

## Tax Planning Untuk Menentukan Bentuk Usaha pada *E-Commerce Cross Borders*

Julyta Puspa Maulana<sup>1</sup>, Indrayagus Slamet<sup>2</sup>

Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia<sup>1</sup>

Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia<sup>2</sup>

**Abstract.** *This study aims to provide tax planning solutions for e-commerce businesses to consumers to obtain optimal profits with tax efficiency. The problem raised is that the selection of the wrong type of business will have an impact on the tax that must be approved and the profits derived by the company. The theory used is the theory of tax optimization. This research uses a qualitative method with case study strategy. The results of this study indicate that PT. X will obtain an optimal profit if a representative office or TRO (Trade Representative) is collected with a permit approved in the Indonesia-New Zealand Tax Prevention Agreement (Article 4 paragraph 4) 4. This research is limited to Business e-commerce for Consumers only, not to all forms of e-commerce, and are limited to P3B Indonesia-New Zealand. The benefits of this research are to provide precise information and tax-saving solutions for PT.X*

**Keywords.** *Tax Planning, e-commerce, Trade Representative Officer, BUT*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi perencanaan perpajakan bagi *e-commerce business to consumer* untuk memperoleh laba optimal dengan efisiensi pajak. Permasalahan yang diangkat yaitu pemilihan jenis bentuk usaha yang tidak tepat akan berdampak pada besarnya pajak yang harus dibayarkan dan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Teori yang digunakan adalah *theory of optimizing tax*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan strategi studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT. X akan memperoleh laba optimal jika mendirikan kantor representatif atau TRO (*Trade Representative Officer*) dengan ketentuan sebagaimana diatur dalam P3B (Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda) Indonesia-Selandia Baru pasal 5 ayat 4. Penelitian ini terbatas pada *e-commerce Business to Consumer* saja, tidak pada semua bentuk e-commerce, dan terbatas pada P3B Indonesia-Selandia Baru. Manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan informasi yang tepat serta solusi efisiensi pajak bagi PT.X dan *e-commerce cross borders* lainnya.

**Kata kunci.** Perencanaan Pajak, *e-commerce*, Kantor Perwakilan Perdagangan, BUT

**Corresponding Author.** Julyta.puspa@gmail.com, taxindra@yahoo.com

**How to Cite This Article.** Julyta Puspa Maulana, Indrayagus Slamet. (2019). Tax Planning Untuk Menentukan Bentuk Usaha Pada e-Commerce Cross Borders. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 11 (1), 95-110.

**History of Article. Received :** Januari 2019, **Revision:** Maret 2019 **Published:** Juni 2019

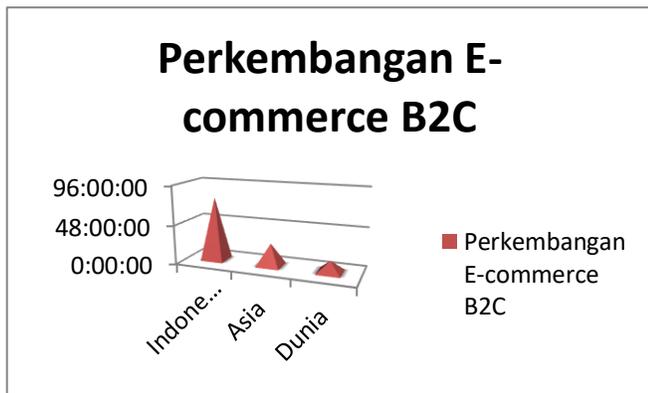
Online ISSN: 2541-0342. Print ISSN: 2086-2563. DOI : 10.17509/jaset.v11i1.15788

Copyright©2019. Jurnal ASET (Akuntansi Riset) Program Studi Akuntansi FPEB UPI

### PENDAHULUAN

Penetrasi Internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 40% sedangkan penetrasi smartphone mencapai 40.4%. Dengan maraknya penggunaan internet dan *smartphone* menyebabkan semakin marak pula pasar digital yang ada di Indonesia. *E-commerce business to consumers* (B2C) atau penjualan digital kepada

konsumen akhir mengalami pertumbuhan sebesar 78.2% atau senilai US\$7.62 billion. Perkembangan di Indonesia ini sangat signifikan jika dibandingkan perkembangan *e-commerce* B2C di Asia yang meningkat 27.9% dan perkembangan *e-commerce* B2C di dunia berada di angka 14%.(pro.com 2108)



Gambar 1 Perbandingan Pertumbuhan e-commerce B2C 2018  
 Sumber: PPRO Payments & E-commerce Report, data diolah.

Di Indonesia jual beli dengan transaksi digital banyak diminati dan dikategorikan dalam berbagai segmen. Adapun segmentasi yang paling banyak diminati oleh pangsa pasar di Indonesia yaitu: perusahaan penerbangan dan perhotelan, pakaian dan sepatu, serta produk kesehatan dan kecantikan. 17.7% peredaran pasar digital berupa transaksi untuk segmen penerbangan dan perhotelan, 11.9% berupa transaksi segmen pakaian dan sepatu, serta 11.2% merupakan segmen produk kesehatan dan kecantikan. Dalam penelitian ini unit analisa merupakan bagian dari segmentasi e-commerce kesehatan dan kecantikan dengan persentase 11.2%.



Gambar 2 Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tertinggi  
 Sumber: PPRO Payments & E-commerce Report, data diolah.

Indonesia merupakan pasar dengan pertumbuhan e-commerce yang menarik bagi pelaku bisnis ditinjau dari pertumbuhannya yang signifikan. Seperti yang dilansir dalam warta ekonomi.co.id, peningkatan industri e-commerce di Indonesia mencapai 17 persen dalam 10 tahun terakhir dengan total usaha e-commerce mencapai 26,2 juta unit (Rahayu 2019) Perkembangan ini memicu persaingan pasar digital dalam memperebutkan konsumen di Indonesia. Begitu banyak kemudahan-kemudahan yang ditawarkan dalam berbelanja secara online demi menarik minat pembeli dan menggiring pola/gaya hidup konsumen untuk beralih ke pasar digital. Kemudahan yang ditawarkan seperti efisiensi waktu untuk berbelanja, hemat biaya transport untuk berbelanja, serta banyaknya promosi seperti gratis ongkos kirim, *cashback* dan lainnya tentu menjadi daya tarik tersendiri khususnya bagi milenial yang telah melekat dengan gaya hidup digital.

Bagi e-commerce cross borders atau e-commerce lintas batas yang berasal dari luar negeri, perkembangan yang terjadi di Indonesia merupakan sebuah peluang untuk mengembangkan bisnisnya. Terlebih didukung dengan adanya media sosial yang seringkali digunakan untuk bisnis dengan memperkenalkan produk-produk yang berasal dari luar negeri. Melalui media sosial pemasaran produk luar negeri menjadi lebih mudah tanpa harus mendirikan toko di Indonesia. Bagi masyarakat Indonesia itu sendiri, e-commerce cross borders menjadi pen jembatan untuk menikmati produk-produk luar negeri tanpa harus datang secara langsung ke negara tersebut.

Pesatnya pertumbuhan e-commerce, menggiring investor asing untuk berinvestasi di sektor tersebut. Seperti yang dikutip dari

Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), setiap tahunnya *Foreign Direct Investment* (FDI) mencapai US \$ 9 miliar – US\$ 12 miliar dan diperkirakan 15-20% dari investasi tersebut merupakan investasi pada sektor digital (Lembong 2019). Persentase tersebut membuktikan bahwa bisnis digital yang semakin berkembang pesat, ikut menyerap dan mendominasi investasi asing di Indonesia. Dengan efisiensi penyerapan modal asing, tentunya akan memberikan dampak positif bagi negara seperti halnya menambah lapangan pekerjaan, berkurangnya jumlah pengangguran, serta meningkatkan pendapatan negara dari sektor pajak maupun non pajak yang dapat menyokong pembangunan Indonesia.

Meningkatnya jumlah investasi asing di sektor digital juga didasari dari beberapa hal, salah satunya dari naiknya peringkat Indonesia dalam *Ease of Doing Business* (EoDB) yang dirilis oleh Bank Dunia pada tahun 2017 lalu. Peringkat Indonesia yang semula berada pada peringkat 91 menjadi peringkat 72 (BPKM 2017). Hal ini tidak terlepas dari kejelasan regulasi, efektifitas dan efisiensi penerapan peraturan dan perizinan yang diterapkan di Negara Indonesia.

Meningkatnya modal asing di sektor bisnis digital, perlu menjadi prioritas pembuat peraturan mengingat adanya persaingan dengan negara-negara tujuan investasi lainnya. Pada tahun 2017 investasi pada sektor digital mencapai US\$ 4,7 miliar (BPKM 2017). Dibuktikan dengan masuknya empat perusahaan *start up* Indonesia berstatus unicorn (memiliki value diatas US\$ 1 miliar) di Asia Tenggara.

Salah satu peraturan yang menjadi prioritas yaitu kewajiban perpajakan bagi sektor bisnis digital yang digarap sedemikian rupa untuk menghindari penghindaran pajak. Tujuan utama dari penerapan seluruh kewajiban perpajakan adalah untuk peningkatan pendapatan pemerintah pusat maupun daerah. Perkembangan sektor bisnis digital ikut menggiring meningkatnya FDI di Indonesia (Nurhidayat), dan berpengaruh secara langsung terhadap meningkatnya pendapatan pajak yang

diterima negara, karena tidak ada perbedaan kewajiban perpajakan yang diberlakukan antara sektor bisnis digital dan lainnya. Oleh sebab itu perusahaan digital memerlukan perencanaan perpajakan yang tepat untuk optimalisasi profit perusahaan.

Perencanaan pajak dari segi bentuk usaha bisnis digital diperlukan agar setiap keputusan perusahaan sejalan dengan maksud pembuat peraturan/pemerintah. Seperti yang dilansir dari laman *kompas.com* Amazon yang merupakan perusahaan ritel raksasa dunia tidak membayar pajak penghasilan federal. Dari total laba yang dilaporkan sebesar 8.2 miliar dollar AS namun hanya secara efektif membayar pajak 11.4 persen (Setiawan 2018). Hal ini membuktikan bahwa perencanaan pajak dalam bentuk usaha suatu perusahaan digital merupakan hal yang sangat penting.

Secara praktik dapat dikatakan bahwa perusahaan akan meminimalisir pajak yang dibayarkan untuk mencapai profit maksimum (Baye 2010). Oleh karena itu management perusahaan akan memberikan perhatian lebih melalui perencanaan pajak. Perencanaan pajak yang disusun oleh management akan mengurangi beban pajak yang harus dibayar oleh perusahaan. Di era bisnis digital, profit menjadi penting karena persaingan yang sangat ketat antar *startup* untuk tetap mempertahankan kelangsungan bisnis.

Berkaca dari tidak adanya perbedaan pemajakan yang dikenakan pada bisnis digital, namun perusahaan tetap harus patuh dan sejalan dengan peraturan yang dibuat oleh pemerintah, oleh sebab itu analisis dilakukan pada *e-commerce cross borders* yang melakukan ekspansi di Indonesia. Unit analisa merupakan perusahaan digital yang menjual produk kesehatan dari Selandia Baru melalui website perusahaan. Melihat potensi pasar online yang ada di Indonesia yang mana produk kesehatan menjadi produk ketiga paling banyak diminati masyarakat Indonesia, maka perusahaan melakukan ekspansi di Indonesia dengan pembuatan website yang telah terintegrasi.

Kasus pemajakan pada bisnis digital seringkali menuai polemik di berbagai negara. Dalam beberapa kasus misalnya Google, Amazon, Facebook dan perusahaan digital lainnya yang menjadi target para fiskus di berbagai negara. Perusahaan-perusahaan digital tersebut mendirikan kantor pusat di negara dengan yang memiliki tarif pajak yang rendah, dan beroperasi secara digital di negara-negara lainnya. Keuntungan yang diperoleh dari negara lain seperti iklan misalnya, tidak dikenakan pajak di negara tersebut. Oleh sebab itu pemerintah secara kontinyu melakukan penyelidikan terkait bukti-bukti adanya transaksi digital untuk memungut pajak yang sesuai dengan transaksinya.

Di Indonesia sendiri pedoman forensik digital untuk perpajakan diatur dalam Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor SE-36/PJ/2017. Dengan pedoman ini, pemeriksaan pajak tidak lagi hanya mengandalkan bukti dokumen fisik/konvensional semata melainkan dengan data elektronik. Data elektronik bersifat rapuh karena mudah diubah, rusak dan hancur, namun dengan adanya pemeriksaan forensik ini pemerintah dapat memperoleh data yang andal. Selain itu pada bulan April 2019 Kementerian Keuangan juga menerbitkan Peraturan Kementerian keuangan (PMK) 35/2019 tentang penentuan Bentuk Usaha Tetap (BUT). Peraturan tersebut mewajibkan bagi perusahaan atau orang asing yang berbisnis di Indonesia secara konvensional maupun digital untuk memiliki Nomor pokok Wajib Pajak (NPWP).

Perusahaan digital yang merupakan *startup* dengan persaingan ketat harus memiliki perencanaan perpajakan yang tepat agar dapat memperoleh profit optimal. Profit optimal ini dapat diperoleh salah satunya dengan berkurangnya pajak yang dibayarkan oleh perusahaan. Perencanaan pajak bagi bisnis digital sangat penting agar tidak terlibat polemik penghindaran pajak sebagaimana yang seringkali dilakukan oleh perusahaan digital. Oleh karena itu perencanaan pajak haruslah sesuai dengan maksud peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka rumusan masalah/pertanyaan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui:

Bagaimana solusi perencanaan perpajakan untuk menentukan bentuk usaha pada perusahaan e-commerce cross borders?

Menurut (Ellet 2007), dalam penelitian studi kasus dapat bermanfaat dalam memahami fenomena, mengevaluasi kondisi yang terjadi dan perencanaan pengambilan keputusan atas permasalahan yang dihadapi.

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki kontribusi dalam hal: Memberikan solusi efisiensi perpajakan yang tepat bagi unit analisa, melakukan evaluasi atas pengambilan-pengambilan keputusan perusahaan untuk mencapai profit optimal, menganalisa permasalahan yang dihadapi dan perencanaan dibalik pengambilan keputusan perusahaan, serta memberikan informasi yang tepat untuk pengambilan keputusan perusahaan di masa yang akan datang. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi bagi Direktorat Jenderal Pajak terkait pemajakan e-commerce cross border, serta memberikan informasi bagi e-commerce terkait pemilihan bentuk usaha yang sesuai agar bisa mengefisienkan pajak.

Penelitian ini terbatas pada pembahasan perencanaan pajak bisnis digital bagi *e-commerce cross borders* dengan jenis bisnis B2C (*Business to Consumer*), bukan pada keseluruhan jenis e-commerce, dan terbatas pada P3B (Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda) Indonesia-Selandia Baru.

## LANDASAN TEORI

### *Theory Of Optimizing Tax*

Menurut (Gang 2011), *Optimizing tax system* merupakan jenis sistem perpajakan yang dapat memenuhi kebutuhan sosial, efektivitas dan kesetaraan sosial, bukan hanya untuk sekedar memenuhi permintaan ekonomi pasar. Optimalisasi pajak terbagi menjadi dua lapisan, yaitu: *most optimal tax* dan *suboptimal tax*. *Theory of optimizing tax* merupakan suatu perancangan untuk menerapkan pajak yang mengurangi inefisiensi dan distorsi dalam pasar

yang berada dalam kendala ekonomi, umumnya berkaitan dengan proses meminimalkan kerugian yang disebabkan oleh pajak (Slemrod 1989). Dengan sistem optimalisasi pajak, dapat mengatasi masalah perekonomian yang dihadapi suatu negara karena tidak hanya sekedar memenuhi permintaan ekonomi pasar saja, melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan pemerintahan dalam hal sosial, efektivitas dan kesetaraan sosial.

Studi terdahulu yang menjadi acuan pada penelitian ini adalah “Pajak Penghasilan dari Ekonomi Digital atas *Cross Border Transaction*” oleh Suparna Wijaya dan Herlina Utamawati (2018). Penelitian tersebut dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dengan kesimpulan bahwa pemajakan transaksi *Cross Border* ekonomi digital dari sisi pajak penghasilan cukup sulit dilakukan karena hak pemajakan ditentukan berdasarkan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B) yang kebanyakan menggunakan konsep BUT fisik. Selain itu merujuk juga pada penelitian yang berjudul “*From E-Commerce to E-Business Taxation*” oleh Collin Lau dan Andrew Halkyard (2013). Penelitian tersebut dilakukan dengan metode kualitatif dan memberikan kesimpulan bahwa otoritas pajak, OECD dan organisasi lainnya harus merubah sikap dengan mempromosikan upaya membangun platform sebagai diskusi multilateral. Hal ini menjadi penting sebagai penyeimbang kebijakan pajak internasional antara negara maju dan negara berkembang.

### **Tax Planning/Perencanaan Pajak**

Menurut Crumbley D. Larry, Friedman Jack, Anders Susan B., 1994 dalam (Suandy 2008), “*Tax planning is the systematic analysis of deferring tax option aimed at the minimization of tax liability in current and future tax periods*”

Dalam tahap perencanaan pajak ini dilakukan pengumpulan peraturan perpajakan

yang kemudian diteliti dan diseleksi jenis tindakan yang harus dilakukan untuk melakukan penghematan pajak. Jika tindakan masih sejalan dengan maksud tujuan peraturan perundang-undangan, maka tindakan ini disebut *lawful* dan diperbolehkan. Namun jika tindakan yang diambil ditujukan untuk merekayasa beban pajak yang seharusnya dibayarkan maka tindakan ini disebut *unlawful* seperti *tax avoidance* dan *tax evasion*.

Adapun tahapan dalam membuat perencanaan pajak menurut (Suandy 2008) antara lain: Menganalisa informasi yang ada, membuat beberapa model perencanaan kemungkinan besarnya pajak, mengevaluasi pelaksanaan perencanaan pajak, memperbaiki kelemahan dari perencanaan pajak, memonitoring perencanaan pajak

### **Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B)**

P3B adalah perjanjian pajak antara 2 negara (bilateral) yang mengatur mengenai pembagian hak pemajakan atas penghasilan yang diperoleh oleh penduduk dari salah satu atau kedua negara yang melakukan persetujuan tersebut (Hutagaol 2000). Menurut Katz and Plambeck dalam (Pribadi 2010), P3B mempunyai dua tujuan utama, yaitu: (1) memfasilitasi perdagangan internasional dan arus investasi antarnegara, antara lain dengan cara menghindarkan adanya pengenaan pajak berganda dan memberikan pengurangan tarif pajak di negara sumber atas beberapa bentuk penghasilan tertentu; dan (2) merupakan alat bagi kedua *Contracting States* untuk lebih dapat menerapkan aturan-aturan domestiknya sehingga dapat mengurangi adanya praktik pengelakan pajak, misalnya dengan memungkinkan masing-masing *Contracting States* untuk saling bertukar informasi, konsultasi bersama, atau mengadakan *mutual agreement*.

### **E-Commerce**

Ditinjau dari jenisnya transaksinya, e-commerce terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu: (1) *E-commerce Business to Consumer* (B2C) adalah jenis e-commerce antara perusahaan yang menjual produknya secara langsung melalui website maupun platform virtual kepada konsumen. Contoh jenis e-commerce ini misalnya Berrybenka, Tiket.com; (2) *E-commerce Business to Business* (B2B), jenis e-commerce ini biasa digunakan oleh produsen dan pedagang, e-commerce B2B merupakan transaksi yang dilakukan antar perusahaan dan perusahaan, yang pada umumnya menggunakan EDI (Electronic Data Interchange) contohnya seperti Bizzy dan Ralali; (3) *Consumer to Consumer* (C2C), transaksi pada jenis e-commerce ini terjadi antara konsumen dengan konsumen, biasanya terjadi pada platform *market place* seperti Tokopedia, Buka Lapak; (4) *Consumer to Business* (C2B), dimana pada jenis e-commerce ini konsumen menjadi penyedia layanan baik barang maupun jasa kepada perusahaan yang mencari. Contoh dari jenis ini misalnya Sribulancer, istockphoto.com; (5) *Business to Administration* (B2A), jenis ini mencakup transaksi antara perusahaan dengan pusat pelayanan publik yang disediakan pemerintah. Contoh dari transaksi ini misalnya bpjs dan pajak; (6) *Consumer to Administration* (C2A), mirip dengan B2A, pada jenis e-commerce ini pemerintah menyediakan layanan untuk transaksi virtual yang dapat dilakukan langsung oleh konsumen. Tujuannya adalah mempermudah komunikasi dan informasi secara langsung; (7) *Online to Offline* (O2O), e-commerce ini merupakan perantara yang menarik pangsa pasar online untuk melirik toko offline. Contoh dari jenis ini misalnya Matahari Mall, Airbnb dan Kudo.

Peraturan perpajakan yang dikenakan kepada *e-commerce* tidak memiliki perbedaan dengan perusahaan yang melakukan perdagangan secara konvensional. Adapun peraturan untuk *e-commerce* telah diatur dalam PMK 210/PMK.010/2018 yang mulai berlaku efektif pada 1 April 2019. Perusahaan digital tetap dikenakan PPN atas barang atau jasa yang

dijualnya, PPh atas penghasilan perusahaan selama satu tahun, serta PPh 21 untuk gaji karyawannya. Jika *e-commerce* tersebut memiliki penghasilan bruto lebih dari 4.8 M maka wajib untuk dikukuhkan sebagai PKP dan membayar pajak sesuai dengan norma yang berlaku. Jika perusahaan memiliki penghasilan kurang dari 4.8M per tahun maka dikenakan pajak final sebagaimana diatur dalam PP 23 tahun 2018 yaitu sebesar 0.5% dari total penghasilan bruto selama satu tahun.

Dalam PMK 210 diatur mengenai kewajiban pebisnis baik yang melakukan penjualan melalui *marketplace* maupun diluar platform *marketplace*. Bagi penjual di platform *marketplace* seperti Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Shopee maka diwajibkan untuk: memberitahukan Nomor Pokok Wajib Pajak kepada penyedia platform atau Nomor Induk Kependudukan jika tidak ber-NPWP, melaksanakan kewajiban terkait PPh sesuai dengan ketentuan yang berlaku, dikukuhkan sebagai PKP jika omzet lebih dari 4.8M dan membayar PPN. Bagi penyedia platform *marketplace* memiliki kewajiban sebagai berikut: memiliki NPWP dan sudah dikukuhkan sebagai PKP, merekap transaksi oleh pedagang dalam platform, memungut, setor dan lapor PPN dan PPh atas layanan platform dan barang dagangannya.

Bagi *e-commerce* yang melakukan penjualan bukan melalui platform *marketplace* maka perlakuan perpajakannya sama dengan perusahaan lainnya. Perusahaan diwajibkan memiliki NPWP dan membayar PPN, PPnBM, PPh sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

### **Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B)**

Perjanjian ini menjelaskan definisi, residen, Badan Usaha Tetap (BUT), deviden, royalti, serta ketentuan lain menyangkut hak pemungutan pajak negara sumber agar tidak berbenturan dengan hak pemungutan pajak negara residen. Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B) antara Indonesia dan Selandia

Baru menjadi landasan karena dapat menjawab permasalahan penelitian ini.

**Pendirian Bentuk Usaha Tetap (BUT)**

Istilah "bentuk usaha tetap" berarti suatu tempat usaha tetap di mana seluruh atau sebagian usaha perusahaan dijalankan. Istilah "bentuk usaha tetap" terutama meliputi: tempat manajemen, cabang, kantor, sebuah pabrik, sebuah lokakarya, sebuah tambang, sumur minyak atau gas, tempat penggalian atau tempat pengambilan sumber daya alam lainnya.

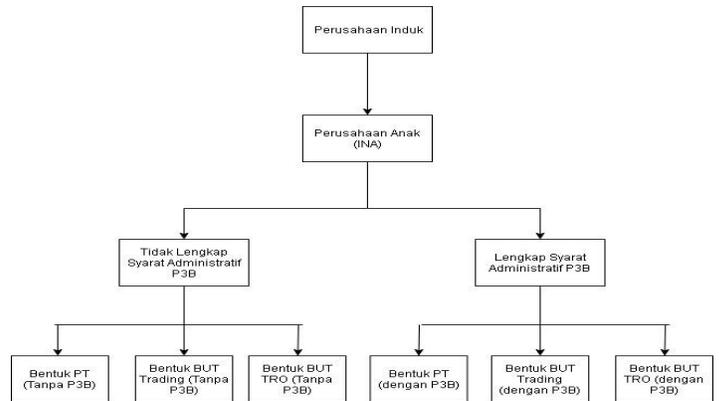
Menyimpang dari ketentuan sebelumnya dari Pasal ini, istilah "bentuk usaha tetap" dianggap tidak meliputi: penggunaan fasilitas semata-mata dengan tujuan untuk menyimpan atau memamerkan barang-barang atau barang dagangan milik perusahaan, pengurusan persediaan barang-barang atau barang dagangan milik perusahaan semata-mata dengan maksud untuk disimpan atau dipajang, pengurusan persediaan barang-barang atau barang dagangan milik perusahaan semata-mata dengan maksud untuk diolah oleh perusahaan lain, pemeliharaan tempat usaha tetap semata-mata dengan tujuan untuk membeli barang atau barang dagangan atau untuk mengumpulkan informasi, untuk perusahaan, pemeliharaan tempat usaha tetap semata-mata untuk tujuan periklanan, untuk penyediaan informasi, untuk penelitian ilmiah atau untuk kegiatan serupa yang memiliki karakter persiapan atau tambahan, untuk perusahaan, pemeliharaan tempat usaha tetap semata-mata untuk setiap kombinasi kegiatan yang disebutkan dalam huruf a) sampai e), dengan ketentuan bahwa keseluruhan kegiatan tempat usaha tetap yang dihasilkan dari kombinasi ini bersifat persiapan atau tambahan.

Pada P3B pasal 5 ayat 4 menjadi acuan dalam penelitian ini. Pada pasal tersebut dijelaskan mengenai syarat bentuk usaha yang sesuai jika perusahaan ingin mendirikan TRO.

**KERANGKA PEMIKIRAN**

Penelitian ini membandingkan bentuk-bentuk usaha PT, BUT Trading, dan BUT TRO

baik dalam menggunakan P3B maupun yang tidak menggunakan P3B. Sebagaimana gambar berikut.



Gambar 3 Kerangka Penelitian

Sumber: diolah

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan studi kasus karena pertanyaan penelitian yang dirumuskan berupa fenomena yang hanya dapat dijawab dengan pendekatan studi kasus. Pada penelitian studi kasus dimaksudkan untuk mengamati tindakan, perilaku dan motivasi melalui penjabaran deskriptif untuk memahami fenomena yang terjadi dengan menggunakan berbagai metode. Berdasarkan tujuannya studi kasus dapat dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu *exploratory*, *descriptive*, dan *explanatory* (Yin 1994). Untuk kategori studi kasus *exploratory* penelitian dirancang untuk mendalami fenomena yang menjadi minat dari peneliti, sedangkan pada studi kasus *descriptive* merupakan gambaran fenomena yang terjadi dalam suatu data yang menjadi pertanyaan. Penelitian studi kasus *explanatory* merupakan penggalian fenomena secara mendalam berdasarkan pemeriksaan data-data pendukung yang dapat menjadi bukti bagi penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi

kasus eksplanatori untuk menggali permasalahan dan menjawab pertanyaan penelitian secara mendalam (Yin 1994).

Desain penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan *mixed method*, sehingga dapat memperkaya hasil penelitian dan dapat menjawab pertanyaan penelitian yang disajikan secara lebih mendalam, informatif, lengkap dan bermanfaat. Pada *mixed method*, penelitian di desain secara kualitatif, data instrumen yang digunakan juga berupa data kualitatif dan kemudian dilakukan analisa secara kuantitatif dan kualitatif. Kedudukan analisa kuantitatif hanya sebagai pendukung analisa kualitatif saja, bukan analisa menggunakan regresi atau pun yang setara (equal) dengan analisa kualitatif (Shauki 2018).

### PENGUMPULAN DATA

Proses dalam melakukan rekrutmen terhadap unit analisa berawal dari timbulnya permasalahan yang terjadi pada unit analisa sehingga dibutuhkan solusi perencanaan pajak yang tepat, kemudian peneliti mengajukan surat permohonan untuk melakukan penelitian atas permasalahan yang muncul tersebut. Dalam proses pengumpulan data penulis mengutamakan kode etik penelitian dan data integrity untuk menjaga kerahasiaan data dari unit analisa. Keterangan yang berasal dari hasil interviu hanya menampilkan inisial narasumber untuk menjaga validitaas data dan terbebas dari *conflict of interest*.

### PENGOLAHAN DATA

Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperlukan dan diolah dalam proses penelitian diperoleh secara langsung dari unit analisa, baik secara verbal maupun tulisan. Data primer yang diperoleh berasal dari hasil

wawancara dan data laporan proyeksi perusahaan.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah interview dan analisa konten yang keduanya merupakan penggunaan metode kualitatif sehingga dapat dikategorikan sebagai *within-methods triangulation*. Dengan melakukan interview atau wawancara, dapat ditelaah dari gaya bahasa, diksi, dan body language responden agar memperoleh sumber yang valid dan relevan. Untuk melakukan wawancara tersebut, peneliti akan melakukan 5 (lima) tahapan mengacu pada tahapan



wawancara menurut (Wilkinson 2003), yaitu:

Gambar 4 tahapan wawancara  
Sumber : *Wilkinson and Birmingham (2003)*, diolah.

Manson and Bramble (1989), Patton (2002) dalam (Shauki 2018) menyatakan bahwa instrumen dalam bentuk wawancara harus *reliable* untuk dapat menjadi *valid*. Untuk itu, hasil wawancara ini akan dilakukan uji validitas dengan menggunakan *content validity* (konten wawancara yang disajikan) dan *discriminant validity* (hanya yang terkait dengan pertanyaan penelitian saja yang diambil). Proses pengumpulan data dalam penelitian ini juga menggunakan instrumen konoten analisis, yaitu dengan melakukan *data collection* berupa

laporan keuangan dan data-data perpajakan maupun non pajak yang diperlukan. Hal ini guna menganalisa dan menjabarkan bagaimana kondisi perusahaan untuk mempertimbangkan pengambilan keputusan yang tepat dalam perencanaan pajak yang efisien serta untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh management perpajakan bagi profit margin perusahaan.

Menurut (Sekaran and Bougie 2016), tahapan dalam melakukan analisa data kualitatif yaitu dengan melakukan *Data Reduction*, guna memilih, mengkategorikan serta melakukan *coding* data yang telah diperoleh agar terklasifikasikan dalam satu tema yang dirancang untuk menjawab pertanyaan penelitian. Setelah melakukan *Data Reduction*, langkah berikutnya adalah melakukan *Data Display*, yaitu mengorganisir data yang telah direduksi dengan pola yang dapat mempermudah dalam menarik kesimpulan, seperti dengan diagram, table, grafik, gambar, serta kata yang sering disebutkan oleh *interviewees* dengan menggunakan *content analysis* dibutuhkan untuk menganalisa hasil wawancara dan membentuk pola informasi. Dengan content analysis dapat dijabarkan secara jelas tentang isi dari informasi berkaitan dengan sikap informan. (Wilkinson 2003) Berikut tahapan dalam melakukan analisa data menurut Wilkinson (2003):



Gambar 5 Tahapan Analisa Data  
Sumber: Wilkinson

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan head of accounting department pada PT. X, diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil wawancara menyatakan bahwa jenis industri bisnis bergerak di bidang e-commerce business to consumer yang melakukan penjualan melalui website dan produk dikirimkan langsung kepada pembeli. Ekspansi yang dilakukan di Indonesia karena melihat potensi pasar yang begitu besar di Indonesia dan maraknya transaksi bisnis digital yang memudahkan penjualan langsung kepada end-user. Dari hasil wawancara, diperoleh kesimpulan bahwa pembentukan perseroan terbatas bertujuan untuk menguatkan kedudukan secara hukum bila dibandingkan dengan jenis usaha lain dan tidak ditemukan transaksi antara anak perusahaan dan induk perusahaan dengan nilai tidak wajar.

Responden 2 yang merupakan CEO dari PT X menyatakan bahwa konsep penjualan yang dilakukan tidak langsung kepada end-user melainkan melalui reseller-reseller yang terdaftar dalam website. Tidak berjualan pada marketplace secara langsung untuk menjaga stabilitas harga, dan perusahaan memiliki stok barang dagang di Indonesia agar proses lebih cepat.

Kepala Departemen Legal yang merupakan responden 3 menyatakan bahwa pendirian PT pada awalnya bertujuan untuk menguatkan kedudukan perusahaan secara hukum dengan tidak memperhatikan aspek perpajakannya.

### Pembentukan Jenis Usaha

Terkait kewajiban perpajakan yang melekat terhadap bentuk usaha yang didirikan, pada tabel berikut dijabarkan tarif pajak dengan perjanjian bilateral Indonesia dan Selandia Baru.

Tabel 1 Tarif Tax Treaty Indonesia- Selandia Baru

Nomor	Objek Pajak	Tarif	Tanggal Berlaku
1	Bunga	10%	01/01/1989
2	Royalti	15%	01/01/1989
3	Dividen Portofolio	15%	01/01/1989
4	Dividen Penyertaan Langsung	15%	01/01/1989
5	Branch Profit Tax	Tidak Ada	01/01/1989

Sumber: Pajak.go.id, diolah

### **Pembentukan Anak Perusahaan**

Pembentukan anak perusahaan merupakan investasi secara nyata oleh perusahaan multinasional di negara sumber/negara investasi, dalam hal ini investor tersebut terlibat langsung dalam kegiatan/management perusahaan. Pengoperasian anak perusahaan di Indonesia menimbulkan Wajib Pajak Dalam Negeri (WPDN). Karena merupakan entitas legal yang terpisah dari induk perusahaan, oleh karena itu diperkenankan untuk melakukan transaksi dengan catatan bahwa transaksi tersebut adalah wajar, bukan dimaksudkan untuk mengurangi beban pajak. Pajak pada anak perusahaan berbasis neto, penghasilan dikurangi dengan deductible expenses dan sisa laba setelah pajak yang dikirimkan oleh anak perusahaan kepada induk perusahaan di luar negeri dikenakan pajak atas dividen PPh pasal 26.

### **Pembentukan Badan Usaha Tetap**

Pembentukan cabang perusahaan dengan perbedaan wilayah geografis merupakan perpanjangan tangan dari induk perusahaan dan bukan merupakan komponen terpisah seperti halnya anak perusahaan. Oleh karena itu tidak diperkenankan melakukan transaksi antara cabang dengan induk perusahaan. Pendirian cabang perusahaan luar negeri di Indonesia akan menimbulkan Wajib Pajak Luar Negeri (WPLN) yang berstatus Subjek Pajak Luar Negeri (SPLN) sesuai dengan Undang-Undang

Pajak Penghasilan pasal 2 ayat 4. Pajak yang dikenakan atas cabang adalah atas penghasilan yang bersumber dari dalam negeri, seperti yang dijelaskan dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan pasal 5 untuk perusahaan yang berbentuk BUT di Indonesia, maka penghasilan atas dividen, bunga, royalty, sewa, hadiah, maupun penghasilan dari penjualan harta yang diterima atau diperoleh kantor pusat, sepanjang terdapat hubungan efektif antara BUT dengan harta atau kegiatan yang memberikan penghasilan yang dimaksud (effectively connected income rules)

### **Pembentukan TRO (Trade Representative Officer)/Perwakilan Dagang Asing**

Pada TRO tidak ada transaksi jual beli yang dilakukan, melainkan hanya kegiatan promosi produk, pameran, iklan/branding, riset awal sebelum pendirian anak perusahaan di Indonesia. Dalam bentuk usaha ini apabila konsumen ingin melakukan pembelian maka harus berinteraksi langsung dengan kantor pusat di luar negeri. Perlakuan perpajakan untuk bentuk TRO yaitu, Indonesia tidak berhak memungut pajak atas transaksi yang diterima kantor pusat dari hasil penjualan produk yang diterima di Indonesia. Selain itu, TRO juga tidak berkewajiban untuk melaporkan SPT PPh Badan tahunan, cukup dengan melampirkan list of expenses saja.

### **Analisa Permasalahan**

Berdasarkan proses analisa permasalahan yang dihadapi, solusi yang diperlukan oleh perusahaan untuk menghindari pemajakan berganda dijabarkan sebagai berikut:

Peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor PER 10/PJ/2017 tentang Tata Cara Penerapan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda

Untuk mengisi Form DGT-1 (Director General of Tax) hal yang harus diperhatikan adalah kesesuaian dengan maksud pembuatan P3B, sehingga tidak terdapat penyalahgunaan P3B. oleh krena itu perlu untuk dipahami

terlebih dahulu Pasal 9 BAB VII terkait penyalahgunaan P3B. table berikut merupakan analisa ringkas dari Pasal 9 BAB VII

Setelah WPLN memenuhi kriteria tersebut, form DGT-1 harus dilengkapi dengan ketentuan yang tertera pada BAB VI yang diisi oleh WPLN badan usaha terkait Surat Keterangan Domisili (SKD) WPLN. Adapun keterangan yang dijelaskan adalah terkait persyaratan pemanfaatan tax treaty seperti yang dipaparkan pada table 4.2. Bagi WPLN badan tidak bertindak sebagai Agen, Nominee, atau Conduit yang harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

Mempunyai kendali atas penghasilan yang berasal dari Indonesia, Penghasilan yang diperoleh dan untuk dibayarkan/memenuhi kewajiban pada pihak lain tidak boleh melebihi 50%, Menanggung risiko atas asset dan kewajiban, Atas penghasilan yang diperoleh di Indonesia, tidak diperkenankan untuk diberikan kepada pihak lainnya sebagai kewajiban (tertulis maupun tidak tertulis).

Tabel 2 Perhitungan PT tanpa treaty

	PT tanpa Treaty	Ket
Penjualan	60.054.160.000	
Harga Pokok	(40.805.110.000)	
Laba Kotor	19.249.050.000	
Pengurang:		
Royalti	(1.800.000.000)	
Manajemen Fee	(1.000.000.000)	
Biaya Non-operasional	(3.000.000.000)	
Laba Sebelum PPh	13.449.050.000	
Koreksi Fiskal		
Penjualan langsung HO	-	
Biaya pnj langsung HO	-	
Royalti	-	
Manajemen Fee	-	
Penghasilan kena pajak	13.449.050.000	

PPh Terutang 25%	(3.362.262.500)	
Laba Bersih	10.086.787.500	
PPh atas dividen	2.017.357.500	20%
PPh Badan	3.362.262.500	
PPh atas royalty	360.000.000	20%
PPh atas manajemen fee	200.000.000	20%
Total PPh	5.939.620.000	
Rasio Pajak thd sales	9.89%	

Tabel 3 Perhitungan PT dengan Treaty

	PT dengan Treaty	Ket
Penjualan	60.054.160.000	
Harga Pokok	(40.805.110.000)	
Laba Kotor	19.249.050.000	
Pengurang:		
Royalti	(1.800.000.000)	
Manajemen Fee	(1.000.000.000)	
Biaya Non-operasional	(3.000.000.000)	
Laba Sebelum PPh	13.449.050.000	
Koreksi Fiskal		
Penjualan langsung HO	-	
Biaya pnj langsung HO	-	
Royalti	-	
Manajemen Fee	-	
Penghasilan kena pajak	13.449.050.000	
PPh Terutang 25%	(3.362.262.500)	
Laba Bersih	10.086.787.500	
PPh atas dividen	1.513.018.125	15%
PPh Badan	3.362.262.500	
PPh atas royalty	270.000.000	15%
PPh atas manajemen fee	-	N/A
Total PPh	5.145.280.625	
Rasio Pajak thd sales	8.567%	

Tabel 4 Perhitungan Bentuk Usaha Tetap tanpa Treaty

	BUT tanpa Treaty	Ket
Penjualan	60.054.160.000	
Harga Pokok	(40.805.110.000)	
Laba Kotor	19.249.050.000	
Pengurang:		
Royalti	(1.800.000.000)	
Manajemen Fee	(1.000.000.000)	
Biaya Non-operasional	(3.000.000.000)	
Laba Sebelum PPh	13.449.050.000	
Koreksi Fiskal		
Penjualan langsung HO	5.000.000.000	
Biaya pnj langsung HO	(3.700.000.000)	
Royalti	1.800.000.000	
Manajemen Fee	1.000.000.000	
Penghasilan kena pajak	17.549.050.000	
PPh Terutang 25%	4.387.262.500	
Branch Profit	13.161.787.500	
PPh atas branch profit	2.632.357.500	20%
PPh Badan	4.387.262.500	
PPh atas royalty	360.000.000	20%
PPh atas manajemen fee	200.000.000	20%
Total PPh	7.579.620.000	
Rasio Pajak thd sales	12.621%	

Tabel 5 Perhitungan Bentuk Usaha Tetap dengan Treaty

	BUT + Treaty	Ket
Penjualan	60.054.160.000	
Harga Pokok	(40.805.110.000)	
Laba Kotor	19.249.050.000	
Pengurang:		

Royalti	(1.800.000.000)	
Manajemen Fee	(1.000.000.000)	
Biaya Non-operasional	(3.000.000.000)	
Laba Sebelum PPh	13.449.050.000	
Koreksi Fiskal		
Penjualan langsung HO	-	
Biaya pnj langsung HO	-	
Royalti	-	
Manajemen Fee	-	
Penghasilan kena pajak	13.449.050.000	
PPh Terutang 25%	(3.362.262.500)	
Laba Bersih	10.086.787.500	
PPh atas dividen	1.513.018.125	15%
PPh Badan	3.362.262.500	
PPh atas royalty	270.000.000	15%
PPh atas manajemen fee	-	N/A
Total PPh	5.145.280.625	
Rasio Pajak thd sales	8.567%	

Dengan mendirikan TRO di Indonesia memiliki perbedaan dengan pendirian anak maupun cabang perusahaan. Perbedaan ini dilihat dari fisik barang yang akan diperjual belikan. Pada TRO barang dikirimkan langsung dari induk perusahaan kepada konsumen yang ada di Indonesia. Sehingga, tidak diperkenankan memiliki gudang di Indonesia. Tarif yang ditetapkan menurut KMK 634/KMK.04/1994 adalah sebesar 0.44%. perhitungan ini berdasarkan norma dan BPT/PPh pasal 26 (4), yaitu:

$$PPh\ Terutang 30\% \times 1\% = 0.3\% \quad (1)$$

$$BPT 20\% \times 1 - 0.3 = 0.14\% \quad (2)$$

$$Total\ PPh = 0.44\% \quad (3)$$

Tabel 6 Tabel 6 Perhitungan Bentuk Usaha Tetap TRO Tanpa Treaty

		TRO	Keterangan
Nilai Ekspor		60.054.160.000	
Bruto			
Tarif	PPh	264.238.304	KMK
0.44%			634/KMK.04/199
			4
Rasio Pajak		0.44%	
thd laba kotor			

### BUT TRO dengan Treaty

Perhitungan tarif pajak untuk TRO dengan treaty adalah sesuai tarif BPT yang diberlakukan antar negara yang bersepakat. Dalam P3B Indonesia dan Selandia Baru, tarif untuk BPT tidak diberlakukan. Oleh karena itu setiap pendirian TRO di Indonesia dengan treaty maka pajak yang dikenakan adalah nol. Dengan catatan bahwa perusahaan sesuai dengan kriteria yang tercantum pada pasal 5 ayat 4 dalam P3B.

Sesuai dengan P3B yang berlaku maka kriteria agar tarif pajak perusahaan sama dengan nol yaitu: (a) penggunaan fasilitas semata-mata dengan tujuan untuk menyimpan atau memamerkan barang-barang atau barang dagangan milik perusahaan; (b) pengurusan persediaan barang-barang atau barang dagangan milik perusahaan semata-mata dengan maksud untuk disimpan atau dipajang; (c) pengurusan persediaan barang-barang atau barang dagangan milik perusahaan semata-mata dengan maksud untuk diolah oleh perusahaan lain; (d) pemeliharaan tempat usaha tetap semata-mata dengan tujuan untuk membeli barang atau barang dagangan atau untuk mengumpulkan informasi, untuk perusahaan; (e) pemeliharaan tempat usaha tetap semata-mata untuk tujuan periklanan, untuk penyediaan informasi, untuk penelitian ilmiah atau untuk kegiatan serupa yang memiliki karakter persiapan atau tambahan, untuk perusahaan; (f) pemeliharaan

tempat usaha tetap semata-mata untuk setiap kombinasi kegiatan yang disebutkan dalam huruf a) sampai e), dengan ketentuan bahwa keseluruhan kegiatan tempat usaha tetap yang dihasilkan dari kombinasi ini bersifat bersifat persiapan atau tambahan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terkait model industri bisnis, PT. X dapat memenuhi kriteria tersebut dengan catatan tidak mendatangkan barang ke Indonesia, pengiriman dari Selandia Baru dikirimkan langsung kepada customer yang memesan barang. Dengan demikian seluruh proses bisnis dilakukan secara daring, sementara di Indonesia hanya untuk pemasaran produk saja. Pendirian kantor representatif yang menggunakan P3B tidak menjadi BUT sehingga tidak terutang pajak apapun karena statusnya sebagai WPLN, sehingga pajaknya adalah nihil.

### Evaluasi dan Rekomendasi

Ditinjau dari bentuk usaha dan model bisnis perusahaan maka evaluasi atas perencanaan pajak yang tepat adalah dalam bentuk TRO/Kantor Perwakilan Dagang Asing, karena jika ditinjau dari model bisnis e-commerce business to consumer maka pendekatan yang diperlukan kepada konsumen adalah dalam hal pengenalan produk. Pembeli dapat melakukan pemesanan secara langsung melalui website perusahaan tanpa harus memiliki server di Indonesia. Keseluruhan proses bisnis dilakukan secara daring/online. Dengan demikian pajak yang dikenakan lebih efisien karena tidak dikenakan pajak atas pembelian tersebut (kecuali pajak penghasilan karyawan yang bekerja di TRO Indonesia).

Pembentukan TRO menghilangkan risiko terjadinya pemajakan berganda dan sesuai dengan model bisnis e-commerce B2C. Dalam tabel dapat dilihat bahwa efisiensi pajak paling optimal pada pendirian TRO yang tidak memungut pajak bagi perusahaan dengan negara treaty. Jika perusahaan tidak memenuhi syarat administratif maka pajak yang diberlakukan adalah 0.44%. Hal yang menjadi catatan adalah perusahaan tidak diperkenankan menyotok

barang di Indonesia sehingga pembeli harus membeli secara langsung melalui website dan menanggung beban logistik pengiriman yang lebih besar. Perusahaan memerlukan strategi baru untuk mengatasi permasalahan tersebut

Evaluasi atas pengambilan keputusan perusahaan dalam hal perencanaan pajak yaitu, pendirian anak perusahaan dengan konsep bisnis digital untuk menarik pangsa pasar online sebaiknya mempertimbangkan faktor lainnya. Jika perusahaan memilih PT, maka penjualan offline juga harus dioptimalkan agar mencapai profit optimal. Dengan mendirikan PT perusahaan harus melengkapi persyaratan administratif untuk dapat memperoleh fasilitas tax treaty.

Pendirian BUT dirasa lebih tidak efisien jika dibandingkan dengan pendirian PT, karena bagi BUT dan PT yang menerapkan tarif treaty memiliki rasio yang sama (8.567%), namun dengan mendirikan BUT perusahaan tidak diperkenankan melakukan transaksi antara Induk dan anak perusahaan. Selain itu dalam pendirian BUT jika tidak menerapkan tarif treaty maka pajak yang dikenakan akan sangat besar, yaitu dengan rasio 12.621%. Hal itu disebabkan karena pada BUT-no treaty penjualan langsung kepada holding, royalty dan manajemen fee akan diperhitungkan sebagai penambah penghasilan kena pajak.

## **KESIMPULAN**

Dalam melakukan ekspansi perusahaan asing di Indonesia, hal yang harus diperhatikan adalah keselarasan tujuan pendirian perusahaan dengan maksud pembuat peraturan perundang-undangan agar tidak terjadi kesalahan dalam pemanfaatan fasilitas tax treaty. Efisiensi pajak dapat dilakukan dengan pembentukan TRO, jika maksud ekspansi perusahaan adalah untuk menarik pangsa pasar online di Indonesia. Namun TRO tidak diperbolehkan jika memang perusahaan memiliki transaksi penjualan offline, transaksi pada TRO diperkenankan hanya jika dilakukan secara langsung kepada perusahaan induk. Pendirian TRO harus sesuai dengan pasal 5 ayat 4 dalam P3B, bagi industri

bisnis online maka TRO menjadi solusi karena tidak ada pajak yang dibayarkan jika hanya melakukan pengiklanan secara online, display barang tanpa adanya transaksi di Indonesia. Pembeli melakukan transaksi secara langsung kepada perusahaan induk di negara asal. Hal yang harus diperhatikan adalah besarnya biaya pengiriman atas barang yang dipesan, perusahaan harus mengevaluasi agar tidak memberatkan pembeli.

Pada transaksi offline jika memang dibutuhkan transaksi antar induk dan anak perusahaan (sejauh dalam batas wajar) maka pembentukan anak perusahaan dapat membuat pajak lebih efisien dengan pemanfaatan tax treaty dibandingkan dengan membentuk BUT. Perusahaan harus memahami proses administratif dan tata cara pengisian form DGT-1 agar dapat memperoleh tariff tax treaty.

Dengan demikian, pembentukan TRO bagi e-commerce B2C merupakan pilihan tepat ditinjau dari sisi efisiensi pajak karena pajaknya adalah nol. Perusahaan dapat mencapai profit optimal dan tujuan ekspansi akan tercapai karena secara keseluruhan proses bisnis telah sesuai dengan persyaratan P3B pasal 5 ayat 4.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Baye, M. R. (2010). *Managerial Economics & Business Strategy*. New York, McGraw-Hill Companies inc.
- Blonigen, B. A., Davies, R. B. (2000). " The Effect of Bilateral Tax Treaties on U.S. FDI activity. ." NBER Working Paper Series 7929.
- BPKM (2017). <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/investasi-asing-sektor-digital-diprediksi-meningkat>.
- BPS (2017). *Statistik Telekomunikasi Indonesia*.
- Cresswell, J. W. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. California, SAGE Education.

- Darussalam., H., J., Septriadi, D. (2010). Konsep dan Aplikasi Perpajakan Internasional. Jakarta, PT. Dimensi Internasional Tax.
- detik.com (2010) Vodafone ditagih pajak US\$ 2,5 miliar. <https://news.detik.com/bbc-world/1472782/vodafone-ditagih-pajak-us25-miliar->
- Ellet, W. (2007). The case study handbook: How to read, discuss, and write persuasively about cases, Harvard Business Press.
- Gang, X. (2011). "Conflict and Coordination Problem of Carbon Tax' Diversity Targets in China— Based on the Tax Optimization Theory." Chinese Journal of Population, Resources and Environment Vol.9 No.2 June 2011.
- Gunadi (2006). "Peranan Beneficial Ownership Untuk Menangkal Treaty Shopping " Indonesian Tax Review, Volume V/Edisi 20.
- Hutagaol, J. (2000). Perjanjian Penghindaran Pajak Berganda Indonesia dengan Negara-Negara di Kawasan Asia-Pasifik, Amerika dan Afrika. Jakarta, Salemba Empat.
- Janeba, E. J. J. o. P. E. (1995). "Corporate income tax competition, double taxation treaties, and foreign direct investment." 56(2): 311-325.
- KEMKOMINFO (2015). Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara.[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jad+i+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jad+i+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita_satker)
- KMK 634/KMK.04/1994-Norma Penghitungan Khusus Penghasilan Neto Bagi Wajib Pajak Luar Negeri Yang Mempunyai Kantor Perwakilan Dagang di Indonesia, Direktorat Jendral Pajak.
- Laudon, K. and C. G. Traver (2010). "E-Commerce 2009."
- Lembong, T. (2019). BKPM - HSBC Infrastructure Forum. Bali.
- METHODOLOGY, ECAM 809303, . Jakarta, University of Indonesia.
- Mansury (1999). Kebijakan Fiskal. Tangerang, Yayasan Pengembangan dan Penyebaran Pengetahuan Perpajakan (YP4).
- N. Gregory Mankiw, M. W., and and D. Yagan (2009). "Optimal Taxation in Theory and Practice." Journal of Economic Perspectives Volume 23.
- Nurhidayat, R. J. J. K. d. P. (2017). "TAX TREATY DAN FOREIGN DIRECT INVESTMENT DI INDONESIA." 14(1).
- Ohno, T. (2010). "Emprical Analysis of International Tax Treaties and Foreign Direct Investment. ." Vo.6, No2, March 2010.( Policy Reserch Institute. Ministry of Finance, Japan.).
- PER-10/PJ/2017-Tata Cara Penerapan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda. Direktorat Jendral Pajak.
- Ppro.com (2108). Regional Report Asia E-commerce Payment, PPRO Financial Ltd.
- Pribadi, G. J. P., Kementerian Keuangan, hlm (2010). "Rekonstruksi Kebijakan P3B Indonesia." 6.
- Qunn, M. P. (2002). Qualitative Research & Evaluation Methods. London, Sage Publication.
- Rahayu, N. (2019). Pertumbuhan E-Commerce Pesat di Indonesia. <https://www.wartaekonomi.co.id/read216302/pertumbuhan-e-commerce-pesat-di-indonesia.html>
- Sekaran, U. and R. Bougie (2016). Research methods for business: A skill building approach, John Wiley & Sons.
- Setiawan, S. R. D. (2018) Amazon Diduga Tak Bayar Pajak.<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/28/092221326/amazon-diduga-tak-bayar-pajak>
- Shauki, E. R. (2018). Qualitative and Mixed-Method Research Analysis Using Nvivo 11".Handout, CASE WRITING AND
- Slamet, I. (2015). Tax Treaty Memahami Prinsip-Prinsip Dasar P3B Indonesia

- dengan Negara Partner Lainnya Jakarta, Adam Damili & Partners.
- Slemrod, J. (1989). "Optimal Taxation and Optimal Tax Systems." (NBER Working Paper No. 3038 (Also Reprint No. r1509)).
- Spitz, B. (1983). *International Tax Planning* London, Butterworths.
- Suandy, E. (2008). *Perencanaan Pajak* (ed. 4) HVS, Penerbit Salemba.
- Surahmat, R. (2011). *P3B Suatu Kajian terhadap Kebijakan Indonesia*. Jakarta, Salemba Empat.
- Wilkinson, D. d. B., Peter (2003). *Using Research Instruments: A Guide for Researchers.*, Psychology Press.
- Yin, R. K. (1994). "Discovering the Future of the Case Study. Method in Evaluation Research." *Evaluation Practice* 15(3): 283-290.