.id/uber-revenue-projection-in-2015-2014-11/#.VG540PnF9Qc>

13. Pasal 2 ayat (5) Undang-Undang PPh.

14. Jika memiliki BUT konsekuensinya adalah kewajiban perpajakan penuh sama seperti subjek pajak badan. Sedangkan jika tanpa BUT, maka Uber hanya dapat dipajaki atas penghasilan tertentu seperti atas deviden, bunga, royalti, atau imbalan atas jasanya saja.

15. Article 5 of OECD.

16. Baca Charles E. McLure, Jr., "Source-Based Taxation and Alternatives to the Concept of Permanent Establishment," (2000).

17. Klaus Vogel, "Worldwide vs Source Taxation of Income – A Review and Re-evaluation of Arguments (Part III)," (1998).

18. Charles E. McLure, Jr., "Source-Based Taxation and Alternatives to the Concept of Permanent Establishment," 2000

19. Thomas S. Adams, "The Taxation of Business," dalam *Proceeding of the Eleventh Annual Conference on Taxation*, National Tax Association, (1917)

20. Doernberg et al., *Electronic Commerce and Multijurisdictional Taxation*, (2001), 7.

21. Arvid A. Skaar, *Permanent Establishment: Erosion of a Tax Treaty Principle*, (1991), 559-60.

22. Pinto, Dale, *E-Commerce and Source-Based Income Taxation*, (International Bureau of Fiscal Documentation, 2003), 127.

rasanya untuk dapat mengkategorikan penghasilan tersebut sebagai deviden, bunga, atau royalti.

Begitu juga Uber tetap tidak bisa dipajaki berdasarkan keberadaan BUT keagenan, sepanjang tidak ada orang atau badan yang bertidak selaku agen yang kedudukannya tidak bebas.²³ Artinya, jika Uber menandatangani kontrak, misalkan dengan perusahaan mobil rental atau marketing yang tidak berada di Indonesia, maka tidak ada BUT keagenan yang muncul.²⁴ Penandatanganan kontrak ini haruslah bersifat kebiasaan atau bukan insidental semata.²⁵

Meskipun demikian, berdasarkan kelaziman usaha, Uber tidak bisa menghindar dari kegiatan marketing, riset pasar, *public relations*, dan sejenisnya di Indonesia.²⁶ Apabila secara teratur dan rutin, Uber melakukan kegiatan tersebut di Indonesia, apalagi misalnya ada bukti bahwa penandatanganan kontrak-kontrak dilakukan di Indonesia, maka Uber dapat dikatakan mempunyai BUT di Indonesia.

Informasi di website Uber sendiri bahkan menunjukkan, Uber sedang mencari karyawan untuk posisi manajemen di Indonesia hingga ke tingkat *General Manager*.²⁷ Informasi ini memang tidak memberi jaminan, GM yang nanti akan direkrut itu akan ditempatkan di kantor manajemen di Jakarta, bisa saja ditempatkan di Singapura misalnya.

Namun hal ini memberi indikasi bahwa walau bagaimanapun tetap sulit bagi Uber untuk menjalankan usahanya di Indonesia tanpa kehadiran BUT. Sehingga perlu diteliti lebih jauh bagaimana data dan fakta Uber menjalankan kegiatan usahanya sebelum menentukan ada tidaknya BUT di Indonesia.

Kesimpulan

Dalam kegiatan usaha tradisional,

23. Pasal 2 ayat (5) Undang-Undang PPh.

24. Paragraf 33, Commentary to Article 5 of the OECD MC.

25. *Ibid.*

26. Sepanjang tidak bersifat kegiatan persiapan dan pendukung sebagaimana dimaksud Pasal 5 (4) OECD Model Convention.

27. Lihat <https://www.uber.com/jobs/list?keywords=&location=Jakarta,%20Indonesia>

keberadaan BUT sebagaimana definisi sekarang memang bisa dijadikan *nexus* hak pemajakan bagi negara sumber. Namun seiring dengan peningkatan mobilitas global, cara berkomunikasi, dan kemajuan teknologi di berbagai bidang, sudah menjadi nyata bahwa keberadaan BUT (utamanya BUT fisik) sebagai *nexus* pemajakan negara sumber semakin lemah argumentasinya.²⁸ Kemunculan *e-commerce* pun semakin menegaskan pentingnya untuk dikaji ulang definisi BUT sebagai syarat hak pemajakan bagi negara sumber.

Uber di Indonesia dapat menjalankan kegiatan usahanya tanpa kehadiran BUT. Hal ini memberi keleluasaan bagi Uber untuk melakukan perencanaan pajak atau bahkan penghindaran pajak. Bahkan berdasarkan ketentuan perpajakan yang berlaku sekarang pun, masih dimungkinkan bahwa Uber mempunyai BUT di Indonesia sehingga dapat dipajaki atas *source income*-nya. Penelitian dan verifikasi oleh petugas pajak dapat mengidentifikasi kemungkinan adanya BUT Uber di Indonesia.

Namun harus juga diingat, meskipun Uber mempunyai BUT di Indonesia, keberhasilan pemajakan masih tergantung dari apakah benar-benar dapat diterapkan dan dipungut. Hal ini mengingat minimnya aset yang dapat disita untuk menjamin pembayaran pajak. Arus uang yang dilakukan pun sulit dikontrol karena menggunakan pembayaran langsung ke rekening Uber, yang entah berada di bank di negara mana karena menggunakan kartu kredit.

Diharapkan kewenangan Ditjen Pajak dapat melakukan akses terhadap rekening bank milik Wajib Pajak. Undang-Undang KUP masih membatasi hak akses ini dalam hal terdapat pemeriksaan, penagihan, atau penyidikan terhadap Wajib Pajak saja.²⁹ Mestinya, kewenangan ini dibuka seluas-luasnya hingga memungkinkan Ditjen Pajak memantau aliran uang milik Wajib Pajak seperti Uber ini. Apalagi,

28. Arvid A. Skaar, "Erosion of the Concept of Permanent Establishment: Electronic Commerce," dalam *International Studies in Taxation Law and Economics* (Kluwer, 1999), 309.

29. Pasal 35 ayat (1) Undang-Undang KUP.

mengingat pembayaran dilakukan dalam mata uang Rupiah, mestinya Uber membuka rekening di salah satu bank nasional Indonesia. Atau bisa juga dilakukan *monitoring* terhadap rekening milik dari perusahaan rekanan Uber. ■

“Sepanjang Uber tidak mendirikan kantor untuk manajemen, cabang perusahaan, bengkel, ruang untuk promosi, atau menyimpan server di Indonesia, besar kemungkinan tidak akan ada BUT Uber di Indonesia. Apalagi kalau mau mendasarkan kepada P3B Indonesia-Amerika Serikat misalnya, bahkan keberadaan server sebagai BUT tidak diatur.”



ROYALTI VERSUS BUSINESS PROFITS



INDAH KURNIA

Researcher, Tax Research
and Training Services
DANNY DARUSSALAM Tax
Center.

Persoalan beda pendapat antara Wajib Pajak dengan otoritas pajak bukan lagi merupakan permasalahan baru dalam pelaksanaan sistem perpajakan. Entah itu berbeda dalam menentukan fakta, menginterpretasikan hukum, atau mungkin kedua-duanya.

Dalam praktik, perbedaan itu tidak hanya terjadi dalam kaidah hukum pajak domestik saja, tetapi juga dalam kaidah hukum pajak internasional. Untuk itu, pada Insidecourt kali ini, penulis tertarik mengkaji persoalan beda

pendapat antara Wajib Pajak dengan otoritas pajak dalam menentukan objek Pajak Penghasilan Pasal 26.

Perbedaan yang terjadi dalam transaksi lintas batas negara antara Indonesia dengan Inggris. Hal ini disebabkan oleh ketidaksepahaman antara Wajib Pajak (selanjutnya disebut Pemohon Banding) dengan otoritas pajak (selanjutnya disebut Terbanding) dalam menentukan penggolongan penghasilan sebagai royalti atau *business profit* atas penghasilan yang diterima oleh perusahaan jasa di Inggris.¹

Fakta Sengketa

Pada Januari 2007 lalu, Pemohon Banding mengadakan perjanjian jasa (*service agreement*) dengan Intelsat Global Sales and Marketing Ltd., UK (selanjutnya disebut Intelsat). Atas perjanjian tersebut diketahui, Pemohon Banding berkewajiban melakukan pembayaran jasa sewa atas penggunaan *bandwidth* berupa *Internet Trunking Services* kepada pihak Intelsat sebesar

US\$ 89.425 per bulannya.

Dikarenakan Pemohon Banding menggunakan *bandwidth* selama dua bulan terhitung sejak Januari sampai Februari, maka besarnya biaya yang harus dikeluarkan adalah sebesar Rp 1,8 milyar. Atas hal tersebut, Terbanding melakukan koreksi. Menurut Terbanding, pembayaran jasa sewa *bandwidth* merupakan objek Pajak Penghasilan Pasal 26 yang harus dipotong dan dilaporkan Pemohon Banding.

Menurut Pemohon Banding, sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 7 Perjanjian Penghindaran Pajak Perganda (P3B) Indonesia-Inggris (selanjutnya disebut *Tax Treaty*), penghasilan dari pembayaran jasa sewa *bandwidth* termasuk dalam kategori penghasilan usaha (*business profit*) bagi Intelsat yang hak pemajakannya berada pada negara domisili. Dengan demikian, pembayaran atas jasa sewa *bandwidth* tersebut bukan objek Pajak Penghasilan Pasal 26 yang harus dipotong dan dilapor Pemohon Banding.

Lebih lanjut, Pemohon Banding mengungkapkan, koreksi Terbanding merupakan kekeliruan dari pihak auditor Pemohon Banding (dalam hal

1. Putusan Nomor Put 54034/PP/M.XA/13/2014 yang diputus pada tanggal 14 Januari 2013, dan diucapkan dalam sidang terbuka untuk umum tanggal 14 Juli 2014.

ini adalah Konsultan Akuntan Publik atau KAP) yang salah mencantumkan nilai pembayaran jasa sewa *bandwidth*. Nilai yang dicantumkan auditor adalah nilai dalam audit report tahun 2008, sementara nilai yang seharusnya dicantumkan adalah nilai yang tertera dalam pembukuan Pemohon Banding. Atas hal tersebut, Pemohon Banding mengungkapkan kesalahannya melalui surat, yang disampaikan tanggal 24 Agustus 2010.

Sementara itu, Terbanding mengutarakan, sesuai ketentuan dalam Pasal 7 ayat (7) *Tax Treaty* Indonesia-Inggris, penghasilan dari pembayaran jasa sewa *bandwidth* tidak dapat dikategorikan sebagai laba usaha seperti yang dimaksud pada ketentuan Pasal 7 ayat (1) *Tax Treaty* Indonesia-Inggris, melainkan pembayaran yang diterima sehubungan penggunaan ataupun hak untuk menggunakan alat-alat perlengkapan industri, komersial, atau ilmu pengetahuan (*the right to use of commercial equipment*) yang diatur tersendiri dalam Pasal 12 ayat (3) huruf b *Tax Treaty* Indonesia-Inggris. Sehingga, atas pembayaran jasa sewa *bandwidth* dikenakan tarif 10% sebagaimana ketentuan dalam Pasal 12 ayat (2) huruf b *Tax Treaty* Indonesia-Inggris.

Putusan Pengadilan

Dalam putusannya, sesuai dengan hasil pemeriksaan atas bukti-bukti, penjelasan Pemohon Banding dan Terbanding, dan penelitian terhadap berkas banding, Majelis Hakim menyatakan:

1. Jenis usaha yang dilakukan Pemohon Banding dikategorikan sebagai Klasifikasi Lapangan Usaha yaitu usaha bidang jasa internet.
2. Dalam menjalankan usahanya, Pemohon Banding terikat perjanjian dengan Intelsat (berdomisili di Inggris dan tidak memiliki Bentuk Usaha Tetap di Indonesia) berupa kontrak atas penggunaan *bandwidth* dari satelit milik Intelsat. Atas kontrak tersebut, Pemohon Banding berkewajiban melakukan pembayaran atas penggunaan *bandwidth*.
3. Pembayaran tersebut dalam terminologi pertelekomunikasi diistilahkan sebagai biaya sewa jasa

satelit (*bandwidth*).

4. Berdasarkan kontrak, *bandwidth* yang disewa Pemohon Banding hanya untuk beberapa saluran saja (tidak menguasai seluruh saluran satelit), dan kemudian dijual kembali oleh Pemohon Banding kepada *customer* yang membutuhkan jaringan komunikasi atau pengiriman data.
5. Bahwa fungsi utama dari satelit komunikasi pada dasarnya meneruskan sinyal dari sumbernya yang terdapat di bumi belahan lain, memperluas jangkauan siaran/komunikasi yang ada di bumi atau pun saluran/sinyal yang dipancarkan dari satelit komunikasi tersebut.
6. Royalti diberikan atas pembayaran yang berhubungan dengan penggunaan ataupun hak untuk menggunakan alat-alat perlengkapan industri, komersial, atau ilmu pengetahuan (*the right to use any industrial, commercial or scientific equipment*). Sementara *bandwidth* berupa frekuensi, gelombang, sinyal yang dihasilkan dari satelit dan tidak memenuhi tiga kategori *any industrial, commercial or scientific equipment*. Dengan demikian, penghasilan dari pembayaran atas penyediaan *bandwidth* ini tidak termasuk dalam pengertian royalti sebagaimana dimaksud pada *tax treaty*.
7. Penghasilan atas jasa penyediaan *bandwidth* merupakan penghasilan sehubungan dengan penggunaan jasa penyediaan *bandwidth*/saluran frekuensi yang dipancarkan dari satelit sehingga termasuk pada kategori *business profit*. Dengan demikian, hak pemajakan atas penghasilan jasa penyediaan *bandwidth* satelit berada di negara domisili yakni Inggris, sehingga Indonesia tidak memiliki hak pemajakan atas penghasilan tersebut.

Atas pertimbangan tersebut, Majelis Hakim memutuskan, pembayaran jasa sewa Pemohon Banding atas penggunaan *bandwidth* berupa *Internet Trunking Services* tidak dipotong Pajak Penghasilan Pasal 26. Oleh karena itu, koreksi Terbanding **tidak dapat dipertahankan**.

Komentar

Mengacu pada pertimbangan hakim yang menekankan persoalan karakterisasi (penentuan kategori) royalti atau *business profit* atas penghasilan sewa yang diperoleh Intelsat di Inggris, maka fokus penulis dalam analisis putusan ini pun mengkaji persoalan yang sama. Yang perlu diketahui, putusan ini penulis peroleh dari laman sekretariat Pengadilan Pajak sehingga komentar ini terbatas pada isi putusan yang ada dalam laman tersebut.

Kategori Royalti

Pasal 12 ayat (3) huruf b *Tax Treaty* Indonesia-Inggris menjadi dasar untuk menentukan apakah pembayaran jasa sewa penggunaan *bandwidth* Pemohon Banding termasuk dalam kategori royalti. Istilah royalti dalam pasal ini sendiri, identik dengan pembayaran apapun, yang diterima sehubungan penggunaan (*payment of any kind received as a consideration of or the use*) atau hak untuk menggunakan alat-alat perlengkapan industri, komersial atau ilmu pengetahuan (*of the right to use, any industrial, commercial or scientific equipment*). Dari klausul ini, paling tidak terdapat dua hal penting yang perlu diperhatikan untuk mengategorikan suatu pembayaran sebagai royalti. Pertama, pembayaran yang diterima itu harus berhubungan dengan penggunaan atau hak menggunakan. Kedua, penggunaan atau hak menggunakan tersebut terbatas pada alat-alat perlengkapan, industri, komersial atau ilmu pengetahuan.

Dalam OECD² Model, peneanaan royalti ditujukan pada pembayaran atas pemakaian atau hak memakai; (i) Hak Cipta atas karya tulis, karya seni atau karya ilmiah termasuk film bioskop, (ii) Hak Paten, merk dagang, pola atau model, rencana, rumus rahasia atau proses rahasia, dan pembayaran yang diterima sebagai imbalan atas informasi yang berkenaan dengan pengalaman di bidang industri, perdagangan, atau

2. R.A.W. Thelosen, *Straight-Through Processing: Difficulties in Applying the Royalties Article of The OECD Model*, sebagaimana dikutip oleh Darussalam, John Hutagaol, Danny Septriadi dalam, "Konsep dan Aplikasi Perpajakan Internasional," (Jakarta: DANNY DARUSSALAM Tax Center, 2010) 163-164.

ilmu pengetahuan (*know how*).

Berbeda dengan ketentuan yang diatur dalam OECD Model, pengenaan royalti dalam UN Model diperluas dengan memasukkan pembayaran atas penggunaan atau hak menggunakan perlengkapan industri, perdagangan ataupun perlengkapan dan juga pembayaran atas penggunaan hak cipta suatu karya seni, seperti pita-pita yang dipakai dalam penyiaran radio, atau televisi sebagai bagian dari royalti.³

Di lain sisi, pengertian *bandwidth* nyatanya tidak memuat unsur-unsur sebagaimana diatur dalam Pasal 12 ayat (3) huruf b *Tax Treaty* Indonesia-Inggris. Dalam kasus ini, *bandwidth* identik dengan penggunaan satelit yang digunakan untuk menyediakan jaringan komunikasi atau pengiriman data bagi *customer* yang membutuhkan, bukan berupa pita-pita yang dipakai untuk penyiaran radio atau pertelevisian.

Dengan dikecualikannya *bandwidth* dalam pengertian alat-alat perlengkapan industri, komersial maupun ilmu pengetahuan (*of the right to use, any industrial, commercial or scientific equipment*), tepat kiranya putusan Hakim menyatakan, pembayaran sewa atas penggunaan *bandwidth* tidak termasuk dalam pengertian royalti. Karena, baik secara penggunaan atau hak untuk menggunakan alat-alat perlengkapan, industri, komersial atau pun ilmu pengetahuan, pembayaran sewa *bandwidth* tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat (3) huruf b *Tax Treaty* Indonesia-Inggris.

Menurut Pasal 3 ayat (2) OECD Model dan UN Model, setiap istilah yang tidak didefinisikan di dalam *Tax Treaty* (*international meaning*) maka istilah tersebut dapat didefinisikan berdasarkan pengertian yang diatur dalam hukum domestik (*domestic meaning*) dari negara yang mengadakan perjanjian. Namun yang perlu diperhatikan oleh Majelis, dalam melakukan interpretasi istilah harus didasarkan pada tata cara interpretasi yang diatur oleh hukum perjanjian internasional, pertama interpretasi harus

berdasarkan itikad baik (*good faith*). Kedua, interpretasi yang diberikan harus sesuai dengan arti yang diberikan dalam *context* perjanjian internasional, dan ketiga interpretasi harus dikaitkan dengan maksud dan tujuan dibuatnya perjanjian internasional.⁴

Dalam konteks pengertian internasional, *Technical Advisory Group* (TAG) OECD⁵ berhasil merumuskan pengkategorian suatu penghasilan sebagai sewa atau penghasilan sehubungan penggunaan harta, yaitu jika:

- a. Harta tersebut secara fisik dikuasai oleh penyewa
- b. Penyewa mengendalikan harta tersebut
- c. Penyewa mempunyai kepentingan ekonomis atau kepemilikan yang

4. Ibid, 69-70

5. Raymond Yu, "Characterisation of E-Commerce Transaction: A Review of TAG Final Report on Tax Treaty Characterisation", November 2001, Internet. Dapat diakses melalui <http://raymondyu.net/pub/papers/eChar.pdf>

- d. Pemilik harta yang disewakan tidak menanggung resiko jika terjadi penurunan penghasilan atau kenaikan biaya/pengeluaran apabila harta tersebut tidak berdaya guna
- e. Pemilik tidak menggunakan harta tersebut secara bersamaan untuk memberikan pelayanan kepada perusahaan-perusahaan lainnya.

Sementara dalam konteks pengertian hukum domestik, SE-35/PJ/2010 menyatakan, sewa merupakan penghasilan yang diterima atau diperoleh sehubungan dengan kesepakatan untuk memberikan hak menggunakan harta selama jangka waktu tertentu baik dengan perjanjian tertulis maupun tidak tertulis sehingga harta tersebut hanya dapat digunakan oleh penerima hak selama jangka waktu yang telah disepakati. Selain itu, PSAK 30⁶ menyebutkan sewa

6. Standar Akuntansi Keuangan Per 1 Juni 2012, Cetakan Pertama (Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia,

3. Darussalam, John Hutagaol, Danny Septriadi dalam, "Konsep dan Aplikasi Perpajakan Internasional," (Jakarta: DANNYDARUSSALAM Tax Center, 2010) 163-154.



“**D**alam konteks pengertian internasional, Technical Advisory Group (TAG) OECD ‘berhasil’ merumuskan pengkategorian suatu penghasilan sebagai sewa atau penghasilan sehubungan penggunaan harta.”

sebagai suatu perjanjian yang mana *lessor* memberikan kepada *lessee* hak untuk menggunakan suatu aset selama periode waktu yang disepakati, sebagai imbalannya, *lessee* melakukan pembayaran atau serangkaian pembayaran kepada *lessor*. Kemudian, dalam ISAK 8 pun dijelaskan bagaimana mengevaluasi suatu substansi perjanjian sebagai perjanjian sewa. Evaluasi yang dapat dilakukan menurut aturan tersebut diantaranya melalui:

- Pemenuhan perjanjian bergantung pada penggunaan suatu aset atau aset-aset tertentu, dan
- Perjanjian tersebut memberikan suatu hak untuk menggunakan aset tersebut.

Dari fakta yang ada, Pemohon Banding tidak menguasai keseluruhan satelit milik Intelsat. Itu artinya secara fisik satelit tetap berada pada penguasaan masing-masing operator telekomunikasi. Selain itu, Pemohon Banding juga tidak mempunyai kontrol secara langsung atas satelit tersebut. Pihak Intelsat hanya menyalurkan *bandwidth* pada Pemohon Banding di Indonesia maupun ISP lain, baik dalam maupun di luar negeri. Dengan demikian, penghasilan dari pembayaran *bandwidth* ini tidak dapat dikategorikan sebagai penghasilan atas penggunaan harta.

Kategori Business Profit

Pasal 7 ayat (1) *Tax Treaty* Indonesia-Inggris menyatakan:

“The profits of an enterprise of a Contracting State shall be taxable only in that State unless the enterprise carries on business in the other Contracting State through a permanent establishment situated therein. If the enterprise carries on business as aforesaid, the profits of the enterprise may be taxed in the other State but only so much of them as is directly or indirectly attributable to that permanent establishment.”

Dari pasal tersebut di atas, dapat diketahui, negara sumber mendapatkan hak pemajakan atas laba usaha jika usaha tersebut dijalankan melalui Bentuk Usaha Tetap (BUT) yang ada di negara sumber. Dengan kata lain, jika usaha yang dijalankan tidak melalui bentuk usaha tetap maka hak pemajakan berada di tangan negara domisili. Hal ini berarti, negara sumber tidak berhak memajaki laba usaha sekalipun laba usaha tersebut diperoleh dari negara sumber.

Di dalam pertimbangannya, Majelis menyatakan, penyediaan jasa *bandwidth* merupakan usaha pokok yang dijalankan oleh Intelsat dan tidak dijalankan melalui BUT. Maka berdasarkan Pasal 7 ayat (1) *Tax Treaty* Indonesia-Inggris biaya sewa

bandwidth yang dikeluarkan pemohon banding merupakan laba usaha bagi Intelsat. Oleh karena itu, Majelis memutuskan, penyewaan *bandwidth* Pemohon Banding termasuk dalam pengertian *business profit*.

Kesimpulan

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan, pada hakikatnya semua jenis penghasilan yang dihasilkan melalui kegiatan usaha merupakan *business profit*. Namun, atas beberapa kategori penghasilan yang disebutkan secara khusus dalam pasal tersendiri menyebabkan suatu penghasilan yang terkategori sebagai *business profit* tersebut dikenakan pajak berdasarkan pasal tersendiri tersebut secara khusus. Misalnya pada kasus di atas, *business profit* yang diterima pihak Intelsat dapat dikategorikan sebagai royalti apabila semua unsur-unsur yang disebutkan dalam Pasal 12 ayat 3 *Tax Treaty* Indonesia Inggris terpenuhi.

Kemudian, konsep BUT sendiri menjadi hal penting untuk menentukan hak pemajakan suatu negara atas *business profit*. Oleh karena itu, pada prinsipnya, negara sumber memiliki hak mutlak untuk mengenakan pajak atas *business profit* selama Subjek Pajak Luar Negeri menjalankan kegiatan usahanya melalui BUT di Indonesia. ■

Pernahkah Anda mengalami sengketa akibat pemeriksaan pajak terkait masalah *Transfer Pricing*? Sengketa ini memang sering menimpa para Wajib Pajak. Jika Anda mengalaminya, biasanya sengketa ini berawal dari dua permasalahan, yakni permasalahan fakta, dan permasalahan atas perbedaan interpretasi atau penerapan hukum.

Hal tersebut terjadi karena konsekuensi logis dari adanya kepentingan otoritas pajak di seluruh dunia untuk mengamankan penerimaan negara mereka masing-masing. Para otoritas pajak berusaha memastikan bahwa harga atas perpindahan barang, jasa, ataupun aset yang melibatkan perusahaan multinasional di berbagai negara, telah sesuai dengan prinsip kewajaran. Tidak heran, jika masalah ini menjadi perhatian khusus para otoritas pajak.

Proses penyelesaian sengketa umumnya diselesaikan melalui proses keberatan ataupun banding ke Pengadilan Pajak. Sayangnya, proses penyelesaian sengketa tersebut menyita waktu yang lama dan menguras biaya kepatuhan yang tidak sedikit jumlahnya.

Apalagi, kalau ketentuan yang mengaturnya tidak jelas. Jarang memang otoritas pajak menggunakan alternatif penyelesaian sengketa melalui mediasi, konsiliasi, dan evaluasi. Alhasil, prosedur penyelesaian sengketa di Pengadilan Pajak sebaiknya ditempatkan sebagai pilihan terakhir dalam penyelesaian sengketa *transfer pricing*.

Menanggapi situasi tersebut, DANNY DARUSSALAM Tax Center tergugah untuk mengadakan *workshop* dengan tema "*Strategies to Defense Transfer Pricing Disputes*" pada (1/11/2014) lalu. *Workshop* ini dipandu oleh Romi Irawan (*Partner, Transfer Pricing Services*) dan David Hamzah Damian (*Partner, Tax Compliance and Tax Litigation Services*) sebagai *trainer*. Kehadiran para profesional pajak perusahaan multinasional dan kalangan civitas akademika yang mengikuti acara ini terlihat begitu antusias dan banyak mengajukan beberapa pertanyaan.



DANNY DARUSSALAM
Tax Center

WORKSHOP SERIES 3:

STRATEGIES TO DEFENSE TRANSFER PRICING DISPUTES



Kedua *trainer* mengajak para peserta untuk memperkuat posisi mereka dalam proses penyelesaian sengketa *transfer pricing* di tingkat Pengadilan Pajak. Caranya, para peserta diminta untuk membangun strategi yang dapat menunjukkan bahwa koreksi yang dilakukan otoritas pajak adalah

koreksi yang tidak sesuai dengan fakta dan tidak berdasarkan ketentuan yang berlaku. Selain itu, para peserta juga diminta untuk memperkuat bukti-bukti bahwa harga transfer dalam transaksi afiliasinya itu telah sesuai dengan prinsip kewajaran. ☺

- Indah Kurnia

DDTC Training Programs 2014 SCHEDULE



DANNY DARUSSALAM
Tax Center

11 December 2014

SEMINAR:
**"Mergers & Acquisitions:
Domestic and
International Taxation
Perspective"**

Time & Schedule:
Tuesday, 09.00 p.m. to 05.00 p.m.

Fees:
Rp. 3.000.000,-

*(Including hand-out, Reading materials,
Certificates, Coffee break and meals, Library
access, and other modern supporting facility).*

*Discount: 20% is given for registration of two (2) or
more participants*

Speakers:



Ganda C. Tobing



Yusuf W. Ngantung

M&A are vital parts of doing business in order to seek improved financial performance or the other expected outcomes. In all transactions of these types, no matter how simple or complex, tax is one of the important key components to be fully considered in M&A deals.

[Click here for details!](#)



20 December 2014

WORKSHOP:
"Beneficial Owner"

Time & Schedule:
Saturday, 09.00 p.m. to 04.00 p.m.

Fees:
Rp. 4.000.000,-

*(Including hand-out, Reading materials,
Certificates, Coffee break and meals, Library
access, and other modern supporting facility).*

*Discount: 20% is given for registration of two (2) or
more participants*

Speakers:



Ganda C. Tobing




Yusuf W. Ngantung

The concept of "Beneficial Owner" is one of the most important concepts used in tax treaties. It limits the benefit of treaty-reduced withholding taxes on dividends, interest and royalties to recipients who are beneficial owners of such income. This concept first featured in the OECD Model in 1977, however the meaning of beneficial owner still remains unclear as well as one of the most debated questions of international law. The appropriate interpretation of "beneficial owner" has, in fact, been the contested issue in a number of important tax disputes.

[Click here for details!](#)




**Training Programs will be held in
DDTC's Training Center:**


 DANNY DARUSSALAM Tax Center
(PT Dimensi Internasional Tax)
Menara Satu Sentra Kelapa Gading
Lantai 6 (Unit #O6O1 - #O6O2)
Jl. Bulevar Kelapa Gading LA3 No. 1, Summarecon
Kelapa Gading, Jakarta Utara, 14240, Indonesia

FURTHER INFORMATION


follow us on  @DDTCIndonesia


Eny Marlina

 +62 815 898 0228

 eny@dannydarussalam.com

Indah Kurnia

 +62 856 192 6643

 indah@dannydarussalam.com



**MUHAMMAD
FAHRIAL**



SEKAR TALENTA

Muhammad Fahrial adalah Senior Economist, Transfer Pricing Services dan Sekar Talenta adalah Specialist, Transfer Pricing Services DANNY DARUSSALAM Tax Center

INTEREST RATE BENCHMARKING DALAM TRANSAKSI PINJAMAN DARI PIHAK AFILIASI

Oleh: Muhammad Fahrial dan Sekar Talenta



Latar Belakang

Perusahaan multinasional seringkali menghadapi isu *transfer pricing* dalam transaksi pendanaan internal (*intercompany financing*). Biasanya bentuk transaksi pendanaan ini berupa pinjaman dari pihak afiliasi. Pasalnya, kebanyakan Wajib Pajak selama ini tidak menerapkan kebijakan *transfer*

pricing yang kuat dan konsisten. Selain itu, Wajib Pajak juga kurang memperhatikan dokumentasi *transfer pricing* yang lengkap.

Faktor lainnya, setelah lama berkuat pada isu *transfer pricing* yang terkait transaksi barang dan jasa, otoritas pajak di berbagai negara mulai memfokuskan perhatiannya pada transaksi-transaksi yang lebih kompleks termasuk transaksi pinjaman.

Mengutip survei Ernst & Young tahun 2010 dalam *Global Transfer Pricing Survey*,¹ 42% dari responden yang disurvei mengalami pemeriksaan pajak terkait dengan isu *transfer pricing* atas transaksi pinjaman. Sedangkan,

1. Ernst and Young, 2010 *Global Transfer Pricing Survey: Addressing the Challenges of Globalization*, (2011), internet, dapat diakses melalui [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Global_transfer_pricing_survey_-_2010/\\$FILE/2010-Globaltransferpricingsurvey_17Jan.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Global_transfer_pricing_survey_-_2010/$FILE/2010-Globaltransferpricingsurvey_17Jan.pdf)

survei yang sama pada tahun 2006, menemukan hanya 6% responden mengalami pemeriksaan atas transaksi pinjaman.

Sama halnya dengan bentuk transaksi-transaksi dengan pihak afiliasi lainnya, transaksi pinjaman juga harus merefleksikan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*Arm's Length Principle/ ALP*). Secara teoritis, pengaplikasian ALP dalam transaksi tersebut meliputi dua tahapan penting, di antaranya:

1. Pengujian kewajaran transaksi pinjaman dan struktur modal yang terkait erat dengan isu *thin capitalization*; dan
2. Pengujian kewajaran bunga pinjaman.

Sejak tahun 2013, Indonesia telah memperbarui ketentuan tentang pemeriksaan *transfer pricing*. Pada awalnya, Ditjen Pajak menerbitkan Peraturan Ditjen Pajak No. PER-22/PJ/2013 tentang Pedoman Pemeriksaan terhadap Wajib Pajak yang Mempunyai Hubungan Istimewa. Kemudian, pada tahun yang sama, diikuti dengan menerbitkan aturan pelaksanaan teknis dalam bentuk Surat Edaran. Surat Edaran No.SE-50/PJ/2013 memuat pengaturan tentang Petunjuk Teknis Pemeriksaan terhadap Wajib Pajak yang Mempunyai Hubungan Istimewa. Kedua aturan tersebut menjadi panduan dalam proses pemeriksaan, kemudian otoritas pajak akan menguji kewajaran transaksi ini dengan menekankan pada beberapa hal berikut:

1. Analisis atas kebutuhan uang;
2. Memastikan utang benar-benar terjadi;
3. Melakukan pengujian kewajaran perbandingan utang dengan modal;
4. dan Melakukan pengujian kewajaran tingkat bunga pinjaman.

Pembahasan kali ini akan memfokuskan pada penerapan pengujian kewajaran tingkat bunga pinjaman (*interest rate benchmarking*) saja. Secara khusus, penerapan pengujian ini menggunakan modul CUFT *Analytics* dari *TP Catalyst* yang diterbitkan oleh Bureau van Dijk Electronic Publishing (CUFT). Untuk memudahkan, pembahasan juga akan menyajikan bentuk studi kasus berdasarkan data hipotetikal atas *interest rate benchmarking* ini. Namun,

sebelum mendalami studi kasus lebih jauh, alangkah lebih baik memahami terlebih dahulu langkah-langkah dalam penerapan *interest rate benchmarking*.

Tahapan dalam *Interest Rate Benchmarking*

- a. Menentukan *Credit Rating* dari Peminjam

Langkah pertama yang sangat penting adalah melakukan analisis kelayakan kredit dari peminjam adalah dengan mengukur risiko gagal bayarnya (*probability of default*). Hal ini perlu dilakukan karena risiko gagal bayar tersebut merupakan faktor determinan utama atas tingkat bunga pinjaman. Semakin tinggi risiko gagal bayar peminjam, maka kreditor tentu akan berpikir mengalami risiko investasi yang tinggi pula. Sehingga, pada akhirnya akan meminta premi yang lebih tinggi untuk menutupi risiko tersebut.

Dalam praktiknya, *probability of default* seringkali dikuantifikasi dalam bentuk *credit rating*. *Credit rating* ini merupakan opini yang diterbitkan oleh lembaga pemeringkat (seperti *Standard & Poor's*, *Moody's*, dan *Fitch*). Opini ini bertujuan untuk menilai kelayakan kredit suatu perusahaan berdasarkan metode kualitatif serta kuantitatif yang bersifat ilmiah. Dengan kata lain, *credit*

rating merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk melakukan diferensiasi atas kelayakan kredit suatu perusahaan. Contoh berikut ini menunjukkan kategori-kategori yang digunakan oleh lembaga-lembaga pemeringkat dalam mengekspresikan opini mereka terhadap kelayakan kredit suatu perusahaan.

Dalam Tabel 1, kolom sebelah kiri 'AAA' menunjukkan kategori penilaian *credit rating* paling tinggi yang bisa diberikan. Perusahaan dengan kategori tersebut biasanya dianggap memiliki risiko gagal bayar mendekati nol. Selanjutnya risiko tersebut akan semakin meningkat seiring dengan pergeseran kolom ke sebelah kanan.

Namun, dalam kenyataannya Wajib Pajak yang memiliki transaksi pinjamannya dari pihak afiliasi sangat jarang melakukan penentuan *credit rating* ini, khususnya dalam menentukan tingkat bunga. Alasan utamanya, soal faktor biaya serta kepraktisan. Untuk mendapatkan *rating* dari lembaga pemeringkat, biaya yang harus dikeluarkan relatif besar. Sebagai alternatif, perhitungan *credit rating* tersebut dapat dilakukan secara internal. Akan tetapi, cara itupun cenderung kurang praktis. Sebab, cara tersebut memerlukan pemahaman yang mendalam serta berpotensi menimbulkan sengketa di kemudian hari.

- b. Mengevaluasi Kriteria Lain yang akan Memengaruhi Tingkat Bunga

Selain *credit rating*, terdapat beberapa kriteria lain yang dapat menjadi pertimbangan, sebagai cara lain dalam menganalisis kelayakan kredit. Kriteria-kriteria tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Tanggal efektif peminjaman.
2. Tanggal efektif dianggap penting

Tabel 1 - Kategori Penilaian Credit Rating

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|--------------------------|------|------|------|--------------------------|-----|-----|----|----|----|-------------|------|------|----|---|---|
| S&P | AAA | BBB+ | BBB | BBB- | BB+ | BB | BB- | B+ | B | B- | CCC+ | CCC | CCC- | CC | C | D |
| Moody's | Aaa | Baa1 | Baa2 | Baa3 | Ba1 | Ba2 | Ba3 | B1 | B2 | B3 | Caa1 | Caa2 | Caa3 | Ca | C | D |
| Fitch | AAA | BBB+ | BBB | BBB- | BB+ | BB | BB- | B+ | B | B- | CCC+ | CCC | CCC- | CC | C | D |
| | Investement Grade | | | | Speculative Grade | | | | | | Junk | | | | | |

karena tingkat bunga yang dikenakan juga mencerminkan kondisi pasar ataupun ekonomi.

3. Waktu jatuh tempo pinjman.
4. Semakin lama jatuh tempo pinjaman maka tingkat bunga pun akan semakin tinggi.
5. Besarnya pinjaman.
6. Pinjaman yang secara signifikan lebih besar memiliki probabilitas gagal bayar yang juga lebih besar. Oleh karena itu, pinjaman membutuhkan tingkat bunga yang lebih tinggi sebagai kompensasi bagi pemberi pinjaman atas risiko yang ditanggung.
7. Mata uang.
8. Variasi suku bunga di berbagai negara juga berpengaruh pada suku bunga untuk mata uang tiap-tiap negara yang bersangkutan.
9. Suku bunga dasar.
10. Suku bunga dapat bersifat tetap (*fixed*) dan mengambang (*floating*). Pada umumnya, tingkat suku bunga yang mengambang akan memiliki risiko pasar yang lebih rendah.
11. Tersedianya agunan.
12. Pinjaman yang memiliki agunan cenderung akan mendapatkan tingkat bunga yang lebih rendah.
13. Industri
14. Jenis pembayaran.
15. Pembayaran dapat dilakukan secara tahunan (*annually*) atau *semi-annually*.
16. Risiko spesifik negara

c. Melakukan Pencarian Pembandingan

Pada tahapan ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deduktif. Melalui pendekatan ini, pencarian kandidat pembandingan berangkat dari kriteria-kriteria faktor kesebandingan. Untuk memiliki pembandingan yang dapat dipertahankan, setidaknya memerlukan tiga persyaratan. Syarat pertama, harus sejalan dengan prinsip atau situasi ekonomi. Syarat berikutnya berupa faktor transparansi dan objektivitas. Syarat terakhir, prosesnya dapat diulang saat pemeriksaan.²

2. Materi Kuliah "Transfer Pricing Rules in International Taxation," pada program Advanced LL.M. Program in International Tax Law, International Tax Center,

Untuk mendapatkan kesebandingan dengan pembandingan, kriteria pencarian kandidat pembandingan yang akan dilakukan pada *benchmarking interest rate* ini mengikuti kriteria dan syarat transaksi pinjaman yang sedang diuji. Kriteria tersebut antara lain *credit rating*, jenis suku bunga dasar, jumlah pinjaman, dan tanggal efektif.

d. Telaah Manual dan *Comparability Adjustment*

Penggunaan kriteria dalam *database* eksternal biasanya masih menghasilkan kandidat pembandingan dengan jumlah banyak dan kurang sebanding dengan kondisi transaksi yang diuji. Oleh karena itu, diperlukan adanya telaah manual untuk memastikan pembandingan yang digunakan benar-benar berada dalam situasi yang sebanding.

Studi Kasus

Sebuah transaksi pinjaman hipotetikal antara pihak-pihak yang berafiliasi memiliki syarat dan ketentuan dalam kontrak sebagai berikut (Lihat Tabel 2).

Selanjutnya, sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, penerapan *interest rate benchmarking* ini dilakukan dengan menggunakan modul CUFT. Hal yang pertama kali dilakukan adalah mengisi informasi-informasi umum, termasuk pemilihan metode analisis, yaitu metode CUP untuk transaksi finansial, seperti terlihat pada Gambar 1.

Langkah selanjutnya adalah mendeskripsikan profil peminjam,

University of Leiden, Januari 2012. Bahan tidak dipublikasikan.

serta informasi terkait syarat dan kondisi transaksi pinjaman tersebut seperti (Lihat Gambar 2 pada halaman selanjutnya).

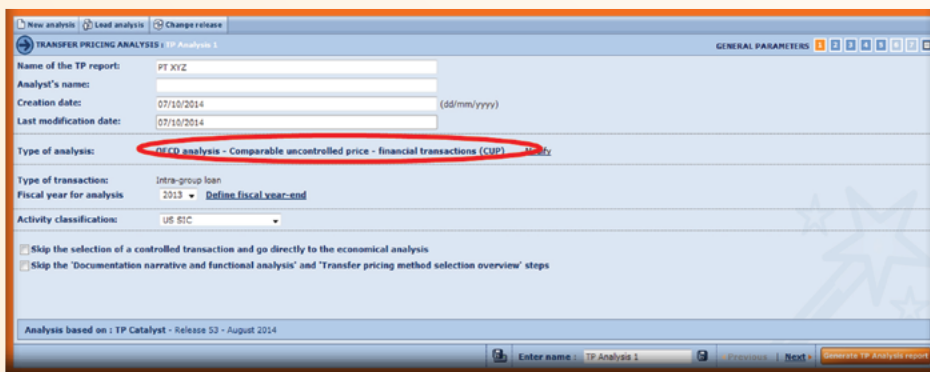
1. tanggal transaksi,
2. tanggal jatuh tempo pinjaman,
3. jumlah pinjaman,
4. *asset class*,
5. tipe,
6. tujuan pinjaman,
7. tipe bunga, dan
8. *reference rate*.

Tahapan selanjutnya dapat dikatakan merupakan fitur paling penting dalam modul CUFT ini yaitu menentukan *credit rating* dari peminjam. Seperti penjelasan sebelumnya, penghitungan *credit rating* merupakan langkah penting dalam *interest rate benchmarking*. Akan tetapi, pada kenyataannya justru langkah ini yang seringkali tidak

Tabel 2 - Keterangan Detail Transaksi Pinjaman Hipotetikal

| | |
|---------------------|----------------------------|
| Pemberi Pinjaman | X YZ Pte. Ltd. |
| Peminjam | PT XYZ |
| Tanggal efektif | 17 Juli 2013 |
| Durasi pinjaman | 5 tahun |
| Jumlah pinjaman | USD 200.000.000 |
| Tujuan pinjaman | General Corporate Purposes |
| Suku bunga pinjaman | LIBOR + 3.5% |

Gambar 1 - Pemilihan Metode CUP untuk Transaksi Finansial



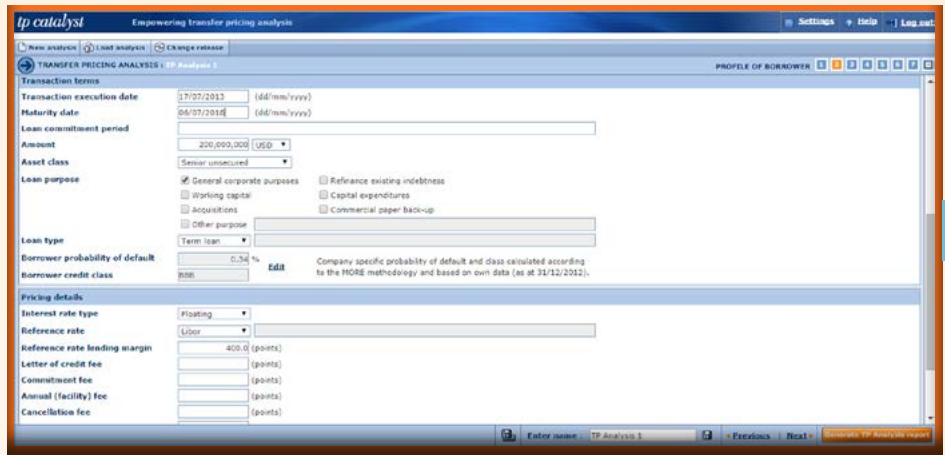
dilakukan oleh Wajib Pajak. Dengan menggunakan modul CUFT ini, Wajib Pajak dapat mengetahui estimasi *credit rating* perusahaannya dengan cara memasukkan informasi-informasi finansialnya. Seperti yang terlihat pada Gambar 3, dengan kondisi keuangan PT XYZ, *probability of default* perusahaan tersebut adalah 0,49%, dengan kategori *credit rating* BBB.

Setelah mendapatkan informasi mengenai *credit rating* maka langkah selanjutnya adalah menentukan kriteria pencarian. Langkah ini bertujuan untuk mendapatkan pembanding yang memiliki syarat dan kondisi sebanding dengan transaksi yang sedang diuji. Seperti terlihat dari Gambar 4, didapatkan 18 perjanjian pinjaman yang dapat dijadikan sebagai pembanding.

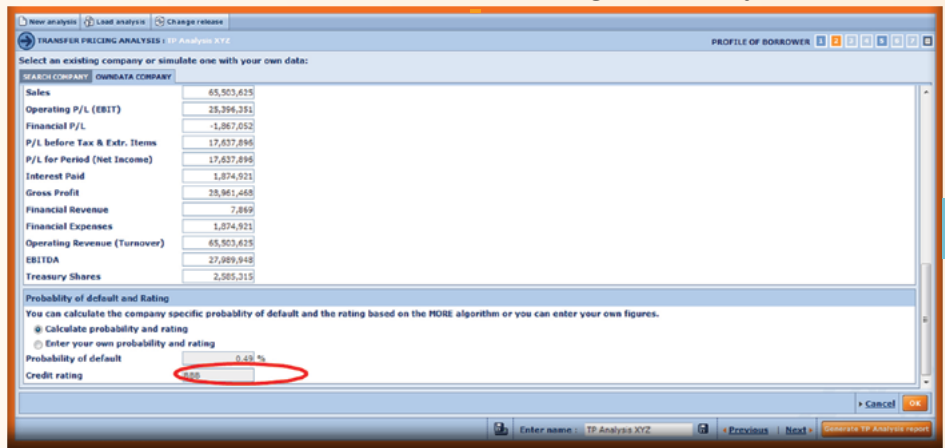
Setelah melakukan telaah manual, langkah selanjutnya adalah dengan mengeluarkan 6 buah perjanjian, sehingga perjanjian yang diterima menjadi pembanding sebanyak 12 perjanjian (Lihat Tabel 3).

Dari 12 perjanjian tersebut, penulis melakukan analisis kesebandingan seperti terlihat dalam Tabel 4. Dari tabel tersebut terlihat masih terdapat

Gambar 2 - Cara Mendeskripsikan Profil Peminjam



Gambar 3 - Estimasi Credit Rating dari Peminjam



Tabel 3 - Hasil Telaah Manual yang Menghasilkan 12 Perjanjian sebagai Pembanding

| Borrower | Country | Duration | Credit Rating | Interest Rate | |
|---------------------------------|---------|----------|---------------|---------------|-------|
| A. SCHULMAN, INC. | USA | 5 year | BBB | LIB | 130 |
| TIDEWATER INC. | | | | | 137.5 |
| UNIVERSAL CORPORATION | | | | | 150 |
| ACXIOM CORPORATION | | | | | 200 |
| WORLD FUEL SERVICES CORPORATION | | | | | 200 |
| TETRA TECH, INC. | | | | | 137.5 |
| SPEEDWAY MOTORSPORTS, INC. | | | | | 200 |
| ADVENT SOFTWARE, INC. | | | | | 225 |
| THE LACLEDE GROUP, INC. | | | | | 125 |
| AMN HEALTHCARE, INC. | | | | | 300 |
| SYNNEX CORPORATION | | | | | 200 |
| HURON CONSULTING GROUP INC. | | | | | 175 |

Gambar 4 - Mencari Pembanding yang Sesuai

| Step | Criterion | Excl./Incl. | No per step | Result |
|--|--|-------------|-------------|--------|
| 1 | Loan type: Term | Inclusion | 1,821 | 1,821 |
| 2 | Loan purpose: General corporate purposes | Inclusion | 4,152 | 1,031 |
| 3 | Interest rate: Floating | Inclusion | 5,072 | 993 |
| 4 | Execution date: from 01/01/2013 to 31/12/2013 | Inclusion | 1,134 | 251 |
| 5 | Loan Amount: min: 100,000 th EUR max: 300,000 th EUR | Inclusion | 1,396 | 80 |
| 6 | Loan commitment period: from 4 year(s) to 6 year(s) | Inclusion | 2,945 | 47 |
| 7 | MORE risk class: BBB | Inclusion | 1,441 | 18 |
| The agreements resulting from the search match at least one of the probability of default and ratings criteria | | | TOTAL : | 18 |

Tabel 4: Analisis Kesebandingan

| No. | Faktor Kesebandingan | Tested Transaction | Data Pembanding | Tingkat Kesebandingan | Penyesuaian |
|-----|----------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------|-------------|
| 1 | Skor Kelayakan | BBB | BBB | Sebanding | X |
| 2 | Suku Bunga Dasar | LIBOR | LIBOR | Sebanding | X |
| 3 | Durasi pinjaman | 5 tahun | 5 tahun | Sebanding | X |
| 4 | Tujuan | General business purposes | General business purposes | Sebanding | X |
| 5 | Mata Uang | USD | USD | Sebanding | X |
| 6 | Negara Peminjam | Indonesia | USA | Tidak sebanding | √ |

Tabel 5: Analisis Interest Benchmarking Setelah Melakukan Adjustment

| PT XYZ | |
|------------------------------------|-------------|
| Interest | LIBOR + 350 |
| Data Pembanding setelah adjustment | |
| Min | LIBOR + 325 |
| Average | LIBOR + 382 |
| Max | LIBOR + 500 |
| Quartile 1 | LIBOR + 338 |
| Median | LIBOR + 388 |
| Quartile 3 | LIBOR + 400 |

kondisi yang tidak sebanding, yaitu faktor geografis, di mana negara PT XYZ berada (Indonesia) berbeda dengan negara pembanding (USA). Sebagaimana diketahui, perbedaan *country risk* antara Indonesia dan USA kemungkinan besar akan menyebabkan tingkat bunga pinjaman di kedua negara tersebut berbeda pula.

Demi meningkatkan derajat kesebandingan, maka dengan melakukan *adjustment* akan

mengeliminasi pengaruh perbedaan lokasi tersebut terhadap tingkat bunga yang akan diperbandingkan. Dalam hal ini, pendekatan yang lazim digunakan adalah:

1. Memperhitungkan selisih tingkat bunga pengembalian dari obligasi pemerintah antar negara; atau
2. Memperhitungkan selisih nilai *credit default swap* kedua negara.

Setelah memperhitungkan

adjustment di atas, rentang kewajaran tingkat suku bunga untuk transaksi pinjaman PT XYZ dari pihak afiliasi adalah LIBOR + 3.38% sampai dengan LIBOR + 4%. Dengan demikian, berdasarkan analisis *interest benchmarking* ini, tingkat suku bunga pinjaman PT XYZ sudah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. ¹⁰

INTERNATIONAL TAX CASE

Konsep *Resident* dalam P3B



Oleh:

DEBORAH

Senior Manager,

Tax Compliance and Litigation
ServicesDANNY DARUSSALAM Tax Center
deborah@dannydarussalam.com**PERTANYAAN:****Verdy Kurniawan**
JakartaDear Tim Redaksi
Inside Tax,Mohon bantuannya
untuk menjelaskan
kepada saya mengenai
konsep *resident* dalam
Tax Treaty. Terima kasih.

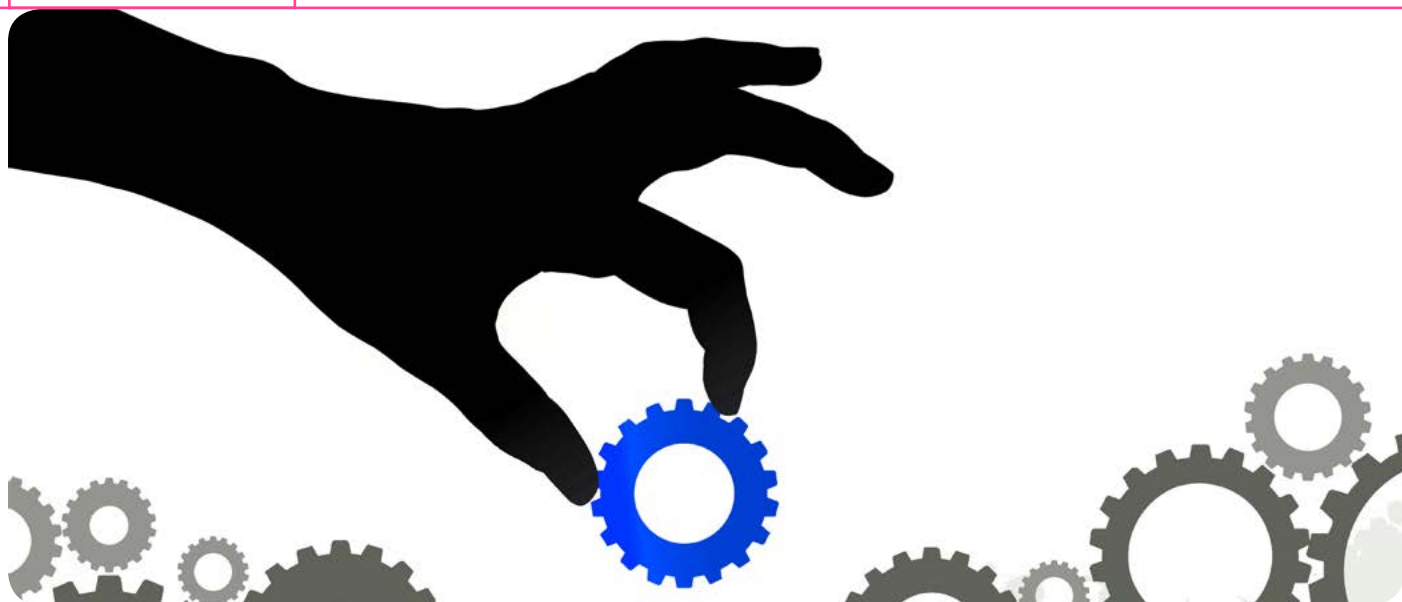
Terima kasih atas pertanyaan Bapak.

Dalam Pasal 4 ayat (1) Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B) yang berpedoman pada OECD Model, definisi mengenai *resident* (atau Subjek Pajak Dalam Negeri/SPDN) diberikan kepada undang-undang domestik dari kedua negara yang mengadakan perjanjian tersebut. Dengan demikian, untuk menentukan apakah Subjek Pajak merupakan *resident* dari negara yang mengadakan P3B adalah berpedoman pada ketentuan domestik masing-masing negara tersebut.

Namun, definisi *resident* yang diberikan kepada ketentuan domestik masing-masing negara yang mengikat P3B menimbulkan konsekuensi tersendiri. Konsekuensinya adalah

akan terjadi situasi suatu Subjek Pajak menjadi *resident* di kedua negara yang mengikat P3B (*dual resident*) atau mungkin juga tidak menjadi *resident* di negara manapun.

Lebih lanjut, dalam hal terjadi masalah *dual resident*, untuk menghilangkan kemungkinan terjadinya pemajakan berganda, sesuai Pasal 4 ayat (2) dan (3) P3B memberikan panduan untuk memecahkan permasalahan *dual resident* ini, atau yang dikenal dengan sebutan *tie breaker rule*.⁶



Pembaca yang ingin berkonsultasi dapat mengirimkan pertanyaannya melalui email ke:

✉ insidetax@dannydarussalam.com

dengan subjek “Ask Solution”, pertanyaan juga bisa ditanyakan melalui Twitter dengan direct message atau mention:

🐦 [@DDTCIndonesia](https://twitter.com/DDTCIndonesia)

Redaksi berkomitmen untuk selalu memberikan **solusi** yang **tepat, benar, dan andal** atas segala problem pajak Anda.

Bagi pembaca yang solusinya **dimuat** di setiap edisi InsideTax akan diberikan **voucher diskon** untuk mengikuti **DDTC Training Programs** periode 2015.



Oleh:
UNTORO SEJATI
Senior Manager,
Transfer Pricing Services
DANNY DARUSSALAM Tax Center
untoro@dannydarussalam.com

PERTANYAAN:

Laksono Budi
Jakarta

Perusahaan kami diperiksa oleh kantor pajak karena mengalami posisi pajak lebih bayar. Dibandingkan dengan tahun lalu, perusahaan kami mengalami kerugian.

Dengan pihak afiliasi, kami melakukan transaksi pembelian bahan mentah dan pembayaran management fee. Dalam dokumentasi transfer pricing, metode yang kami gunakan adalah TNMM. Laba perusahaan kami berada di bawah perusahaan industri sejenis.

Penentuan harga pembelian bahan mentah berdasarkan negosiasi yang mengacu pada harga pasar. Sedangkan, pembayaran management fee dilakukan berdasarkan alokasi biaya penyedia jasa ditambah dengan mark-up 5%.

Terkait dengan transaksi pembayaran management fee, kami tidak mempunyai dokumen pendukung yang cukup. Atas hal itu, bagaimana tim InsideTax menyikapinya? Dokumen-dokumen apalagi yang diperlukan selain dokumentasi transfer pricing yang sudah ada?

TRANSFER PRICING CASE

Kunci Menghadapi Pemeriksaan *Transfer Pricing*

Berdasarkan pertanyaan Bapak, berikut penjelasan dari saya.

Perusahaan yang mengalami kerugian selalu berhadapan dengan risiko koreksi yang tinggi di dalam proses pemeriksaan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan terkait transaksi perusahaan Ibu adalah sebagai berikut:

1. Ada dua hal utama yang harus Ibu penuhi apabila transaksi pembayaran *management fee* dapat dikatakan wajar. Pertama, jasa tersebut telah secara nyata diserahkan dan memberikan manfaat ekonomis bagi penerimanya. Kedua, harga yang ditagihkan wajar.

Memang, pembuktian adanya penyerahan jasa dan manfaatnya bukanlah hal yang mudah. Seringkali, banyak perusahaan yang tidak mendokumentasikan penyerahan jasa tersebut secara baik. Apalagi, sampai saat ini justifikasi manfaat masih sering menjadi perdebatan ketika proses pemeriksaan pajak.

Oleh karena itu, untuk mengatasi hal yang sedang dihadapi ini, seharusnya perusahaan Ibu menyediakan sebanyak mungkin dokumen-dokumen pendukung secara jelas. Tujuannya, untuk menunjukkan bahwa jasa tersebut telah benar-benar diberikan, seperti: bukti kedatangan penyedia jasa, laporan kegiatan hasil dari jasa yang diberikan, struktur organisasi perusahaan, dan bukti-bukti lain yang relevan.

2. Dalam hal pembuktian harga wajar atas *management fee*, perlu menyediakan detail biaya untuk dijadikan dasar pengalokasian beban *management fee* dari afiliasi, selain perbandingan untuk transaksi *management fee* tersebut. Pembuktian akan lebih kuat apabila biaya yang dikeluarkan oleh afiliasi tersebut telah diverifikasi oleh

Kantor Akuntan Publik melalui *audit upon procedure*.

Dalam hal transaksi pembelian, jika menggunakan harga pasar sebagai acuan maka akan lebih tepat pembuktian harga wajar dengan menggunakan metode perbandingan di level harga (*Comparable Uncontrolled Price / CUP*). Namun, perlu diperhatikan juga penyesuaian-penyesuaian yang mungkin dibutuhkan jika terdapat perbedaan kondisi antara transaksi yang diuji dengan harga pasar tersebut.

3. Hal yang perlu dijelaskan pada saat pemeriksaan apabila perusahaan menderita kerugian adalah disebabkan oleh faktor bisnis semata dan bukan dikarenakan adanya penghindaran pajak melalui skema *transfer pricing*.

Namun perlu diperhatikan, penjelasan tersebut perlu didukung oleh bukti-bukti yang kuat. Dalam kasus perusahaan Ibu, ada beberapa bukti yang mungkin dapat memperkuat. Di antaranya berupa tren nilai tukar rupiah sepanjang tahun lalu dikaitkan dengan tanggal pembelian bahan baku dan tanggal penjualan. Ditambah lagi, data atau jurnal industri yang dapat menunjukkan tekanan kompetisi di industri. Bukti lain yang juga penting berupa perbedaan kondisi industri di Indonesia dengan kondisi industri di negara perusahaan pembanding berada.

Demikian penjelasan dari saya, semoga dapat membantu Ibu dalam menyelesaikan kasus yang sedang dihadapi. ☺

DOMESTIC TAX CASE

Bukan Faktur Pajak Gabungan



Oleh:
R. HERJUNO WAHYU AJI
Manager,
Tax Compliance and Litigation Services
DANNY DARUSSALAM Tax Center
herjuno@dannydarussalam.com

Terima kasih atas pertanyaannya.

Pertanyaan Pertama, Faktur Pajak Gabungan

Dalam Pasal 13 ayat (2) UU PPN, Pengusaha Kena Pajak **dapat membuat 1 (satu) Faktur Pajak** meliputi seluruh penyerahan yang dilakukan **kepada pembeli Barang Kena Pajak atau penerima Jasa Kena Pajak yang sama selama 1 (satu) bulan kalender**. Dalam penjelasan Pasal tersebut dijelaskan salah satu tujuannya adalah **untuk meringankan beban administrasi**.

Ditegaskan kembali dalam pasal 6 PMK-151/PMK.03/2013 tentang Tata Cara Pembuatan dan Tata Cara Pembetulan atau Penggantian Faktur Pajak yang isinya menyatakan Pengusaha Kena Pajak dapat membuat 1 (satu) Faktur Pajak atas seluruh penyerahan BKP/JKP selama 1 (satu) bulan kalender.

Jenis Faktur Pajak demikian itu disebut Faktur Pajak Gabungan, yang harus dibuat paling lama pada akhir bulan penyerahan BKP/JKP tersebut.

Setelah melihat dasar hukum penerbitan faktur pajak di atas, maka berikut adalah penjelasan ketentuan pembuatan Faktur Pajak Gabungan dijelaskan sebagai berikut:

Pembuatan Faktur Pajak Gabungan bukan merupakan suatu keharusan. Namun, pembuatan Faktur Pajak Gabungan merupakan pilihan bagi Pengusaha Kena Pajak. Kata “dapat” dalam Pasal 6 PMK-151/2013 tidak menyebutkan Faktur Pajak yang dibuat dengan cara digabung merupakan suatu “keharusan”. Dengan demikian, pembuatan Faktur Pajak Gabungan merupakan pilihan yang disediakan oleh pemerintah bagi Pengusaha Kena Pajak dengan tujuan untuk meringankan beban administrasi.

Faktur Pajak Gabungan **dibuat sebanyak 1 (satu) kali** meliputi seluruh penyerahan yang dilakukan kepada pembeli BKP dan/atau penerima JKP yang sama **selama 1 (satu) bulan kalender**, dan harus dibuat paling lama pada **akhir bulan** penyerahan BKP dan/atau JKP.

Faktanya, penerbitan Faktur Pajak yang diterbitkan oleh perusahaan Saudara yaitu dengan cara menerbitkan Faktur Pajak

beberapa kali dalam 1 (satu) bulan untuk satu pelanggan yang sama. Dengan demikian, Faktur Pajak yang diterbitkan tersebut **tidak termasuk ke dalam pengertian Faktur Pajak Gabungan**.

Lebih lanjut, mengacu pada penjelasan dan dasar hukum yang telah disebutkan, dalam hal penerbitan Faktur Pajak, perusahaan Saudara pada dasarnya memiliki 2 (dua) opsi dalam penerbitan Faktur Pajak, yaitu:

1. membuat Faktur Pajak untuk setiap melakukan penyerahan/mendapatkan pembayaran; atau
2. membuat Faktur Pajak Gabungan untuk penyerahan pada pelanggan yang sama.

Pertanyaan Kedua, Kurs Pajak yang digunakan

Berkaitan dengan kurs yang digunakan dalam penerbitan Faktur Pajak, ketentuan yang menjadi yaitu adalah Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-24/PJ/2012 jo PER-08/PJ/2013 jo PER-17/PJ/2014 tentang Bentuk, Ukuran, Tata Cara Pengisian Keterangan, Prosedur Pemberitahuan Dalam Rangka Pembuatan, Tata Cara Pembetulan Atau Penggantian, Dan Tata Cara Pembatalan Faktur Pajak.

Lampiran II angka 12 huruf b PER-24/PJ/2012 jo PER-08/PJ/2013 jo PER-17/PJ/2014 menyebutkan, dalam hal penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau penyerahan Jasa Kena Pajak menggunakan mata uang asing maka keterangan kurs diisi sesuai dengan **Kurs Keputusan Menteri Keuangan yang berlaku pada saat pembuatan Faktur Pajak**. Apabila dilakukan penggantian/pembetulan Faktur Pajak maka kurs yang digunakan adalah kurs yang berlaku pada saat pembuatan Faktur Pajak yang diganti/dibetulkan pertama kali.

Berdasarkan ketentuan di atas jelas menunjukkan, dalam hal perusahaan Anda menerbitkan Faktur Pajak Gabungan atas penyerahan BKP/JKP yang menggunakan mata uang asing, kurs yang digunakan adalah **Kurs Keputusan Menteri Keuangan yang berlaku pada saat pembuatan Faktur Pajak Gabungan**.⁷

PERTANYAAN:

Anya Octaviani
Jakarta

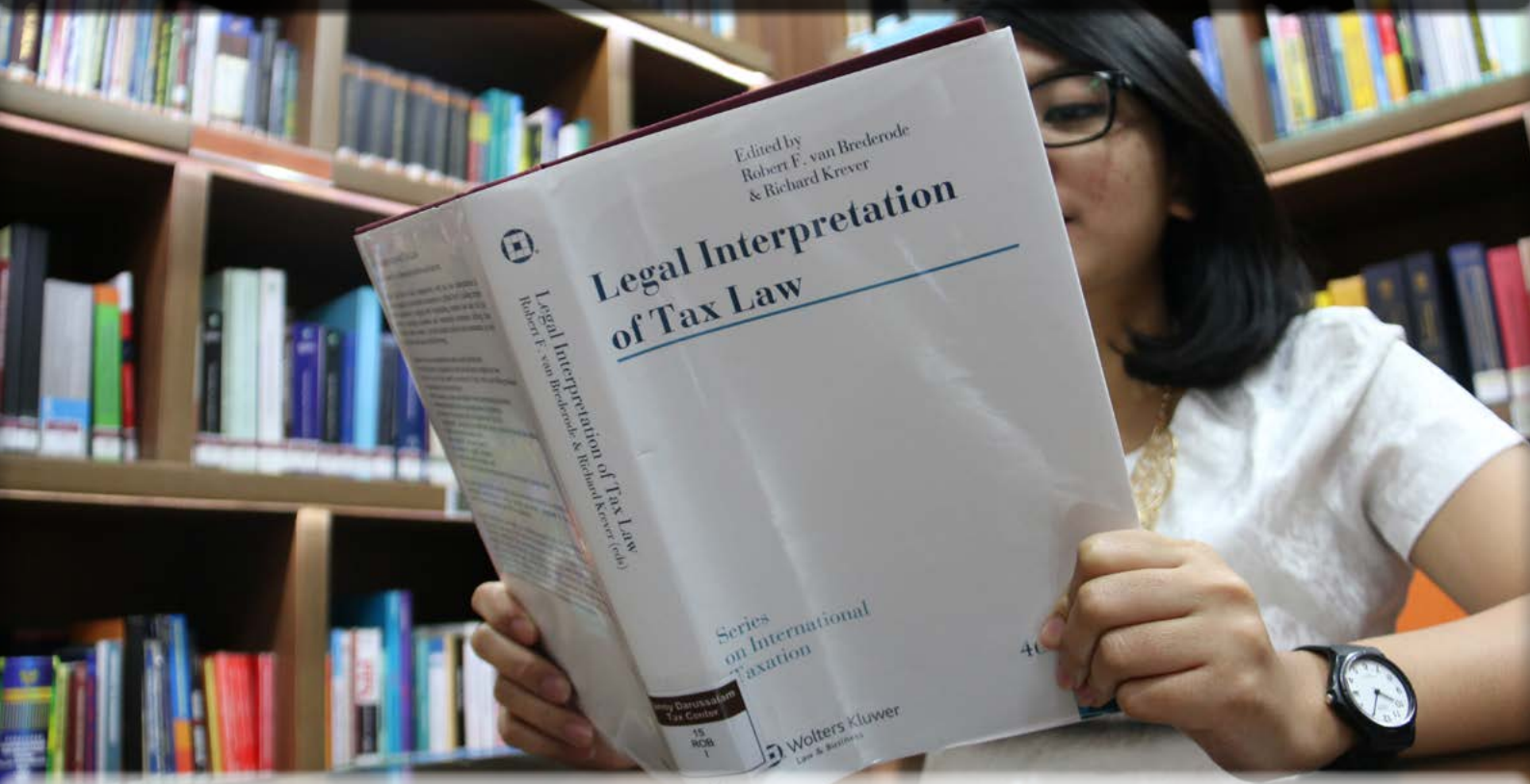
Dear Redaksi
InsideTax,

Dalam seminggu perusahaan kami melakukan beberapa kali pengiriman barang kepada satu pelanggan yang sama. Atas seluruh pengiriman tersebut, kami terbitkan satu faktur pajak.

Menurut pelanggan kami, faktur pajak yang kami buat tersebut tidak tepat. Alasannya, kami menggabungkan beberapa hari pengiriman dalam satu faktur pajak. Alhasil, kami tidak membuat faktur pajak sekali pada akhir bulan, tapi kami membuatnya beberapa kali dalam satu bulan.

Pertama, bagaimana pendapat Bapak menanggapi permasalahan tersebut?

Kedua, apabila saya menerbitkan Faktur Pajak Gabungan yang dibuat dalam satu bulan dan dibuat pada akhir bulan, bagaimana dengan faktur pajak yang diterbitkan dengan valuta asing? Kurs manakah yang harus saya gunakan, apakah kurs saat pengiriman atau kurs saat penerbitan Faktur Pajak?



Legal Interpretation of Tax Law

EDITOR

Robert F. van Brederode;
Rick Krever.

TAHUN TERBIT

2014

PENERBIT

Kluwer Law International

KOTA

Alphen aan den Rijn, the Netherlands

Dampak langsung dari diterapkannya perdagangan dan bisnis global menuntut otoritas pajak dan *external advisor* untuk dapat memahami bagaimana penerapan hukum pajak di negara lain. Untuk memberikan konsultasi yang efektif, baik konsultan dari internal otoritas pajak maupun konsultan eksternal (swasta) harus memiliki pengetahuan yang luas mengenai hukum pajak. Tidak diragukan lagi, konsultan itu juga harus memahami bagaimana menjelaskan hukum pajak dan bagaimana interpretasinya di negara lain.

Hukum yang tertulis pada umumnya bersifat kaku dan tidak mengikuti perkembangan dinamika bisnis. Jika demikian, ketentuan perpajakan yang selalu berkembang mengharuskan para professional pajak untuk terus meng-*update* pengetahuan mereka. Buku yang berjudul *Legal Interpretation of Tax Law* ini memberikan gambaran umum mengenai perbandingan metodologi interpretatif yang diterapkan dalam hukum pajak di suatu negara.

Penjelasan pada setiap bab yang dibagi ke dalam beberapa negara, dimaksudkan untuk mengisi kekosongan literatur perpajakan dengan menyajikannya dalam studi komparatif dari sebelas negara. Beberapa negara yang dipilih itu antara lain: Australia, Brazil, Tiongkok, Uni Eropa, Jerman, Italia, Hong Kong, Rusia, Afrika Selatan, dan Amerika Serikat. Pada dasarnya, negara-negara tersebut merupakan perwakilan dari 6 benua dan memiliki beberapa perbedaan dan persamaan dalam menginterpretasikan hukum pajak pada masing-masing negara.

Pada bagian awal buku ini, Anda dapat membandingkan metode interpretatif yang akan diterapkan dalam suatu hukum pajak. Hal tersebut juga terkait dengan dampak dari *external sources* (bukti pendukung)

yang akan memengaruhi pertimbangan pengadilan dalam menginterpretasikan hukum pajak. Contoh bukti pendukung yang dimaksud seperti *explanatory memoranda*, peraturan administratif, *judicial precedents*, putusan pengadilan dari negara lain, *legislative debates*, serta OECD *guidelines dan commentary*.

Buku ini dirasa pantas untuk dibaca baik oleh para praktisi pajak maupun akademisi yang selalu ingin memperbarui pengetahuannya dan menajamkan insting mereka dalam menafsirkan hukum pajak. Karena tentu saja, wawasan yang ditawarkan dalam buku ini akan memudahkan Anda dalam memahami bagaimana hukum pajak umum diterapkan. Walaupun begitu, ketentuan pajak tertentu di berbagai negara akan sangat berguna bagi Anda untuk diterapkan dalam berbagai jenis transaksi *cross-border* maupun dalam investasi. Penyajian penulisan pun terasa sangat menarik dengan menyajikan interpretasi hukum di bidang Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan, dan Pajak Penghasilan Badan. ■

-Dienda Khairani



[Click here to visit our library!](#)

Catatan Manis di Lisbon



Universidade Católica Portuguesa

Memasuki tahun ke-4 semenjak saya bergabung dalam divisi *transfer pricing* di DANNY DARUSSALAM Tax Center (DDTC), isu transfer pricing yang terjadi di Indonesia kian meluas. Audit pajak terkait *transfer pricing* juga semakin agresif serta peraturan domestik yang masih kurang memberikan pemahaman bagi Wajib Pajak. Beruntung, saya bersama Veronica Kusumawardani diberikan kesempatan oleh DDTC untuk mengikuti *Summer School of Transfer Pricing Programme* yang diselenggarakan oleh Universidade Catholic Portuguesa.

David Hamzah Damian dan Khisi Armaya Dhora juga bergabung untuk mengikuti *summer school* yang diselenggarakan oleh insitusi pendidikan yang sama, namun dengan

program berbeda yaitu *Value Added Tax Programme*.

Motivasi saya mengikuti *summer school* ini selain menjadi kebutuhan saya untuk memperbaharui dan meningkatkan pengetahuan saya mengenai *transfer pricing*, ada rasa ingin tahu yang begitu besar pada diri saya untuk mengetahui tren dan fenomena *transfer pricing* yang terjadi di negara lain. Selain itu, saya juga merasa senang sekali karena dapat berjumpa dan berkomunikasi langsung dengan para pakar *transfer pricing* kelas dunia dalam forum tersebut yang sebelumnya hanya saya kenal melalui berbagai publikasi karya ilmiah mereka.

Para pakar yang menjadi pengajar di antaranya: David Rosenbloom dari New York University, Giammarco Cottani dari Italian Revenue Agency/Jönköping

University, Luís Eduardo Schoueri dari São Paulo University, Jaime Esteves dan Leendert Verschoor dari PwC, Isabel Verlinden dari PwC/Joint Transfer Pricing Forum, dan João Gama dari Catolica Global School of Law.

Menariknya, sebelumnya saya pernah bertemu dengan Giammarco Cottani ketika beliau menjadi *trainer* dalam kursus bertemakan *Basic Principles of Transfer Pricing* yang diselenggarakan oleh IBFD pada tahun 2011 lalu di Kuala Lumpur, Malaysia. Pada kesempatan *summer school* ini saya merasa senang sekali karena saya dapat berjumpa kembali dengan Cottani dan mendengar 'cerita' terbarunya mengenai *recent updated transfer pricing*. Dengan teknik penyampaian materi yang menarik dan disertai penyampaian berbagai ilustrasi kasus-kasus *transfer pricing*



Castelo dos Mouros

Giammarco Cottani



yang terjadi di dunia, Cottati berhasil menyita perhatian saya dan para peserta lainnya.

Topik yang diangkat dalam *summer school* kali ini dapat terbilang komprehensif, karena membahas hampir semua ruang lingkup isu *transfer pricing*, antara lain:

1. *Fundamental transfer pricing;*
2. *OECD recent development and Based Erosion and Profit Shifting;*
3. *Recent case law in US and EU, Transfer Pricing in Brazil;*
4. *Business transformation and Permanent Establishment;*
5. *Transfer Pricing Intangible;*
6. *Strategy Management and Documentation;*
7. *Advance Pricing Agreement;* dan

8. *Transfer Pricing Litigation Strategy.*

Program *summer school* yang saya ikuti ini berlangsung selama 5 hari (tanggal 24-28 Juni 2013) dengan waktu belajar yang dimulai sejak pukul 8 pagi hingga pukul 12 siang. Seluruh topik yang dibahas dalam *summer school* ini menurut saya sangatlah menarik dan bermanfaat. Bahkan saya beranggapan rasanya sangat kurang jika hanya diselenggarakan selama 5 hari. Rasanya saya masih sangat penasaran mendengarkan para pakar di bidang *transfer pricing* yang berbagi ilmu dan pengalaman mereka pada program ini.

Selain belajar, saya juga memanfaatkan kesempatan di sela-sela waktu studi untuk berinteraksi dengan para peserta seminar. Peserta yang mengikuti program ini berasal berbagai

negara, antara lain dari Amerika Serikat, Afrika, Inggris, Rusia, Brasil, Belgia, Belanda, Prancis, dan Ceko. Mereka pun tidak segan-segan untuk bertukar cerita dan pengalamannya satu sama lain.

Memang waktu yang saya habiskan di Lisbon tidaklah lama, namun cukup bagi saya untuk menjelajah dan mengenal kota ini. Untuk menjelajahi kota, saya sengaja membeli tiket bus untuk satu minggu *free tour* keliling kota. Dengan tiket tersebut, kita akan diantarkan ke tempat-tempat objek wisata favorit di sana.

Satu hal yang selalu membuat saya terkesan adalah moda transportasi yang ada di kota ini, yaitu tram. Transportasi yang menggunakan tenaga listrik ini melintas di sepanjang kota dan dikendalikan secara manual oleh pengemudinya. Kesan klasik begitu terasa dan membuat saya terkagum ketika saya menaiki tram ini sambil menikmati keindahan sudut kota ini lebih dekat.

Selama perjalanan, tram mengajak kami untuk menikmati banyak sekali objek wisata yang bernuansa klasik. Pemandangan begitu menakjubkan ketika saya sampai di taman kota yang dikenal dengan Parque Eduardo VII. Sesuai dengan namanya, di taman tersebut tampak berdiri sebuah patung legendaris Louis Eduardo VII.

Bangunan bersejarah seperti gereja katedral St.Mary yang terletak di bukit Alfama juga tidak luput dari perhatian saya. Beberapa museum dan bangunan tua peninggalan sejarah seperti Museu Dos Coches, Jeronimos, Torre de Belem, Padrao dos Descobrimentos, Alcantara, Estrela, Saldanha, Campo Pequena, Gulbenkian, Sterios, Twin Towers, dan El Cotre Ingles juga menjadi tempat sasaran saya untuk berfoto.

Tempat bersejarah lain yang juga fenomenal adalah kastil yang bernama Castelo Dos Mouros. Lokasinya berada di wilayah Sintra atau berjarak 30 menit dari Lisbon apabila ditempuh dengan kereta. Dari kastil ini kita bisa memandang seluruh kota Sintra dan pada waktu cuaca cerah kita bisa memandang lebih jauh lagi hingga Mafra dan Ericeira.

Pada hari terakhir mengikuti *summer school* para peserta mendapatkan undangan untuk menghadiri malam kebersamaan dan santap malam. Acara ini dikenal dengan sebutan *folks party* yang digelar di area terbuka, di mana para tamu undangan terlihat menikmati santapan khas berupa hidangan laut yang spesial. Salah satu hidangan laut yang paling saya sukai adalah Codfish. Codfish adalah ikan laut yang banyak mengandung minyak yang biasanya disajikan dengan cara direbus dengan kentang. Suasana pada malam itu sungguh sangat menyenangkan karena kami dapat puas berbincang dan bergurau dengan para peserta lain dan para pengajar, sekaligus pada malam itu kami saling mengucapkan salam perpisahan untuk kembali ke negara masing-masing.

Catatan manis yang terekam dalam ingatan saya ini tidak mungkin akan saya lupakan tanpa dukungan penuh dari DDTC. Untuk itu, kepada DDTC yang telah memberikan kesempatan berharga kepada saya untuk menimba ilmu sampai ke Portugal, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Tentunya, ilmu dan pengalaman berharga yang telah saya dapatkan ini akan sangat bermanfaat dan dapat memberikan nilai tambah bagi kemajuan DDTC ke depannya. »

-Cindy Kikhonia Febby



KAN HATI NGUN NEGRI

ng, 13 November 2014



dari Sanggar Merah Putih. Pertunjukkan tersebut menggambarkan sinergi antara Wajib Pajak dan petugas pajak dalam membangun bangsa melalui pajak.

Di awali dengan pembacaan doa dan lagu Indonesia Raya, Kepala KPP Pratama, Novrisyar, dalam sambutannya mengutarakan KPP yang dipimpinnya ini memiliki target penerimaan tahun 2014 sebesar Rp 383,3 miliar. Namun, realisasinya per Oktober lalu baru mencapai Rp 265,7 miliar atau 68,7% dari target yang dipatok. Meskipun begitu, ia tetap mengungkapkan rasa terima kasihnya kepada para Wajib Pajak yang ikut berkontribusi dan tetap yakin kalau KPPnya sanggup mencapai target.

Tatap Muka Pahlawan Pajak Singosari

Kalau disebut nama “Singosari” mungkin Anda teringat dengan nama kerajaan di tanah Jawa tempo dulu. Namun, yang kami bukanlah situs dan sisa-sisa Kerajaan dahulu itu, melainkan sebuah kantor pajak di Malang, Jawa Timur yaitu Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Singosari.

Pada pagi itu (Kamis, 13/11), suasana ballroom Hotel Harris Malang sangat ramai dipadati tamu undangan yang sebagian besar adalah Wajib Pajak. Kedatangan Wajib Pajak tidak lain untuk menghadiri acara *Tax Gathering* yang bertujuan untuk menjalin hubungan baik antara Wajib Pajak dengan otoritas pajak di wilayah kerja KPP Pratama Singosari.

Untuk memeriahkan acara itu, KPP Pratama Singosari turut mengundang Cak Lontong yang terkenal dengan salam bekennya, “salam lempor” sebagai tamu spesial. Di sini, para tamu undangan juga semakin termotivasi ketika mendengarkan pesan penggugah semangat membayar pajak yang disampaikan oleh Darussalam (*Managing Partner*, DANNY DARUSSALAM Tax Center).

Tak hanya paparan dan motivasi tentang pajak, para tamu undangan juga disuguhi hiburan berupa pertunjukkan tarian tradisional oleh

Untuk memotivasi para Wajib Pajak, Darussalam mengawali paparannya dengan pernyataan menarik perhatian peserta. Menurutnya, “*Tidak ada suatu pemerintahan di dunia ini, tanpa ada pajak*”. Atau dengan kata lain, di dunia ini suatu pemerintahan tidak akan pernah ada jika tidak didukung oleh pajak.

Darussalam juga menceritakan, pada setiap kantor pajak di Amerika Serikat terpacu sebuah slogan yang inti ungkapannya “Pajak adalah harga yang harus kita bayar untuk dapat hidup bermasyarakat dalam suatu negara”. Hal ini menunjukkan, kontribusi masyarakat dalam membayar pajak sangat berperan penting dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Ini yang menarik. Karena menurutnya, pahlawan pembangunan bangsa sebenarnya tidak lain adalah para Wajib Pajak.

Kehadiran Cak Lontong membuat suasana ceria oleh riuh tawa para tamu yang hadir. Cak Lontong berhasil membuat para tamu undangan tertawa terpingkal-pingkal dengan lawakan *stand up comedy* yang segar di atas panggung. ■

-Toni Febriyanto



TIPS JITU JADI “WAJIB PAJAK TAAT” ALA CAK LONTONG

Mungkin terasa asing di telinga Anda apabila mendengar nama Lis Hartono. Ya, dalam dunia *showbiz* pelawak satu ini memang dikenal dengan nama “Cak Lontong”. Pria yang lahir di Magetan, 44 tahun silam ini mengawali karier lawaknya bersama grup lawak Ludruk Cap Toegoe di Surabaya. Ketika itu, ia sedang menempuh pendidikan S1 Teknik Elektro di Institut Teknologi Sepuluh November (ITS) Surabaya.

Melalui grup tersebut, nama Cak Lontong semakin bersinar setelah tampil di berbagai acara TV, seperti menjadi komika di acara “Stand Up Comedy Show” Metro TV dan menjadi panelis di acara “Indonesia Lawak Klub” Trans 7. Cak Lontong juga pernah bermain sebagai aktor film komedi “Comic 8” yang tayang pada tahun 2014 dan kerap menjadi bintang iklan untuk beberapa produk.

Konon, nama ‘Lontong’ bermula dari cerita masa kecilnya. Hartono remaja yang memiliki postur badan kurus dan tinggi ini kerap disapa dengan panggilan ‘Lontong’ oleh teman dan keluarganya. Sedangkan, kata ‘Cak’ merupakan sebutan untuk kakak lelaki di Jawa Timur.

Saat inipun kita bisa melihat kalau popularitas Cak Lontong sebagai penghibur sedang naik daun, ia memang memiliki karakter lawak tersendiri. Salah satu ciri khasnya, ketika ia mengucapkan ‘salam lempur’ sebagai kata untuk membuka dan mengakhiri lawakannya.

Ada yang unik apabila kita mendengar lawakannya. Ia hebat dalam plesetan kata serta anekdot, sehingga penonton dituntut untuk ‘mikir’ dan cerdas memahami lawakan yang ia sampaikan. Terkadang, penonton juga harus jeli menganalisa materi lawakannya yang seringkali menggunakan logika berpikir yang agak ‘ngawur’ ini.



Ditemui redaksi saat mengisi acara *tax gathering* KPP Pratama Singosari, Malang, Cak Lontong sukses membuat para tamu undangan tertawa puas selama 45 menit. Berikut ini cuplikan dari lawakan Cak Lontong yang menyinggung soal kepatuhan pajak.

Himbauan Pajak, Bayarlah dengan Terseym

Pernah suatu ketika Cak Lontong datang ke kantor pajak gak bawa apa-apa, cuma senyam-senyum. Eh, ia malah gak diladeni sama orang pajak. Ternyata bayar pajak tetap pakai uang, hanya saja harus sambil tersenyum. Pesan yang terkandung ini mengisyaratkan jika membayar pajak itu harus ikhlas dan tidak terpaksa.

Survei Membuktikan

Dalam salah satu surveinya, Cak Lontong menyebutkan, Indonesia bukanlah negara yang penduduknya paling patuh membayar pajak. Ia sangat yakin dengan kebenaran hasil surveinya tersebut. Lucunya, Cak Lontong tidak mengetahui negara mana yang paling patuh membayar pajak.

Tips Jitu Jadi Wajib Pajak Taat Pajak

Cak Lontong mengaku dirinya mempunyai NPWP dan cukup taat memenuhi kewajiban perpajakannya. Apalagi, setiap sehabis *show* atau 'manggung', Cak Lontong selalu mengingatkan kepada panitia acara untuk selalu memotong pajak atas penghasilannya. Cak Lontong juga berpesan, kalau pajak yang dipotong harus disesuaikan dengan aturan yang ada. Jumlahnya jangan terlalu banyak dan jangan terlalu sedikit.

"Kalau dipotong 2,5 persen ya dipotong 2,5 persen, atau harus dipotong 5 persen ya 5 persen. Yang penting kita harus taat, kan ada slogannya Orang Bijak, Taat Pajak. Dan saya ingin menjadi salah satu Wajib Pajak yang taat," ujarnya.

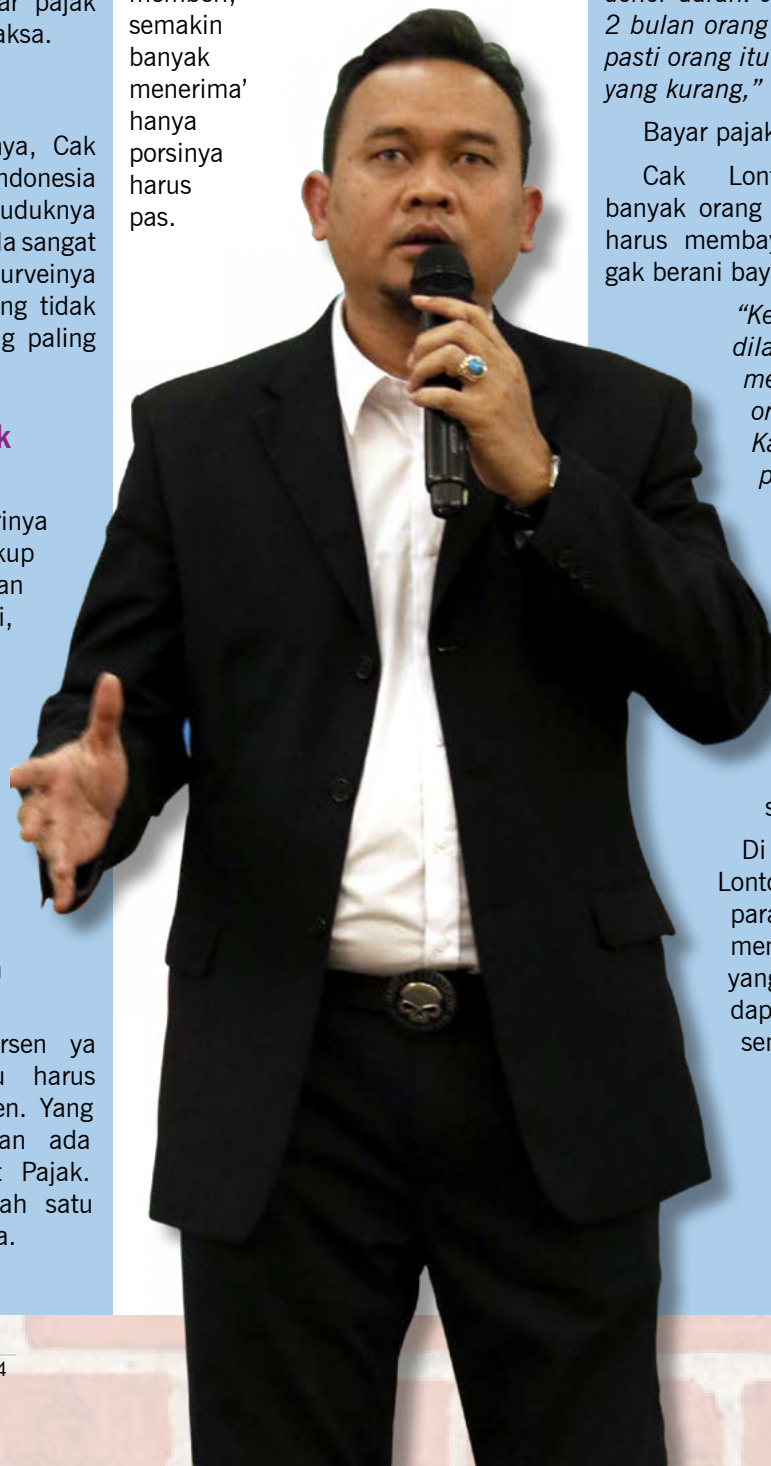
Anda ingin jadi Wajib Pajak taat seperti Cak Lontong? Ada beberapa tips dari Cak Lontong untuk menjadi Wajib Pajak taat dengan tetap memberikan unsur humor di dalamnya.

Menurutnya, tips pertama agar bisa taat, Wajib Pajak harus sehat. Tips sederhana dari Cak Lontong agar selalu sehat cukup satu yaitu jangan sakit.

Tips kedua adalah kita harus sayang.

"Kenapa kita mau bayar pajak tentu karena kita sayang dan peduli dengan Negara kita, bukan?" begitu sahutnya.

Cak Lontong mempunyai prinsip 'semakin banyak memberi, semakin banyak menerima' hanya porsinya harus pas.



"Begitupun dengan pajak yang merupakan porsi kewajiban kita sebagai warga negara untuk membayarnya sesuai dengan aturannya, tidak lebih dan tidak kurang," tambahnya.

Tips selanjutnya adalah sabar.

"Bayar pajak itu harus sabar. Karena sesuai dengan aturan kan bayar pajak itu ada saatnya kapan kita harus bayar. Kalau orang yang tidak sabar, tiap hari dia bayar pajak, jadinya kan bisa bangkrut," guraunya.

Lalu yang keempat, bayar pajak itu harus sadar dan tanpa paksaan.

"Orang yang bayar pajak bisa dianalogikan seperti orang yang rajin donor darah. Jika suatu ketika 1 atau 2 bulan orang itu belum donor darah, pasti orang itu merasakan ada sesuatu yang kurang," ucapnya.

Bayar pajak itu harus berani!

Cak Lontong mengemukakan, banyak orang di luar sana yang tahu harus membayar pajak, tapi mereka gak berani bayar pajak.

"Keberanian itu harus dilatih. Kalau kita berani menunjukkan keberanian, orang pasti akan segan. Kalau kita berani bayar pajak, pasti orang juga hormat dengan kita," pungkas Cak Lontong.

Dari semua tips yang telah disebutkan, ada hal terpenting yang harus dimiliki para pembayar pajak, yaitu kejujuran dan saling terbuka.

Di akhir acara, Cak Lontong berpesan kepada para tamu undangan supaya menjadi warga negara yang taat pajak sehingga dapat membuat Indonesia semakin maju.

Salam lempar..

-Toni Febriyanto



SUDOKU

| | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 6 | | | 3 | 9 | | |
| | 9 | | | | 5 | | 4 | |
| | | | | 7 | | 2 | | |
| | | 4 | | | | | | 9 |
| | 5 | | | 2 | | | | |
| | 2 | | | | | 5 | | |
| | | 5 | | 8 | | | | |
| | 8 | | 4 | | | | | 1 |
| | | 1 | 5 | | | 7 | | |

Pembaca InsideTax, intermezzo kali ini menghadirkan kuis sudoku berhadiah. Jawaban dapat dikirim via email ke:

insidetax@dannydarussalam.com

Hadiah:

MERCHANDISE MENARIK DARI DDTC

untuk 3 (tiga) orang pemenang.

Format Pengiriman:

1. Nama lengkap;
2. Scan identitas diri dalam bentuk pdf/jpeg;
3. Asal instansi/organisasi/perguruan tinggi
4. Alamat lengkap
5. Attachment jawaban kuis (dalam bentuk foto/hasil scan)
6. Berikan komentar/kritik/saran Anda untuk InsideTax

Jawaban paling lambat dikirimkan tanggal 23 Desember 2014 Pukul 00.00 WIB.



KUNCI JAWABAN & PEMENANG LOMBA KUIS TEKA-TEKI SILANG EDISI 24

Mendatar

2. OVERPAIDTAX
6. RESTITUSI
7. DUMPING
8. ECOMMERCE
11. SKPLB
12. FAKTUR PAJAK
16. SARA
17. TAXEVASION
18. OECD
20. BANDING

Menurun

1. ACCRUAL
3. DOUBLETAXATION
4. SKPPKP
5. FIFO
9. ESPT
10. VATREFUND
13. TAXAMNESTY
14. SHS
15. PPNBM
19. DIVIDEN



Zulfa Zuhrafa
Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

"InsideTax memberikan wawasan baru mengenai pajak dengan cara yang menarik. Hal ini membuat para pembaca yang masih awam mengenai dunia perpajakan menjadi semakin mengerti akan pentingnya pajak.

InsideTax akan lebih baik jika pada rubrik InsidePROFILE menampilkan lebih banyak tokoh dari berbagai sudut pandang sehingga isu-isu yang diangkat dapat dibahas dengan lebih tuntas.

Semakin menarik, semakin banyak masyarakat awam yang tereduksi. Sukses ya InsideTax!"

@zulfaziie



Muhammad Darmawan Saputra
Universitas Brawijaya, Malang

"InsideTax membantu saya selalu update mengenai isu-isu perpajakan terkini baik dalam negeri atau pun luar negeri yang tidak saya dapatkan dalam perkuliahan. Semoga InsideTax bisa tetap mencerdaskan para pembaca setianya dan bisa menciptakan bibit-bibit unggul perpajakan kedepannya."

@Darput_



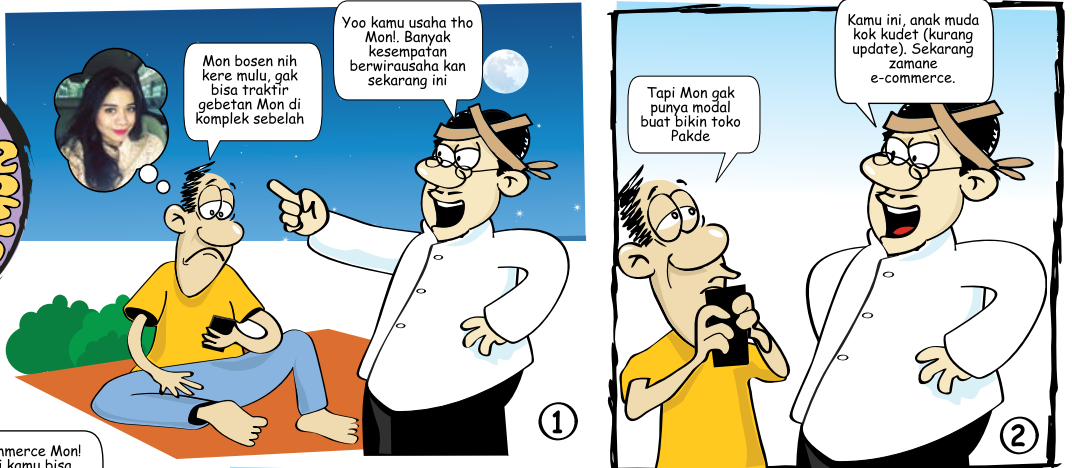
Lian Firmana Malo
UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta

"Inside tax memberikan pengetahuan yang lebih intens mengenai isu pajak. Semoga ke depan InsideTax dapat menyajikan isu- isu pajak terkini terkait ASEAN Economic Community 2015, di mana dunia perpajakan Indonesia nantinya akan mengenal hal dan tantangan yang baru."

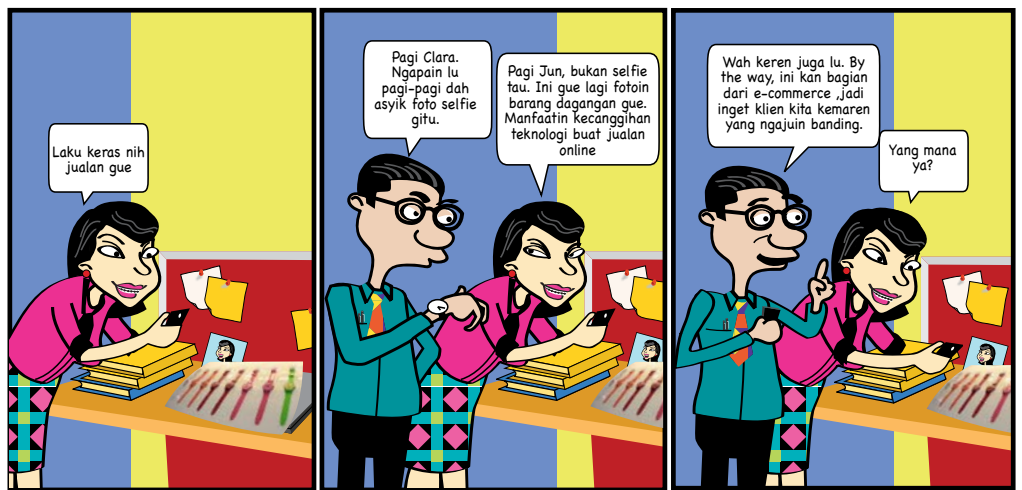
@malolubis



"Jasa Pendamping Kondangan"



Juno & Clara
Lupa Sidang...





InsideTax Magazine publication could not be separated from our awareness of the presence of asymmetric information problems that happen in around the taxation area in **Indonesia**. Asymmetric information in this context refers to the imbalance mastery of information among stakeholders in taxation area. In macro level, the impact of asymmetric information seen from the lack effectiveness of tax policy, the high rate of tax evasion, and also can lead toward corruption. In micro level, asymmetric information can lead to a different interpretation of the tax regulation, high rates of tax disputes, and also create high compliance costs.

Therefore, InsideTax Magazine comes to provide enlightenment and education about domestic and international taxation trends to the public. We are aware asymmetric information in taxation could not be eliminated entirely, and yet we are convinced that InsideTax Magazine as a media can play **a major role in reducing asymmetric information in taxation area**.

RATE CARD

(in IDR '000)

| NO | ITEMS | OPTION | RATE/EDITION | SIZE (Portrait) | REMARKS |
|---|---|-----------------------------------|--------------|--|--|
| 1 | COVER COVER 1 (Inside Front Cover) - Full Page | Static Ads & Hyperlink | 9,000 | 21 X 29 cm | PSD / JPG / PNG / PDF / INDD / AI FLV / F4V / MPEG4 Max duration 30" and Max Size 1 MB |
| | | Static Ads With Video & Hyperlink | 12,000 | | |
| 2 | INSIDE PAGE FULL PAGE BANNER (FRONT PAGE), after greetings and before headline | Static Ads & Hyperlink | 7,000 | 21 X 29 cm | PSD / JPG / PNG / PDF / INDD / AI FLV / F4V / MPEG4 Max duration 30" and Max Size 1 MB |
| | | Static Ads With Video & Hyperlink | 10,000 | | |
| | FULL PAGE BANNER (MIDDLE PAGE), after headline and at the first half of magazine | Static Ads & Hyperlink | 6,000 | 21 X 29 cm | PSD / JPG / PNG / PDF / INDD / AI FLV / F4V / MPEG4 Max duration 30" and Max Size 1 MB |
| | | Static Ads With Video & Hyperlink | 9,000 | | |
| FULL PAGE BANNER (BACK PAGE), second half of the magazine | Static Ads & Hyperlink | 5,000 | 21 X 29 cm | PSD / JPG / PNG / PDF / INDD / AI FLV / F4V / MPEG4 Max duration 30" and Max Size 1 MB | |
| | Static Ads With Video & Hyperlink | 7,500 | | | |
| 3 | ADVERTORIAL | Text Based & Hyperlink | 9,000 | 21 X 29 cm | Picture, and Text Provided by Client Picture, Text, and Video Provided by Client |
| | | Text Based With Video & Hyperlink | 12,000 | | |

Price do not include VAT and other charges (if any). Discount continuous folding position 15% - 30%.

CONTACT PERSON

Dienda - 021 2938 5758



Sayembara Mengarang Cerita Pendek Pajak

Para pembaca majalah InsideTax di manapun Anda berada.

Sejalan dengan misi kami untuk memberikan edukasi pajak kepada masyarakat Indonesia. Pada edisi kali ini InsideTax mengundang Anda (para penulis fiksi hebat dan berbakat) untuk ikut berpartisipasi dalam Sayembara Mengarang Cerpen InsideTax. Pacu kreativitas dan kompetensi Anda dalam mengarang cerpen yang menarik namun tetap mengandung unsur edukatif. Raih kesempatan karya Anda dimuat dalam majalah InsideTax.

Syarat Umum

- Karangan ditulis dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar serta menggunakan ejaan yang disempurnakan. Hindari juga penggunaan kata-kata yang mengandung unsur SARA.
- Karangan merupakan karya ASLI, bukan terjemahan atau saduran dari karya orang lain, serta dapat dipertanggungjawabkan.
- Karangan belum pernah dipublikasikan di media manapun (baik cetak, elektronik, maupun online) dan tidak sedang diikutsertakan dalam sayembara lain yang sejenis.
- Tema bebas, namun dengan topik cerita seputar pajak.
- Peserta boleh mengirimkan maksimal 2 karangan terbaiknya.
- Redaksi berhak mengganti judul dan menyunting karangan tanpa mengubah isi keseluruhan.
- Keputusan redaksi dalam memutuskan pemenang sayembara ini bersifat mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.
- InsideTax memiliki hak bebas royalti non-eksklusif atas karya yang diterbitkan.

- Diketik dengan computer dengan jarak **1,5 spasi**. Font: **Times New Roman** ukuran **12**.
- Panjang tulisan antara **500 hingga 1.000 kata**.
- Format karangan ditulis dalam bentuk Microsoft Word Document (**.doc atau .docx**).
- Karangan dikirim selambat-lambatnya pada tanggal 11 Januari 2014 pukul 00.00 WIB melalui email ke **insidetax@dannydarussalam.com**, dengan subjek: **"Sayembara Mengarang Cerpen InsideTax"**.
- Pemenang akan diumumkan secara resmi di majalah InsideTax **Edisi ke-27** (Januari 2015).

Syarat Khusus

BERHADIAH MERCHANDISE MENARIK & UANG TUNAI RP.250.000,-

One stop tax online resource and tax-related library. VISIT and REGISTER now!



get our tax magazines for free



buy and read our published books



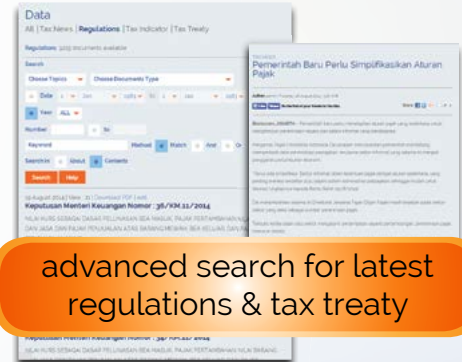
collect our working papers

www.dannydarussalam.com

Your Tax Reference



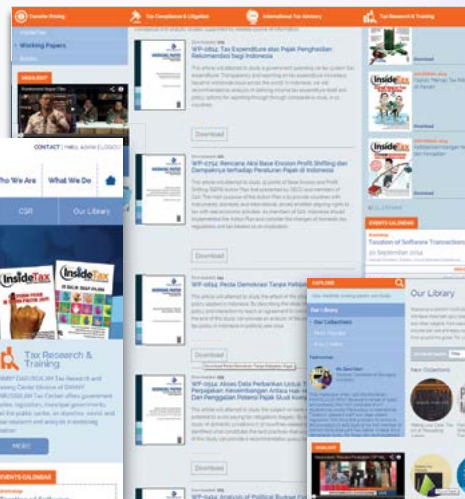
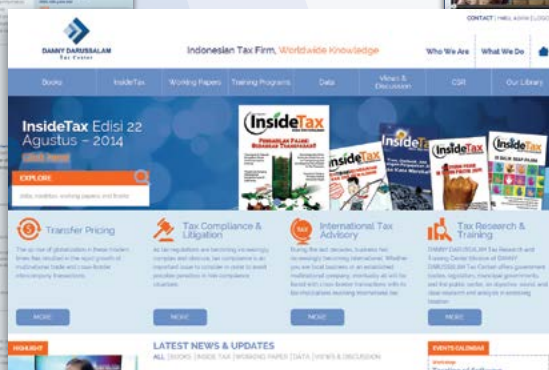
sign up for our tax knowledge elevating training



advanced search for latest regulations & tax treaty

updated tax news & databases

availability of more than 1500 books collections



we eliminate the asymmetric information on global and domestic taxation

InsideTax

MEDIA TREN PERPAJAKAN

Sekarang Tersedia di

SCOOP

Faster • Smarter



@SCOOPToday



SCOOP



www.getSCOOP.com



support@apps-foundry.com



Cara memperoleh Majalah **InsideTax** di SCOOP:

Akses www.getscoop.com melalui smartphone, tablet, atau PC
Cari dengan kata kunci "**inside(spasi)tax**"

SCOOP tersedia untuk iPad, iPhone, iPod, Android, dan Windows Phone. Download **SCOOP** gratis di App Store, Google Play, dan Windows Store