

**Implementasi Kebijakan Negara Indonesia sebagai Host Country  
dalam Menghadapi Penunggakan Pembayaran Pajak dari PT  
Google Indonesia Pada tahun 2011-2017**



الجامعة الإسلامية  
الاندونيسية

**PROPOSAL TUGAS AKHIR**

**Diajukan Oleh:**

**Muhammad Ghazi Al Ghiffari**

**15323055**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2022**

**Implementasi Kebijakan Negara Indonesia sebagai Host Country dalam  
Menghadapi Penunggakan Pembayaran Pajak dari PT Google Indonesia Pada  
tahun 2011-2017**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Psikologi dan  
Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Guna Memperoleh Derajat  
Sarjana S1 Hubungan Internasional



**Muhammad Ghazi Al Ghiffari**

**15323055**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL FAKULTAS**

**PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA UNIVERSITAS**

**ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

### Implementasi Kebijakan Negara Indonesia sebagai Host Country Dalam Menghadapi Penunggakan Pembayaran Pajak dari PT Google Indonesia Pada tahun 2011-2017

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan  
Internasional Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna  
Memperoleh Derajat S1 Hubungan  
Internasional

Pada tanggal

14 Oktober 2022

Mengesahkan

Program Studi Hubungan Internasional Fakultas  
Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam

Indonesia Ketua

Program Studi

  
Karina Utami Dewi, S.IP.,M.A

Dewan Penguji

1. Muhammad Zulfikar Rakhmat, B.A., M.A., Ph.D
2. Hasbi Aswar, S.IP., M.A., Ph.D.
3. Mohamad Rezky Utama, S.IP., M.Sc.

Tanda Tangan

## PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertai, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

28 januari 2022,



Muhammad Ghazi Al Ghiffari

## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil'alam

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala kesempatan, kesehatan, serta rezeki untuk melanjutkan S1 ini hingga akhir. Shalawat serta salam selalu dipanjatkan kepada nabi Muhammad SAW. Karya sederhana ini kupersembahkan untuk :

### **Muma dan Dae**

Muma dan Daeku tersayang terimakasih atas limpahan kasih sayang dan semua yang diberikan kepada Aan selama ini hingga bisa sampai sekarang. Muma dan Dae terimakasih atas limpahan doa, nasehat, dukungan, cinta dan kasih sayang yang tak terhingga serta selalu memberikan fasilitas terbaik selama ini. Semoga dengan selesainya studi S1 ini bisa membuat Papa dan Mama bahagia dan bangga dengan perjuangan Aan yang merantau dalam menuntut ilmu.

### **Adik-adikku**

Untuk Tisam dan Alin, terimakasih sudah memberikan support dan semangat untuk Aan dalam menuntut ilmu di Jogja. Terimakasih kalian sudah selalu menjadi saudara yang selalu memberikan dukungan untukku. Semoga aku bisa selalu membahagiakan kalian.

### **Semua Keluarga Besar**

Terima kasih atas doa, nasehat, dukungan dan bantuan yang telah diberikan selama ini.

## HALAMAN MOTTO

“bagi beberapa orang, hidup adalah tentang mengejar. Mengejar cita-cita, mengejar dambaan hati, mengejar puncak. Tidak ada yang salah tentang itu. Namun saya pribadi memilih untuk menjadi seseorang yang pelan-pelan. Pelan-pelan dalam mengerjakan tugas, pelan-pelan menghalalkan dambaan hati, pelan-pelan dalam menggapai cita-cita. Pelan-pelan bukan berarti malas-malasan. Abraham Lincoln merupakan seorang pejalan pelan tapi dia tidak pernah berjalan mundur. Intinya, jika sudah mengerjakan sesuatu saya tidak akan berhenti ditengah jalan apalagi menyerah ”

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur tak terhingga kepada Allah *Subhanallahu wa ta'alla* yang Maha Agung dan Maha Pengasih atas nikmat dan rahmat-Nya, serta segala kekuatan, kemudahan dan kelancaran sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wa sallam*, keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dukungan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini perkenalkan peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Fuad Nashori, S.Psi., M.A.g. Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
3. Miss Karina Utami Dewi, S.IP.,M.A S selaku Ketua Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
4. Muhammad Zulfikar Rakhmat, B.A., M.A., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan nasehat maupun masukan yang membangun serta memotifasi kepada penulis selama ini dan juga selalu memberikan waktu dalam melakukan bimbingan sehingga dalam proses pengerjaan skripsi dapat menjadi lebih mudah dan terarah. Mohon maaf apabila selama menjadi mahasiswa Miss Karin, penulis sering membuat kesalahan. Semoga Miss Karin selalu diberikan kesehatan dan umur panjang

oleh Allah SWT.

5. Pak Wahyu Arif Raharjo, S.IP., M.Int.Rel selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan nasehat bagi segala kebingungan dan keluhan selama menjalankan kuliah. Juga sebagai Dosen Penguji Sidang Skripsi, terimakasih untuk segala saran dan arahnya. Semoga Allah senantiasa membalas kebaikan Ibu dengan kebaikan yang lebih mulia.
6. Seluruh dosen Hubungan Internasional serta dosen Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia atas setiap ilmu yang telah diberikan kepada peneliti selama menempuh masa perkuliahan sampai saat ini.
7. Seluruh karyawan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia atas segala bantuan dan kemudahan yang diberikan kepada peneliti selama menjadi mahasiswa.
8. Mba Mardiatul Khasanah yang telah membantu dalam pengurusan izin dan surat-surat kebutuhan penelitian, serta memberi kemudahan kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
9. Kedua orang tua tercinta, dae dan muma yang tiada hentinya memberikan doa, cinta, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tak terhingga selama ini hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Tisam dan Alin adik-adikku yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa selama peneliti mengerjakan skripsi.



11. Terimakasih kepada Maya yang sempat membantu dalam mengerjakan skripsi dan juga sebagai teman terbaik. Terimakasih sudah mau menjadi teman yang selalu mensupport dimanapun dan kapanpun. Semoga selalu diberikan kelancaran oleh Allah SWT dalam segala urusannya.
12. Terimakasih kepada sahabat Tutu: Vian, Afan, Iman, Sandi, Ragil, Anang, Ricky, Rifal yang telah menjadi sahabat terbaik yang selalu ada dimanapun dan kapanpun baik suka maupun duka. Semoga kita selalu bersahabat dan bersaudara sampai kita tua, menjadi sahabat dunia akhirat gais.
13. Terimakasih kepada teman saya Alfurqan Iskandar Putra yang sudah berpartisipasi baik dalam proses penyelesaian skripsi penulis ataupun menjadi penyemangat selama proses penyelesaian skripsi ini telah memberi nasihat, dukungan hingga menjadi tempat keluh kesah penulis. Semoga dibalas dengan kebaikan oleh Allah SWT.
14. Teman-teman HI angkatan 2015 yang telah berjuang bersama selama 4 tahun ini terutama teman-teman kelas B.

Sekali lagi, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang berperan baik yang telah disebutkan maupun tidak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menginspirasi pembaca untuk menemukan beberapa penelitian yang baru dan inovatif.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Muhammad Ghazi Al Ghiffari

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>1.4. Signifikansi Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5. Cakupan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>1.6. Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>11</b>
<b>1.7 Landasan Konseptual .....</b>	<b>15</b>
<b>1.8 Argumen Sementara.....</b>	<b>18</b>
<b>1.9 Metode Penelitian.....</b>	<b>18</b>
<b>1.1. 1.9.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>1.2. 1.9.2 Subjek dan Objek Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>1.3. 1.9.3 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>20</b>
<b>1.4. 1.9.4 Proses Penelitian .....</b>	<b>20</b>
<b>1.10 Sistematika Pembahasan.....</b>	<b>20</b>
<b>BAB 2 .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1 Indonesia sebagai <i>Host Country</i> .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2 Tujuan Bisnis Internasional.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.1 Tujuan Ekonomi .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3 PT Google .....</b>	<b>25</b>
<b>1.5. 2.3.1 Sejarah Google.....</b>	<b>25</b>
<b>1.6. 2.3.2 Produk Layanan Google .....</b>	<b>26</b>
<b>1.7. 2.3.3 Kedatangan Google di Indonesia .....</b>	<b>27</b>
<b>BAB 3 .....</b>	<b>29</b>
<b>3.1 Kebijakan Perpajakan Perusahaan Multinasional.....</b>	<b>29</b>
<b>3.2 Solusi Negosiasi Win To Win .....</b>	<b>32</b>

<b>BAB IV</b> .....	36
<b>4.1 Kesimpulan</b> .....	36
<b>4.2 Rekomendasi</b> .....	37
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	38



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi membuat perubahan penuh pada pola atau gaya hidup manusia. Dimasa modern ini, seluruh aktivitas lebih tepatnya informasi dan komunikasi dapat diakses dengan mudah hanya dengan koneksi internet dan telepon selular. Terlebih memasuki era digitalisasi industry 4.0, segala lini seperti pendidikan, sosial, ekonomi, budaya dalam skala nasional sampai internasional bertransformasi dari yang bersifat konvensional menjadi digital berbasis internet.

*Google*, adalah *platform* raksasa bidang internet sebagai layanan informasi yang dibutuhkan dan paling sering dikunjungi untuk aktivitas digitalisasi. *Google* memainkan peranan penting layanan *search engine* dengan penetrasi pasar tertinggi dibanding *Yahoo*. Sebab, secara strategi bisnis, *Google* mampu memahami kebutuhan pengguna atau *user* dalam hal pemenuhan permintaan pasar layanan internet. Dengan semua layanan yang ditawarkan, dari layanan *search engine*, *maps*, *statistics*, *marketing* dan lain-lain, pendapatan *Google* mencapai 61,88 USD atau setara 895,5 Triliun per tahun. Rendahnya rasio pajak (tax ratio) Indonesia menjadi sorotan pemerintah, Peran vital pajak dalam negara ini sudah tidak bisa dipungkiri. Sekitar 72,86% atau sekitar Rp1.618 triliun berperan bagi APBN yang bersumber dari pendapatan pajak (Siregar, 2018).

Sebagai perusahaan nonprofit *hectocorn*, Dimana merupakan kualifikasi tertinggi perusahaan startup adalah *hectocorn* dengan valuasi dan investasi *start up* yang telah mencapai US\$100 miliar, tidak menutup kemungkinan perusahaan rintisan ini melakukan penggelapan pajak. Peralnya, Profitabilitas adalah satu indikator kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjuk oleh laba. Untuk dapat meningkatkan pendapatan, perusahaan biasanya menekan biaya-biaya dan meminimalisir kegiatan-kegiatan operasional yang dianggap tidak efisien (Renatha, 2022). Oleh sebab itu, *tax avoidance* adalah salah satu cara perusahaan besar yang telah maju dan matang dalam mengurangi biaya Pajak. *Tax avoidance* atau praktik penghindaran pajak adalah suatu skema transaksi yang dilakukan oleh Wajib Pajak untuk mengurangi atau bahkan menghapus beban pajak dengan memanfaatkan celah/*loophole* dalam kebijakan dan peraturan perpajakan (Kessler, 2021). Iklan digital pada Google merupakan potensi pasar iklan digital masih sangat besar di Indonesia. Menurut hal tersebut dikontribusi oleh tingkat penetrasi Internet dan pengguna *smartphone* yang semakin besar di Tanah Air (Ayyubi, 2017).

Akan tetapi, munculnya perusahaan ini telah menimbulkan konflik pada bagian perpajakan dalam negeri. Hal “penghindaran pajak” dilakukan Google terhadap beberapa negara seperti Inggris, Prancis, Italia dan Indonesia. Keberanian Google sepertinya merujuk kepada celah hukum yang dikenal dengan nama *tax treaty*. *Tax treaty* adalah perjanjian perpajakan antara dua negara yang dibuat dalam rangka meminimalisir pemajakan berganda dan berbagai usaha penghindaran pajak (Administration, 2016). Ini menjadi tantangan bagi negara

tuan rumah maupun negara lainnya untuk meninjau kembali penyusunan kebijakan yang berlaku sehingga dapat meminimalisir kejadian serupa di kemudian hari. Sebab pajak adalah salah satu sumber penerimaan terbesar negara sebagai bagian dari program pembangunan dan kesejahteraan sosial.

Apa yang di hadapi oleh Google di Indonesia adalah permasalahan kepemilikan Badan Usaha Tetap (BUT) dan berdampak pada sistem pembayaran pajak terhadap Indonesia. Tidak adanya keberpihakan Google didalam BUT menjadi asas awal Google di indikasi melakukan penunggakan pembayaran pajak kepada negara. Yang dimana jika wajib pajak luar negeri Non-BUT bertempat di Indonesia maka tetap akan dikenakan pajak sesuai dengan UUPPh. Maksud dari BUT (Bentuk Usaha Tetap) adalah semacam cabang atau perwakilan perusahaan dari luar negeri yang didirikan di Indonesia (subekti, 2022).

Dimana, Undang-undang ini menganut dua sistem pengenaan pajak, yaitu pemenuhan sendiri kewajiban perpajakannya bagi Wajib Pajak luar negeri lainnya. Akan tetapi dari P3B (Perjanjian Penghindaran Pajak Berganda) tersebut dikaji kembali bahwa, apakah Indonesia sebagai negara tuan rumah memang berhak mendapat pajak penghasilan bagi suatu badan usaha, apabila berhak masih harus dilihat apakah ada pembatasan biaya pajaknya. Oleh karena itu sifat *Lex Specialis* merupakan sifat yang harus tetap dapat diperhatikan untuk ketentuan perjanjian internasional.

Sedangkan dari pihak Google sudah mendatangi pihak DJP Indonesia untuk melakukan negosiasi terkait tagihan pajak yang diterima oleh Google

kepada Indonesia. Akan tetapi pertemuan negosiasi masih belum menemukan titik temunya, karena pihak Google merasa bahwa tagihan pajak yang diberikan Indonesia kepada Google mencapai nilai Rp. 5,2 triliun.

Hal tersebut tentunya berkaitan dengan perlakuan perpajakan bagi pelaku e-commerce asing dan lokal, pendapat yang mendukung dikenakannya pajak bagi seluruh bisnis e-commerce yang memasarkan produknya di Indonesia mendasarkan pada prinsip keadilan dalam pemungutan pajak yang seharusnya diterapkan bagi seluruh pelaku usaha pada industri sama (Sya'bani, 2016).

Namun pihak DJP Indonesia masih juga belum memutuskan pemotongan pembayaran kepada Google karena pihak Google masih belum memberikan semua data pemasukan perusahaan yang didapat dari Indonesia. Namun kedua pihak, secara umum sama-sama tidak ingin permasalahan ini berakhir di meja hijau, dengan kata lain pihak Google dan DJP Indonesia sama-sama ingin menyelesaikan dengan cara damai. Dalam hal ini, negosiasi tetap menjadi cara yang tepat untuk terus dilakukan dan digencarkan jika kedua belah pihak. Namun, melalui penelitian ini negosiasi yang disarankan adalah negosiasi yang sesuai dengan kaidah dan runtutan tahap negosiasi secara kajian *International Relation*. Menurut (Ulinuha, 2013) dalam penelitiannya terkait Strategi Negosiasi Bisnis Jack Advertising dengan klien dilakukan dan difokuskan pada strategi dan taktik negosiasi untuk mencapai kesepakatan harga dan laba sesuai kesepakatan bersama tanpa ada pihak-pihak yang dirugikan. (Hartman, 2006:251) menjelaskan bahwa negosiasi penting karena mengacu pada proses komunikasi di mana kedua belah pihak berusaha mencapai kesepakatan yang

menyenangkan kedua belah pihak pada masalah yang sama dengan tujuan dan pandangan mereka sendiri berusaha akan mencapai tingkat kesepakatan yang memuaskan. Sebab nantinya, jika strategi penyelesaian bersama tidak diindahkan, *Tax Avoidance* yang dilakukan Google selaku bisnis dan organisasi internasional ini dapat dijadikan sebagai celah bagi negara-negara lain khususnya Indonesia untuk meregulasi kembali kebijakan-kebijakan ekonomi khususnya dalam aspek perjanjian-perjanjian dengan negara lain yang berhubungan dengan perpajakan penghasilan terhadap suatu badan usaha internasional yang beroperasi dalam negeri sehingga tidak muncul celah untuk tidak mematuhi regulasi yang berlaku, (*Tax Avoidance*) sendiri merupakan penghindaran pajak merupakan usaha yang sama sekali tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (Putrawan, 2018).

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana Implementasi Diplomasi Negosiasi Permasalahan Pajak PT Google dengan Indonesia?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pemerintah Indonesia sebagai Host Country berupaya menangani penunggakan pembayaran pajak dari PT Google Indonesia, mengingat PT Google Indonesia telah menerima pendapatan yang sangat besar dari pengguna internet di Indonesia dan sama sekali tidak membayar pajak penghasilan ke Indonesia yang memiliki status sebagai *Host Country*. Selain itu, tujuan penelitian ini menelaah kebijakan atau langkah



yang di ambil Pemerintah Indonesia melalui negosiasi internasional bersama pihak Google terkait jalan keluar permasalahan penunggakan pajak yang dilakukan mengingat pajak memiliki peranan yang begitu penting bagi negara dalam pelaksanaan pembangunan juga sumber pendapatan negara.

#### **1.4. Signifikansi Penelitian**

Pemerintah Indonesia dalam kasus ini lebih mengarah kepada Kementerian Keuangan Republik Indonesia bertugas dalam menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang keuangan negara serta pelaksanaan kebijakan di bidang penganggaran, pajak, kepabeanan dan cukai, perbendaharaan kekayaan negara, perimbangan keuangan, dan pengelolaan pembiayaan (Kemenkeu).

Melihat pihak PT Google Indonesia yang tidak membayar tunggakan pajak yang sudah bertahun-tahun dan sudah merugikan negara, Kementerian Keuangan Republik Indonesia pun bergerak untuk menagih pajak penghasilan dari PT Google Indonesia yang sangat besar. Sehingga, ini sangat penting untuk menilik bagaimana peran dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia dalam upaya menangani pelanggaran dan mencari kesepakatan yang tepat terkait pembayaran pajak oleh PT Google Indonesia dan mengimplementasikan negosiasi sebagai jalan keluar antara pihak Google dan DJP Indonesia melalui proses dan langkah-langkah negosiasi secara kajian hubungan internasional.

(R Sinaga, 2018) dalam penelitiannya tentang Negosiasi Internasional dan Budaya Bisnis: Studi Kasus pada Perusahaan Teknologi Raksasa Google, meneliti dan menelaah langkah-langkah yang diambil untuk mengatasi perilaku tidak

professional dari Google, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan budaya saat melakukan negosiasi bisnis terkait penghindaran pajak.

Penelitian dilakukan dan dikumpulkan dari berbagai sumber laman Google seperti [bbc.com](http://bbc.com), [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com), [detik.com](http://detik.com) dan media informasi lainnya. Sedangkan (Suryani, dkk 2018) meneliti tentang Permasalahan Penggelapan Pajak oleh Google di Indonesia yang berlatar belakang pada banyaknya perusahaan transnasional yang melakukan penggelapan pajak dengan sistem *transfer pricing* dengan permasalahan utama penghindaran pajak yang dilakukan Google yang tidak berstatus sebagai BUT, akan tetapi hanya sebagai kantor perwakilan Indonesia yang dalam hal ini pemerintah Indonesia tidak dapat memungut pajak penghasilan dari kegiatan bisnis Google di Indonesia. Sehingga cara terbaik yang dilakukan melalui jalan negosiasi internasional. Penelitian ini termasuk penelitian normatif pendekatan dengan undang-undang dan hukum yang berlaku.

### **1.5. Cakupan Penelitian**

Konsentrasi studi kasus ini adalah untuk melihat peran Kementerian Keuangan Republik Indonesia dalam upaya menemukan kesepakatan dengan PT Google Indonesia yang tidak membayar pajak penghasilan ke Indonesia. Untuk itu penulis akan membatasi penelitian ini seperti bagaimana awal masuk dan beroperasinya PT Google Indonesia dan alasan mereka tidak membayar pajak penghasilan kepada Indonesia dan langkah yang diambil hingga menemukan kesepakatan. Namun penulis juga tidak menyekati pembatasan dalam jangka

waktu segala perubahan peristiwa atau isu perpajakan antara Google dengan pemerintah Indonesia.

Penelitian ini dilakukan sebagai contoh bahwa terdapat perusahaan yang masih belum taat dan berusaha menghindari pajak penghasilan negara melalui disinformasi hasil pendapatan kepada negara sebagai *Host Country* dan ekspansi ekonomi internasional yang bisa merugikan. Sehingga, penelitian ini masih signifikan untuk diteliti.

#### **1.6. Tinjauan Pustaka**

Putu Sriyani pada penelitiannya tentang “*Penyelesaian Permasalahan Penggelapan Pajak oleh Google di Indonesia*” menjelaskan tentang sistem *transfer pricing* adalah banyak cara perusahaan transnasional dalam meminimalisir dan melakukan penggelapan pajak. Rendah dan lemahnya pengawasan pemerintah mengenai aturan hukum perpajakan perusahaan digital transnasional yang ada, serta tidak adanya hukum yang mengendalikan sistem pemajakan yang sesuai dan peran masyarakat Indonesia tidak turut ambil bagian membantu pemerintah merupakan masalah yang diangkat dari penelitian ini.

Pada tulisan Hedi Cahyadi “Konsensus Dunia Mengejar Pajak Google” dalam website resmi Direktorat Jendral Pajak, ia memaparkan bahwa pada awal juni 2019 (Hedi Cahyadi, Konsensus Dunia Mengejar Pajak Google, 2019). Menteri Keuangan dan Gubernur Bank Sentral anggota G20 mengadakan pertemuan rutin di Fukuoka, Jepang. Salah satu isu yang di bahas dalam pertemuan tersebut adalah masalah perpajakan internasional mengenai kemajuan

kerja sama internasional untuk mencegah penghindaran pajak melalui *Base Erosion and Profit Shifting* (BEPS). BEPS adalah program perencanaan pajak (*tax planning*) dengan menggunakan celah dan kekurangan-kekurangan pada peraturan perundang-undangan perpajakan domestic untuk menghapus laba dengan memindahkan laba tersebut ke negara lain yang telah bebas pajak atau pajak rendah dan tariff pajak rendah.

Di Kawasan Asia Pasifik, Google berkantor pusat di Singapura. Alasan penempatan kantor pusat berada di Singapura adalah karena disana adalah Negara yang memiliki tarif pajak paling kecil di bandingkan Negara-Negara tetangganya. Tarif pajak pada Negara Singapura hanya mencapai 17% dan masih bersifat 'negotiable'. Negara pada Kawasan Asia Pasifik selain Singapura memiliki biaya pajak yang lebih tinggi, sebagai perbandingan : Indonesia 25%, Thailand 20%, Filipina 30%, Malaysia 24%, Vietnam 20%, Brunei 18,5%, Myanmar 25%, Laos 24% dan Kamboja 20%. Oleh sebab itu, Sebagian besar pendapatan yang dihasilkan Google di Indonesia di pesan melalui kantor pusat Singapura, hal inilah yang menyebabkan Indonesia mengalami kerugian. Inggris dan Prancis adalah negara di Eropa yang sangat kukuh melawan *aggressive tax planning* Google. Dua bulan sebelum pertemuan G20 di Fukuoka, Kementerian Keuangan menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) tentang Penentuan Bentuk Usaha Tetap (BUT). Peraturan ini bertujuan mengendalikan tugas dan tanggungjawab perpajakan bagi seluruh wajib pajak asing di Indonesia. Sehingga perusahaan-perusahaan teknologi pada bidang digital maupun non digital yang ada di Indonesia harus terdaftar sebagai BUT dengan nomor wajib pajak terdaftar.

Namun demikian, isu terkini dalam pertemuan G20 bahwa redefinisi BUT atau *permanent establishment* sekarang tidak lagi signifikan. Sehingga BUT tidak diterapkan untuk kepentingan kewajiban pajak perusahaan multinasional. Melainkan ditinjau dari seberapa banyak *economic value* yang didapatkan perusahaan tersebut. Sehingga besarnya pungutan pajak didapatkan dari perhitungan seberapa besar perusahaan digital-digital tersebut menghasilkan nilai atau pendapatan di Indonesia. Namun hingga kini regulasi di Indonesia belum memiliki kesepakatan yang valid terkait basis pemungutan pajak terhadap Google dan sejenisnya. Beberapa tindakan positif lainnya telah dilakukan oleh Indonesia, seperti pada acara, ‘economics present’ dimana salah satu yang diupayakan yang kemudian dapat menjadi consensus global nantinya dapat bermanfaat bagi pendapatan pajak di Indonesia. Hal tersebut diungkapkan Menteri Keuangan Sri Mulyani pada acara *G20 Ministerial Symposium on International Taxation*.

Menurut Safyra Primadhyta, pada tulisannya melalui CNN Indonesia, tantangan terbesar bagi seluruh pemerintah di dunia khususnya fiskus negara adalah membaui perusahaan internet teknologi seperti Google (Primadhyta, 2019). Evolusi teknologi digital telah mengeliminasi keberadaan fisik perusahaan yang mempersulit status perpajakan. Karena saat ini mekanisme yang ada memungkinkan perusahaan internet untuk memperoleh keuntungan dari negara lain melalui cara yaitu menempatkan kantor pusat di negara-negara dengan pungutan pajak yang rendah, bahkan jika mereka mendapatkan keuntungan dari negara lain, tidak banyak negara yang sukses menggugat hak pajak untuk raksasa internet ini. Di sisi lain, Google melunasi pajak terutang kepada negara Inggris

terhitung tahun 2005 sampai tahun 2016 sebesar 130 juta poundsterling atau sekitar Rp. 2 Triliun . Survei menggunakan data penjualan yang tidak dapat disangkal selama periode 6 tahun Google menghasilkan pendapatan advertensi online di seluruh dunia.

Beberapa media internasional meliput nilai penjualan Google di Inggris pada tahun diperoleh 3,8 Miliar poundsterling, akan tetapi pajak yang dilunasi hanya sebesar 20,4 juta poundsterling. Diketahui bahwa Google mentransfer seluruh laba ke kantor pusat yang berada di Irlandia yang disebut sebagai surga pajak. Pada akhirnya, selain melunasi utang, agar proporsi aktivitas penjualan di Inggris bisa lebih tinggi dari pada Irlandia, Google bersedia memperbaharui sistem dan alur perpajakan sesuai ketentuan yang berlaku di Inggris.

Indonesia sendiri tidak tinggal diam atas upaya penghindaran pajak Google. Kementerian Keuangan mengeluarkan peraturan PMK pada tanggal 1 April 2019, Peraturan tersebut mengatur kewajiban perpajakan bagi perusahaan atau orang asing yang melakukan kegiatan usaha di Indonesia, baik perusahaan digital maupun nondigital, wajib membukukan Badan Usaha Tetap dengan NPWP terdaftar. Direktur Jenderal Kebijakan Fiskal, Suahasil Nazara mengatakan setiap negara terdorong meringkus kawasan pajaknya mengingat kesempatan objek pajak melakukan pengelakan dan kecurangan terhadap pajak masih ada.

Transparansi memiliki dua apek yang luas, salah satunya adalah pertukaran data wajib pajak untuk masing-masing warga negara, membuat informasi otoritas pajak menjadi lengkap dan komprehensif. Menurut Suhashir,

tantangan terbesar untuk meningkatkan transparansi adalah membuat semua negara berpartisipasi dalam perjanjian multilateral. Jika hanya satu negara yang tidak ikut, maka negara tersebut menjadi “penumpang gratis” atau *Free Rider* dalam perjanjian yang ada. Transparansi pajak juga mencakup keterbukaan informasi tentang pemberian manfaat pajak.

Langkah pemerintah Inggris untuk memperkenalkan *diverted profit tax* bukanlah pelanggaran terhadap perjanjian pajak karena tidak ada tarif penetapan pajak untuk Google sebelumnya. Kesepakatan baru tersebut datang dengan kampanye anti-pajak yang berhasil memaksa Google untuk kemudian menjadi BUT di Inggris setelah perjanjian pajak tidak lagi dapat melindungi taktik perencanaan pajak yang agresif di wilayah Double Irish Dutch Sandwich. Tindakan ini juga dapat diterapkan di Indonesia, setelah Menteri Komunikasi dan Informatika telah menerbitkan Surat Edaran 3 tahun 2016 bahwa perusahaan OTT di Indonesia harus membangun BUT untuk menjadi wajib pajak. Jika langkah ini bisa dilakukan, pemikiran serta langkah DJP selanjutnya perlu lebih mendesak dan darurat karena hak Google tentu tak bisa diabaikan, tetapi prinsip keadilan pajak juga perlu diutamakan. Untuk membangun itu, paling tidak ada dua hal yang harus disiapkan, yakni regulasi dan perjanjian untuk Google sebagai objek kena pajak serta kampanye anti penghindaran pajak.

### **1.7 Landasan Konseptual**

Dalam penyelesaian suatu masalah atau sengketa, hal yang paling penting dipahami adalah bagaimana penyelesaian tersebut disepakati untuk menemukan

suatu solusi yang bersahabat juga kondusif dan sebisa mungkin dapat menguntungkan kedua belah pihak sengketa. Hal-hal tersebut tidak dapat dipisahkan dari prinsip-prinsip penyelesaian sengketa. Dalam studi kasus ini, prinsip Itikad Baik (*Good Faith*) pada Deklarasi Manila 1963 dengan penyelesaian masalah secara hukum internasional melalui perilaku atau sikap itikad baik pihak sengketa karena sifatnya yang multinasional serta melibatkan beberapa perbedaan hukum yang berlaku.

Prinsip ini mengedepankan hubungan baik multinasional agar tetap dapat dipertahankan demi tujuan kerja sama saling menguntungkan kedua belah pihak yang mencakup tahap awal yaitu negosiasi, jika negosiasi tidak dapat dilaksanakan dengan sukses maka langkah selanjutnya ada pada tahap mediasi, konsiliasi, arbitrase, sampai pada proses meja hijau atau langkah-langkah penyelesaian masalah pada bagian lainnya untuk dapat diambil kebijakan dan kesimpulan permasalahan. Pilihan negosiasi dianggap lebih tepat, sebab jika dilihat dari keduanya, Google merasa bertanduk dalam negeri karena kebutuhan Indonesia pada layanan-layanan Google setiap waktu ke waktu semakin meningkat, terbukti dengan banyaknya pelaku ekonomi kreatif yang membutuhkan jasa google sebagai *market place* yang juga meningkatkan taraf ekonomi negara. Sedangkan pada pihak Indonesia sendiri mempunyai kekuatan yang cukup besar karena konflik ini berkaitan dengan peraturan perpajakan dalam negeri untuk pihak asing. Sehingga, solusi negosiasi ini tepat untuk dilakukan dengan keterampilan komunikasi dan analisis konflik yang baik guna mencapai tujuan dan keuntungan masing-masing.

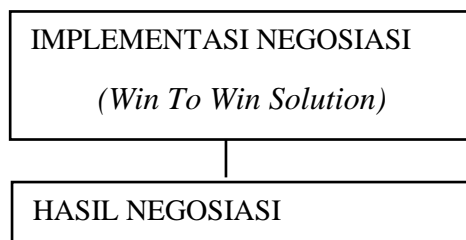


Penelitian ini didasari langkah-langkah pemikiran sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan gambaran Google secara umum, terkait jenis bisnis atau usaha, pendapatan dan perolehan pajak Google sebagai *Host Country Business* di Indonesia
2. Memaparkan estimasi atau total pajak yang dibayarkan Google kepada pemerintah Indonesia atau DJP, atau total pungutan pajak dari Google yang dinilai tidak patuh dalam membayar pajak.
3. Menjelaskan jenis sistem, kebijakan, aturan-aturan aturan Direktorat Jenderal Pajak yang berlaku dalam hal pendapatan negara melalui pajak yang berkaitan dengan pajak internasional.
4. Mengimplementasikan negosiasi sebagai jalan terbaik penyelesaian sengketa antara Google dengan DJP Indonesia.
5. Hasil dari pengimplementasian negosiasi. Jalan tengah yang saling menguntungkan antara pihak Google dan DJP Indonesia.

Lebih jelasnya landasan konseptual digambarkan sebagai berikut:





### **1.8 Argumen Sementara**

Dengan adanya kerjasama multinasional Indonesia dengan berbagai negara, khususnya dengan pihak Google, secara langsung maupun tidak langsung Indonesia memiliki kewenangan dan keuntungan melalui bisnis internasional ini. Namun demikian dengan hukum atau kebijakan perpajakan internasional yang masih belum dapat memastikan status google di Indonesia membuat penetapan pajak tersebut tidak dapat ditunjukkan dan dikunci sebagai kebijakan yang tetap. Akhirnya pihak Google memainkan peranan penghindaran pajak di Indonesia. Dengan persentase pendapatan Google yang terus meningkat, pendapatan perpajakan dari kerjasama inipun seharusnya dapat meningkat pula. Tidak hanya itu, untuk tetap dapat mempertahankan hubungan bisnis internasional yang sehat, dibutuhkan strategi penyelesaian yang tidak memberatkan satu sama lain. Sehingga, melalui penerapan negosiasi *win to win*, diharapkan penyelesaian sengketa dapat menguntungkan kedua belah pihak.

### **1.9 Metode Penelitian**

#### **1.9.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan tujuan menelaah kejadian atau peristiwa tentang suatu subyek yang dialami secara ekstensif melalui

ilustrasi deskriptif kedalam bentuk kalimat saling berelasi dan konteks dengan menggunakan metode alamiah dari suatu peristiwa. Objek penelitian dideskripsikan dan diinterpretasikan melalui sumber data yang terdapat dari beberapa literasi dan sumber bacaan. Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder dengan tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah peneitian kepustakaan.

. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah teknik kualitatif dimana informasi yang diperoleh diruangkan dalam bahasa yang dapat menjelaskan hubungan antara data satu dengan data lainnya sehingga dapat diperoleh kebenaran atas informasi tersebut. Penelitian yang bersifat kualitatif dijadikan instrument penelitian yang bersifat deskriptif dan naratif (Bakry, 2016, p. 18-19). Sumber data penelitian ini berasal dari berbagai sumber data hasil wawancara terstruktur maupun tidak terstruktur, pengamatan secara tidak langsung dari teks-teks, media cetak, sumber berita lainnya yang dapat dijadikan sebuah penelitian baru.

### **1.9.2 Subjek dan Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini subjek yang dipakai ialah subjek makro yang membahas tentang isu-isu yang berkaitan dengan organisasi internasional, bisnis internasional, governance dalam cakupan keilmuan Hubungan Internasional. Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah PT. Google di Indonesia sebagai Host Country Wilayah Singapura yang merupakan salah satu bisnis multinasional dalam bidang layanan internet.

### **1.9.3 Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini memanfaatkan data-data sekunder atau data yang didapatkan dari berbagai sumber seperti orang lain, dokumen-dokumen pendukung, transkrip informasi atau sumber lainnya seperti media berita, buku, jurnal, skripsi, laporan dari suatu organisasi pemerintahan maupun non pemerintahan yang kemudian diolah dan dikaji sehingga sinkron dengan tujuan dari dilakukannya penelitian ini. Yang pada dasarnya semua informasi tersebut untuk mempermudah penelitian.

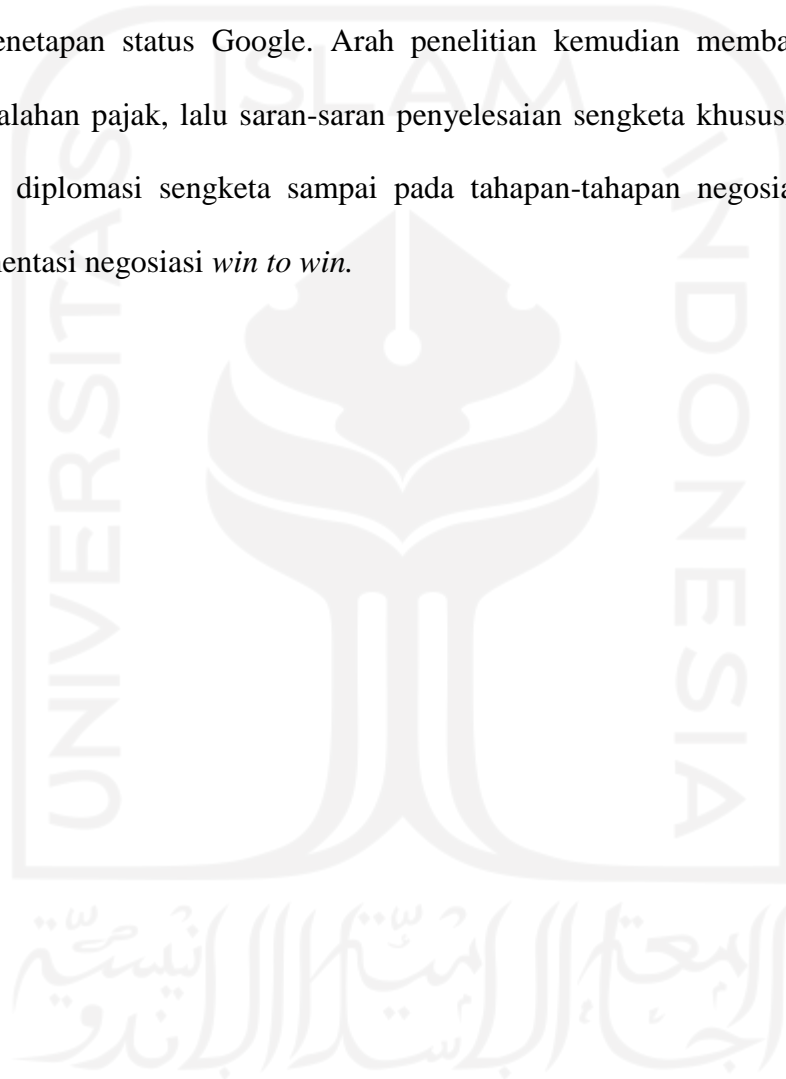
### **1.9.4 Proses Penelitian**

Metode yang digunakan dalam analisis data adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif merupakan metode analisa yang menambah makna dari setiap informasi yang diolah melalui uraian hasil penelitian secara luas dan lengkap. Dari uraian tersebut kemudian yang menghasilkan jawab dari rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini. Proses penelitian ini dimulai dari menganalisis sengketa pajak antara Google dan Indonesia melalui informasi dan data terkait pendapatan Google, total pajak yang telah dibayarkan, dan tunggakan pajak yang seharusnya dibayarkan. Kemudian menelaah sistem, kebijakan, aturan terkait penetapan Google di Indonesia dan ketetapan pajak yang berlaku untuk Google. Menerapkan penyelesaian sengketa dengan jalan negosiasi yang dinilai saling menguntungkan keduanya. Dalam hal ini, tahap-tahap negosiasi yang tepat diarahkan dan disarankan untuk diimplementasikan.

### **1.10 Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini diawali dengan menggali seluruh informasi tentang Google. Menjelaskan secara menyeluruh tentang keberadaan Google di Indonesia sebagai

salah satu bisnis multinasional dalam negeri, lebih tepatnya Google sebagai *Host Country*, tujuan ekonomi dengan adanya Google di Indonesia yang bermula pada sejarah kedatangan Google di Indonesia. Selanjutnya penelitian akan membahas tentang kebijakan perpajakan internasional yang ditetapkan Indonesia juga penetapan status Google. Arah penelitian kemudian membahas sengketa permasalahan pajak, lalu saran-saran penyelesaian sengketa khususnya negosiasi sebagai diplomasi sengketa sampai pada tahapan-tahapan negosiasi dan saran implementasi negosiasi *win to win*.



## **BAB II**

### **INDONESIA DALAM EKSPANSI BISNIS INTERNASIONAL**

#### **2.1 Indonesia sebagai *Host Country***

Sebagai raksasa teknologi yang berkembang pesat dan memonopoli seluruh pasar IT didunia, Google terus menerus menghidupkan ekspansi bisnis multilateral salah satunya di Indonesia. Pasar yang efektif, adil, transparan, dan akuntabel tersebut dapat terwujud karena dalam perdagangan multilateral terjadi mekanisme perdagangan yang sangat dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran yang adil dan sesuai dengan kondisi riil pasar (Bisnis.com, 2019).

Negara Indonesia dipilih sebagai kantor wilayah penyelenggara pengembangan Google untuk wilayah Asia Tenggara yang memenuhi syarat sebagai destinasi ekspansi *host country* jika dilihat dari letak geografis, budaya serta tingkat konsumtifitas penduduknya akan penggunaan layanan internet. *Host country* adalah negara tuan rumah atau negara tempat organisasi negara induk menetapkan suatu fasilitas dan aktivitas kepada negara tujuan (Nicojanuar, 2016). Indonesia sebagai *host country* merujuk pada peran negara sebagai regulator perekonomian untuk peningkatan pendapatan dan keuntungan negara, melalui relasi global ekonomi pada aktivitas perusahaan transnasional yang terdiri atas induk perusahaan dan afiliasi perusahaan luar negeri. Sebagai bentuk usaha internasional yang berkedudukan di Indonesia, PT Google adalah salah satu subjek pajak luar negeri yang disebut BUT (Bentuk Usaha Tetap) sesuai pasal 2 ayat (5) UU 36/2008 (Cristin, 2020). Diketahui bahwa Indonesia adalah negara dengan pertumbuhan internet ketiga didunia setelah India dan China menurut

laporan digital We are Social dan Hootsuite tahun 2020, hal ini merujuk pada seberapa besar yang didapatkan oleh PT Google dari jumlah pengguna aktif, serta seberapa besar yang dibayarkan kepada pemerintah sebagai salah satu perusahaan transnasional, jika dihitung dari pendapatan selama beroperasi di Indonesia. Dimana juga menurut Sekjen APJII, jika digabungkan dengan angka dari proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS) maka populasi Indonesia tahun 2019 berjumlah 266.911.900 juta, sehingga pengguna internet Indonesia diperkirakan sebanyak 196,7 juta pengguna (APJII, 2020).

## **2.2 Tujuan Bisnis Internasional**

### **2.2.1 Tujuan Ekonomi**

Tujuan ekonomi tidak bisa lepas dari kolaborasi yang dilakukan oleh tiap negara salah satunya kerja sama ekonomi internasional adalah aspek penting perekonomian dengan menjalin hubungan ekonomi antara satu negara dengan negara lainnya, salah satu cara untuk bisa saling menguntungkan dapat melalui perizinan perusahaan asing yang melakukan kegiatan bisnis di Indonesia. Kerja sama tersebut secara langsung dapat meningkatkan kesejahteraan lebih khususnya pada kenaikan pendapatan negara, cadangan devisa, investasi, transfer modal juga luasnya lapangan kerja. Dengan kata lain tujuan utama dari kerja sama internasional adalah untuk saling memperoleh keuntungan serta saling menguntungkan kedua negara yang bekerja sama, namun tetap mematuhi pedoman politik serta ekonomi dari negara yang menjalin kerja sama (Ahmad, 2022).

Ekspansi ekonomi internasional yang bertujuan meningkatkan pendapatan berasal dari penerimaan pajak ekonomi internasional yang mengambil bagian cukup besar dan serius mengenai perolehan penghasilan entitas asing di Indonesia, mengingat semakin pesatnya globalisasi juga mempengaruhi perkembangan ekonomi digital. Jenis baru ekonomi ini diperkenalkan Tapscott, yang bermakna keadaan sosiopolitik dan sistem ekonomi yang mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses instrumen, kapasitas, dan pemesanan informasi (Sugiarto, 2019).

Dimana fenomena ini mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Dalam artian, inovasi teknologi dan ekonomi merubah inkubator bisnis individu dan organisasi dengan berbagai model terbaru menjadi *e-commerce*, layanan aplikasi, iklan, *cloud*, platform jaringan dan sebagainya dengan perolehan pendapatan dan investasi tinggi dalam waktu singkat dikarenakan kebutuhan masyarakat terhadap dunia digital sangat tanggap. Hal ini pun tidak menutup kemungkinan dibukannya peluang penghindaran pajak atas kegiatan transaksi ekonomi digital tersebut sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku yaitu Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 35 Tahun 2019 tentang penentuan Bentuk Usaha Tetap (BUT). Regulasi ini diharapkan dapat menjadi acuan penetapan pajak dari perusahaan multinasional berbasis teknologi digital di Indonesia.



## 2.3 PT Google

### 2.3.1 Sejarah Google

Google adalah layanan mesin pencari “*Search engine*” yang sangat bermanfaat bagi kebutuhan pengetahuan manusia modern sekarang. Didirikan pada tanggal 7 September 1998 oleh Larry Page dan Sergey Brin, dua mahasiswa Phd di Universitas Stanford di California, AS. Awalnya, kedua pemuda itu bermimpi membuat mesin pencari dan mengindeks semua situs web yang ada. Mereka menciptakan Google ini dengan misi untuk mengumpulkan informasi dunia dan membuatnya dapat diakses dan digunakan semua orang. Salah satu penyebab Google lebih unggul dibandingkan mesin pencarian lainnya ialah karena Google memiliki fitur-fitur yang beragam dan dapat membantu pengguna untuk mendapatkan informasi yang diinginkan (Harian, 2021).

Google merupakan mesin pencari paling populer dimana setidaknya 200 juta permintaan pencarian yang diakses setiap harinya. Pada tahun 2015 kedua pendiri Google tersebut melakukan restrukturisasi organisasi yaitu dengan membuat perusahaan holding dan konglomerat sebagai induk perusahaan Google dan beberapa perusahaan digital besar lainnya seperti Fiber, Google, dan Nest. Sebagai perusahaan induk, Alphabet berhak penuh atas nilai saham Google, Fiber dll di bursa saham, kendati sebagai induk perusahaan teknologi terbesar di Amerika Serikat, Alphabet diduga dibentuk untuk menghindari pembayaran pajak yang nilainya mencapai 2,8 miliar dolar AS per tahun atau sekitar Rp 41,160 triliun (kurs Rp 14.700 per dolar AS), menurut penelitian oleh badan amal anti-kemiskinan ActionAid International (Adinda Pryanka, 2020).

### 2.3.2 Produk Layanan Google

Dibawah ini adalah beberapa produk layanan dari Google secara umum yang diketahui:

#### a. Periklanan

- Google Adsense, merupakan layanan yang signifikan dengan periklanan pada halaman web yang menampilkan penawaran iklan pemilik website (Google, 2022)..
- Google Adwords, adalah layanan di mana iklan yang tampil hanya iklan yang relevan dengan konten dari halaman web (Google, 2022).

#### b. Aplikasi Pencarian

- Google Search, paling sering digunakan diseluruh dunia dimana layanan pencarian informasi atau *search engine* di web dengan miliaran halaman web. Dengan pangsa pasar sebanyak 53,6%, kemudian Yahpp (19,9%) dan Live Search (12,9%) user dapat mencari informasi yang mereka inginkan, melalui penggunaan kata kunci dan operato (Google, 2022).r.
- Google Maps, Layanan untuk melihat peta pada aplikasi mobile, dan juga tersedia untuk komputer personal (Google, 2022).
- Google Earth, merupakan layanan khusus Google yang digunakan untuk melihat landscape geografis bumi atau dataran yang kemudian menjadi sebuah program pemetaan interaktif yang disediakan oleh satelit dan fotografi udara yang mencakup keseluruhan planet Bumi. Google Earth dianggap sangat akurat dan lebih mendetail (Google, 2022).

### c. Komunikasi

- Gmail, merupakan layanan surat elektronik atau yang biasa disebut email berbasis web dan gratis. Kelebihan lainnya dari layanan ini adalah dapat menampilkan iklan dari layanan AdWords yang kemudian ditambah isi pesan email lalu ditampilkan dilayar.
- Google Drive, adalah bentuk jasa untuk menyimpan data, yang terhubung dengan layanan Google Docs.
- Google Docs, Layanan dari Google untuk menyimpan dokumen-dokumen.
- Google Chrome, adalah layanan chromium milik Google untuk menghimpun seluruh layanan dan halaman website untuk mempermudah pencarian informasi yang diinginkan pengguna (Google, 2022)..

#### **2.3.3 Kedatangan Google di Indonesia**

Hubungan bisnis PT. Google dengan Indonesai merupakan bentuk perdagangan internasional yang membentuk perusahaan multinasional (*multinational corporation*) yaitu perusahaan melakukan aktivitas bisnis di dunia negara atau lebih dan memiliki berbagai kantor cabang dibeberapa negara Kehadiran perusahaan multinasional sebagai bentuk adanya liberalisasi perdagangan memang tidak dapat dihindari lagi. Multinational Corporation (MNC) adalah sebuah perusahaan internasional atau transnasional yang berkantor pusat di satu negara tetapi memiliki kantor cabang atau subsidiari di berbagai negara maju dan berkembang (Lupitasari, 2018). Google pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 2011 dengan strategi penanaman modal asing. Satu tahun

kemudian, pada tanggal 30 Maret 2012 Google mendirikan kantor perwakilan di Indonesia di Cyber 2 Tower Jalan HR Rasuma Said Blok X-5 Kuningan, Jakarta Selatan (Wahono, 2012). Tidak mudah untuk Google dalam upaya mendirikan kantor di Indonesia, pasalnya terjadi diskusi dan negosiasi ketat antara Google dengan Pemerintah Indonesia terkait tujuan bisnis juga peraturan-peraturan yang akan diberlakukan untuk salah satu *holding company* milik Alphabet tersebut.

Dengan misi melayani 220 juta jiwa Indonesia melalui kebutuhan layanan internet dan jaringan, Google agresif maju menjadi salah satu pasar utama di Indonesia. Menurut analisis data Google, pada awalnya Indonesia hanya mempunyai 75.000 bisnis online dan startup lokal, namun dengan semakin meningkatnya prosentase pengguna layanan tersebut diperkirakan pada 5 tahun yang akan datang Google akan memperoleh *income* hingga mencapai 100 Milyar USD jika ditinjau dari tingkat kebutuhan dan varian layanan Google yang semakin hari semakin menguasai segala lini terutama UKM, Pemerintahan, Pendidikan bahkan Kesehatan. Dengan semakin mudahnya akses internet dan jaringan maka semakin besar pula peluang Google menjadi kebutuhan segala aspek.

**BAB III**  
**IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PERPAJAKAN & NEGOSIASI**  
**“WIN TO WIN” GOOGLE DENGAN DJP**

**3.1 Kebijakan Perpajakan Perusahaan Multinasional**

Secara umum, keberadaan fisik suatu barang atau produk usaha merupakan landasan awal sebuah hukum dan sistem perpajakan di dunia. Pasalnya, wujud fisik dari usaha tersebut dapat mudah dan relevan untuk dikenai otoritas pajak kepada pelaku usaha. Dengan munculnya trend terbaru menghasilkan pendapatan tanpa wujud fisik atau *physical presence* di negara yurisdiksi sebagai sumber penghasilan telah menanggukkan sistem perpajakan luar dan dalam negeri. Hal ini menjadikan tantangan tersendiri pada lingkup otorisasi perpajakan diseluruh dunia terkait sistem dan hukum yang dapat mengikat kedudukan bisnis digital yang semakin tahun semakin berkembang dan maju, khususnya pada perusahaan-perusahaan multinasional yang memegang kendali raksasa digital dunia kedepannya seperti Google, Amazon, Facebook dll (Liputan6, 2020).

Pada tahun 2015, The Organization For Economic Co-Operation and Development (OECD) atau yang biasa disebut Organisasi Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi sebagai wadah yang berkoordinasi dalam hal pembangunan ekonomi yang tentram dan terarah mengajukan 15 rencana aksi BEPS (Base Erosion and Profit Shifting). Dimana secara keseluruhan rencana tersebut membahas tentang tindakan mengatasi penghindaran pajak perusahaan multinasional. Proposal rencana-rencana tersebut menghasilkan 2 pilar utama

sebagai dasar otorisasi pajak ekonomi digital. Pilar pertama, mengedepankan hak-hak perpajakan yang seharusnya berdasarkan pendapatan bisnis digital yang berada pada negara yurisdiksi dengan cara mempertimbangkan jumlah partisipasi pengguna (*User Partisipation*), fungsi pemasaran (marketing intangible) dan keberadaan aktivitas ekonomi yang signifikan (*significant economic presence*). Pilar kedua, menerbitkan GloBE (Global anti-Base Erosion) yang lebih mengedepankan tarif pajak minimum dan penghindaran pajak lainnya. Kesepakatan internasional mengenai 2 pilar ini telah mengevolusi eksistensi sistem perpajakan global ( Dapat dilihat pada hasil pilar pertama tersebut, bahwa negara sumber pendapatan akan dapat mengotorisasi aturan pajak penghasilan dan transaksi digital yang meskipun tidak terlihat secara wujud dan fisik (Khairizka, 2022).

Adanya Perppu No. 1 Tahun 2020 yang telah disahkan menjadi Undang-Undang, merupakan langkah awal dunia perpajakan Indonesia. Dimana dalam UU tersebut menghasilkan 2 landasan utama PMSE (Pajak Perdagangan Melalui Sistem Elektronik). Yang pertama, mengenai BUT yang selama ini menganut nilai keberadaan fisik suatu usaha telah disesuaikan dengan *Significan Economic Presence*. Yang kedua, mengotorisasikan pengenaan pajak pada sumber pendapatan PMSE seperti bisnis-bisnis atau usaha digital lainnya. Kebijakan ini ditindak serius melalui kegiatan G-20 Ministerial Symposium on Internal Taxation tahun 2019 di Fukuoka Jepang. Menteri keuangan, Sri Mulyani dengan Taro Aso menteri keuangan Jepang membahas dengan serius *Economic Present* sekaligus menyepakati kasus sengketa perusahaan multinasional di era *Economic*

*Digital* tidak bisa diselesaikan dengan cara menang dan kalah. Akan tetapi dilakukan secara moderat dan menguntungkan melalui negosiasi *win to win* (Hepi Cahyadi, 2019). Adapun kedepannya setelah negosiasi dilakukan, kebijakan pajak antara negara yurisdiksi dengan perusahaan multinasional bidang digital dapat berjalan mulus, mengingat persentase pasar konsumen layanan Google di Indonesia mencapai 30% dan berada pada urutan ke empat setelah Malaysia dan Singapura. Di atas Indonesia, untuk saat ini lima besar negara pengguna internet di dunia secara berurutan diduduki oleh Tiongkok, Amerika Serikat, India, Brazil, dan Jepang (Hidayat, 2014).

Dengan kata lain, giat seluruh ekonomi dunia adalah tentang bagaimana seharusnya perusahaan *Unicorn* saat ini tidak lagi melakukan tindakan menghindari pajak dari hasil pendapatannya. Rancangan-rancangan tersebut telah sering kali dibahas dan dibawa pada berbagai pertemuan organisasi ekonomi diseluruh dunia. Di Indonesia, hal ini mengacu pada PER-12/PJ/2020 tentang Batasan Kriteria Tertentu Pemungut dan Penunjukan Pemungut, Pemungutan, Penyetoran, dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai Atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dan/atau Jasa Kena Pajak dari Luar Daerah Pabean di Dalam Daerah Pabean. Peraturan ini valid mulai 1 Oktober 2020 dengan 3 golongan perusahaan multionasional digital. Daftar golongan pertama terdiri dari; Google Asia Pasific Pe, Ltd, Amazon Web Service Inc., Google Ireland Ltd., Google LLC, Netflix Internasional B.V dan Spotify. Golongan kedua terdiri dari; Tiktok Pte, Ltd, Facebook Ireland Ltd, Facebook Payments International Ltd, Facebook Technologies International Ltd, Amazon.com Service LLC. Audible,

Inc., Alexa Internet, Audible Ltd., Apple Distribution International Ltd, dan The Walt Disney Company. Golongan Ketiga terdiri dari; Zoom Video Communications, Inc., Twitter Asia Pacific Pte, Ltd., Twitter International Company, dan PT. Shopee International Indonesia, LinkedIn Singapore Pte, Ltd, McAfee Ireland Ltd., Microsoft Ireland Operations Ltd, Mojang AB., Novi Digital Entertainment Pte, Ltd, Skype dan Jingdong Indonesia Pertama. Jumlah PPN yang dibayarkan adalah sebesar 10% dari harga sebelum pajak, dan harus dicantumkan pada kuitansi atau invoice yang diterbitkan penjual sebagai bukti pungut PPN. Hal ini dijelaskan oleh Direktur Pelayanan, Penyuluhan, dan Hubungan Masyarakat DJP Kemenkeu Hestu Yoga Saksama.

### **1.2 Solusi Negosiasi Win To Win**

Negosiasi dilakukan secara perlahan tapi pasti mengingat kedua belah pihak memiliki maksud dan tujuan serta merasa saling membutuhkan satu sama lain, maka jalan keluarnya adalah kesepakatan yang dibahas di awal untuk mencapai keuntungan bersama. Sama halnya dengan Indonesia dan Google, pilihan negosiasi dianggap lebih tepat, sebab jika dilihat dari keduanya, Google merasa bertanduk dalam negeri karena kebutuhan Indonesia pada layanan-layanan Google setiap waktu ke waktu semakin meningkat, terbukti dengan banyaknya pelaku ekonomi kreatif yang membutuhkan jasa google sebagai *market place* yang juga meningkatkan taraf ekonomi negara. Sedangkan pada pihak Indonesia sendiri mempunyai kekuatan yang cukup besar karena konflik ini berkaitan dengan peraturan perpajakan dalam negeri untuk pihak asing. Sehingga, solusi negosiasi *Win to Win* ini tepat untuk dilakukan dengan keterampilan komunikasi



dan analisis konflik yang baik guna mencapai tujuan dan keuntungan masing-masing.

Sengketa antara Google Asia Pasific di Indonesia dengan pihak Direktorat Jenderal Pajak melalui berbagai proses dan pertimbangan yang sangat sukar. Setelah berbagai cara dilakukan dari memberhentikan kegiatan usaha Google di Indonesia, sampai pada proses pengadilan tinggi pajak, tidak menemui jalan keluar yang sedikit tidaknya dapat menguntungkan Indonesia sebagai negara sumber pendapatan. Proses penyelesaian sengketa pun dilakukan dengan bertahap sesuai dengan tahapan-tahapan negosiasi secara garis besar seperti tahapan negosiasi menurut Purwanto (2006) ialah:

A. Tahap Perencanaan :

- 1 Membuat Sasaran (Negotiation Objective) yang ingin diraih sehingga hasil kegiatan negosiasi sesuai dengan yang diencanakan dan diharapkan. Ada dua macam sasaran dalam melakukan negosiasi yaitu sasaran dasar dan sasaran ideal. Pada langkah pertama ini, sasaran pemerintah Indonesia adalah memajaki pendapatan yang terhitung sejak tahun 2011 telah beroperasi di Indonesia (Riadi, 2020).
- 2 Membuat Strategi (Negotiation Strategy) Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan dalam bernegosiasi, seharusnya menentukan strategi yang tepat. Strategi negosiasi teriri dari tiga macam yaitu strategi kooperatif seperti menguntungkan kedua belah pihak atau win-win solution, strategi kompetitif yang dapat terjadinya kompetisi antara pihak yang melakukan

negosiasi karena ingin saling berkompetisi untuk memenangkan negosiasi, dan strategi analitis yang melakukan proses negosiasi untuk memecahkan permasalahan. Strategi yang telah dilakukan pihak DJP pertama kali adalah melayangkan surat pemberitahuan kepada PT. Google dimana hal tersebut menginformasikan bahwa terkait kegiatan usaha yang dilakukan di Indonesia memiliki sekian persen pajak yang dikeluarkan. Namun surat pemberitahuan tersebut tidak mendapati tanggapan yang serius oleh pihak Google. Merespon hal tersebut, pihak DJP mengadakan pertemuan dengan Google untuk membahas jalan keluar paling baik untuk keduanya (Riadi, 2020).

- 3 Memperjelas tahap negosiasi sebagai sebuah proses diskusi yang menghasilkan kesepakatan para pihak yang melakukan negosiasi saling menguntungkan. Pada pertemuan dibulan Juni 2016 setela melayangkan surat pemberitahuan, kedua belah pihak belum menemukan jalan keluar yang dapat menguntungkan. Pada pihak DJP sendiri, memutuskan agar Google dapat memberhentikan kegiatan usaha sementara di Indonesia. Namun, yang jika kemudian langkah tersebut dilakukan, maka berbagai sector ekonomi digital yang bergantung pada layanan Google lumpuh. Google pun mengambil langkah tidak ingin membayar pajak yang ditetapkan karena tidak adanya regulasi undang-undang serta otorisasi yang jelas mengenai pemungutan pajak kegiatan usaha tidak berwujud dan BUT di Indonesia (Riadi, 2020).

## 2. Tahap Implementasi

Tahap Implementasi. Pada tahap ini lebih kepada implementasi atau penerapan perilaku yang dibutuhkan ketika bernegosiasi. Guna mencapai kesepakatan dan keuntungan bersama, Indonesia mengajukan *Tax Settlement* dengan berbagai referensi dan studi kasus beberapa negara yang pernah bersengketa pajak dengan Google. *Tax Settlement* ini adalah fasilitas istimewa yang diberikan pihak DJP pada Google untuk dapat membayar hanya pada pokok pajak dan sanksi administrasi saja. padahal yang jika dikalkulasikan total keseluruhan pajak yang harus dibayarkan sejak 2011 sampai 2017 adalah sebesar 400% atau setara 4 Triliun. Pihak Google melalui juru bicaranya Taj Meadows pada email memberitahukan bahwa pihak mereka telah membayarkan keseluruhan pajak pada DJP pada tahun 2017 (Nurmayanti, 2017). Yang pada akhirnya Google tetap beroperasi di Indonesia sebagai BUT dan memperhatikan seluruh kebijakan pemungutan perpajakan di Indonesia. Pun, pihak DJP Indonesia telah mengeluarkan regulasi dan undang-undang yang jelas untuk dapat memajukan seluruh kegiatan usaha yang bersifat digital di Indonesia (Riadi, 2020).

## **BAB IV KESIMPULAN**

### **3.1 Kesimpulan**

Kerja sama internasional pada hakikatnya untuk mencapai keuntungan bersama dari kedua negara. Indonesia dengan Google Asia Pacific adalah bentuk kerja sama multinasional dimana Indonesia adalah *Host Country* dan Google sebagai *Multinational Corporation* (MNC) sekaligus *Transnational Company* (TNC) yang beralamat di Cyber 2 Tower Jalan HR Rasuma Said Blok X-5 Kuningan, Jakarta Selatan. Meski berstatus hanya sebagai *Host Country*, secara garis besar tujuan hubungan bisnis internasional, Indonesia memiliki kewenangan dan keuntungan dengan adanya perusahaan Google di Indonesia, diharapkan hal tersebut dapat menambah pendapatan negara melalui kegiatan bisnis dalam negeri. Namun, lemahnya hukum pada awalnya merupakan salah satu faktor kendala dalam mengatur kebijakan perpajakan terhadap masalah ekonomi digital dan teknologi informasi, hampir seluruh negara di dunia khususnya Indonesia belum mampu menundukkan otoritas perpajakan untuk bisnis dengan konsep digital seperti Google. Memanfaatkan hal tersebut, PT Google yang berdiri sejak tahun 2011 di Indonesia dengan pendapatan yang meningkat setiap tahun hingga mencapai hectocorn yaitu titik tertinggi pendapatan *StartUp* yang mencapai ratusan triliun, pihak Google tidak pernah membayar pajak kepada pemerintah dengan dalil skema pasar bebas dan status Indonesia sebagai *Host Country*. Konflik perpajakan kedua pihak ini diselesaikan dengan *Tax Settlement* atau negosiasi pajak dengan pendekatan negosiasi integrative. Dengan kata lain, solusi

atau kesepakatan yang digunakan adalah *win-win solution* yaitu menguntungkan kedua pihak dalam menyelesaikan sengketa dengan finalisasi tarif pajak (PPh) sebesar 15% serta kebijakan untuk menjadikan Google sebagai BUT dengan syarat Google tetap melakukan ekspansi bisnis multilateral di Indonesia seperti yang telah dijelaskan pada PER-12/PJ/2020 sebagai regulasi dan hukum terikat baru yang diterbitkan Kementerian Keuangan.

### **3.2 Rekomendasi**

Pada akhirnya terdapat beberapa keterbatasan yang dapat diperbaiki serta menambah khasanah penelitian dan keberlanjutan studi kasus yang dapat dikembangkan dengan melakukan penelitian sejenis dengan objek lebih beragam menggunakan referensi sumber yang banyak serta lengkap. Karena pada beberapa tahun kedepan, teknologi khususnya Start Up yang semakin maju dan perlu mendapat perhatian banyak terkait sistem bisnis dan pendapatan pada sumber pendapatan asal. Hal ini juga tidak hanya untuk peneliti selanjutnya tetapi juga untuk pemerintah, sebagai pemegang kendali dan peraturan tata negara untuk dapat benar-benar serius menindaklanjuti payung hukum yang tepat dan tegas terkait perusahaan teknologi raksasa-raksasa ini. Agar kedepannya ada aturan yang jelas mengenai otorisasi perpajakan yang seusia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda Pryanka, N. Z. (2020, 10 27). *Raksasa Teknologi Diduga Hindari Pajak Rp 41,16 Triliun*. Retrieved from Republika.Id:  
<https://www.republika.co.id/berita/qiu2zx383/raksasa-teknologi-diduga-hindari-pajak-rp-4116-triliun>
- Administration. (2016, 09 20). *Kelihaian Google Menghindar Dari Pajak Di Berbagai Negara*. Retrieved from Center For Indonesia Taxation Analysis: <https://cita.or.id/kelihaian-google-menghindar-dari-pajak-di-berbagai-negara/>
- Ahmad. (2022, 08 29). *Kerja Sama Internasional: Pengertian, Tujuan, Manfaat, Bentuk dan Contoh*. Retrieved from Gramedia:  
<https://www.gramedia.com/literasi/kerja-sama-internasional/>
- APJII, S. (2020, 11 9). *Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital*. Retrieved from Kementerian Komunikasi dan Informatika:  
[https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker)
- Ayyubi, S. A. (2017, 06 21). *Potensi Pasar Iklan Digital Besar*. Retrieved from Teknologi:

<https://teknologi.bisnis.com/read/20170721/105/673582/potensi-pasar-iklan-digital-besar>

Bisnis.com. (2019, 09 27). *Perdagangan Multilateral: Akserelasi Ekonomi Indonesia*. Retrieved from MediaDigital - Bisnis.com:

<https://market.bisnis.com/read/20190927/94/1153060/perdagangan-multilateral-akserelasi-ekonomi-indonesia>

Cristin. (2020). *Ketentuan Bentuk Usaha Tetap (BUT)*. Retrieved from Pajakku:

[https://www.pajakku.com/read/5f7d8f212712877582239171/Ketentuan-Bentuk-Usaha-Tetap-\(BUT\)](https://www.pajakku.com/read/5f7d8f212712877582239171/Ketentuan-Bentuk-Usaha-Tetap-(BUT))

Google. (2022, 08 29). *Produk bermanfaat, Untuk semua*. Retrieved from Google:

[https://about.google/intl/ALL\\_id/products/](https://about.google/intl/ALL_id/products/)

Harian, K. (2021, 11 16). *Mengenal Google, Salah Satu Penyedia Layanan Search Engine*. Retrieved from Kabar Harian:

<https://kumparan.com/kabar-harian/mengenal-google-salah-satu-penyedia-layanan-search-engine-1wvfHL314SK/2>

Haryaningsih, S. a. (2020). Strategi Pembentukan Sikap Wajib Pajak Dalam Mewujudkan Program Electronic Filing (E-Filing) Di Kota Pontianak Dengan Pemahaman Menuju Era Ekonomi Digital. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah untuk Mewujudkan Masyarakat Madani* , 145-149.

Hepi Cahyadi, S. M. (2019, 06 19). *Konsensus Dunia Mengejar Pajak Google*.

Retrieved from Direktorat Jenderal Pajak:

<https://www.pajak.go.id/id/artikel/konsensus-dunia-mengejar-pajak-google>

Hepi Cahyadi, S. M. (2019, 19 06). *Konsensus Dunia Mengejar Pajak Google*.

Retrieved from Direktorat Jendral Pajak:

<https://www.pajak.go.id/index.php/id/artikel/konsensus-dunia-mengejar-pajak-google>

Hidayat, W. (2014, 11 24). *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*.

Retrieved from Kompas.com:

[https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media)

Kessler, J. (2021, 04 11). *Mengenal Apa Itu Tax Avoidance*. Retrieved from Ayo

Pajak: <https://ayopajak.com/tax-avoidance-adalah/>

Khairizka, P. N. (2022, 04 01). *Ini Dia Panduan Pajak Minimum Global 15*

*Persen yang Dirilis OECD*. Retrieved from Pajakku:

<https://www.pajakku.com/read/6232f1eaa9ea8709cb189783/Ini-Dia-Panduan-Pajak-Minimum-Global-15-Persen-yang-Dirilis-OECD>

Liputan6. (2020, 04 11). *Deretan Perusahaan Teknologi Besar Dunia yang Justru*

*Cuan saat Pandemi*. Retrieved from Liputan6:

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4395568/deretan-perusahaan-teknologi-besar-dunia-yang-justru-cuan-saat-pandemi>



- Lupitasari, A. (2018). Jurnal Upaya Pemerintah Indonesia dalam Menangani Kasus Pelanggaran Pajak oleh Google.Inc. *JurnalFakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 15.
- Nicojanuar. (2016). Negara induk parent country adalah negara tempat. *Jurnal Course Hero Lampung University (Universitas Lampung)*, 28.
- Nurmayanti. (2017, 03 12). *Begini Perjuangan Indonesia Hingga Sukses Tagih Pajak Google*. Retrieved from Liputan 6:  
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/2883776/begini-perjuangan-indonesia-hingga-sukses-tagih-pajak-google>
- Primadhyta, S. (2019, 06 12). *RI Tak Mampu Sendiri Kejar Pajak Google Cs*. Retrieved from CNN Indonesia:  
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190612134021-532-402672/ri-tak-mampu-sendiri-kejar-pajak-google-cs>
- Putrawan, G. R. (2018). Tax Avoidance Dalam Bentuk Base Erosion And Profit Shifting Pada Transaksi Ekonomi Digital Oleh Perusahaan Multinasional. *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*, 94.
- Renatha, G. (2022, 06 10). *Apa Itu Decacorn? Berikut Informasi Lengkapnya beserta Bedanya dengan Unicorn dan Hectocorn!* Retrieved from Ekrut Media: <https://www.ekrut.com/media/decacorn>
- Riadi, M. (2020, 02 18). *Pengertian, Aspek, Jenis dan Strategi Negosiasi*. Retrieved from KajianPustaka.com:

<https://www.kajianpustaka.com/2020/02/pengertian-aspek-jenis-dan-strategi-negosiasi.html>

Siregar, B. (2018). “Gagasan Dan Pemikiran Sektor Perpajakan. ” . *Seri Kontribusi DDTC untuk Indonesia*, 21.

subekti, w. (2022, 03 12). *Pengertian BUT (Bentuk Usaha Tetap)*. Retrieved from Wibowo Pajak: <https://www.wibowopajak.com/2012/01/pengertian-but-bentuk-usaha-tetap.html>

Sugiarto, E. C. (2019, 1 29). *Ekonomi Digital : The New Face of Indonesia's Economy*. Retrieved from Kementreian Sekretarian Negara Republik Indonesia:  
[https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi\\_digital\\_the\\_new\\_face\\_of\\_indonesias\\_economy](https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_digital_the_new_face_of_indonesias_economy)

Sya'bani, A. (2016). Review Ketentuan Perpajakan. *MENGGALI POTENSI PENERIMAAN NEGARA DI TENGAH LESUNYA EKONOMI GLOBAL*, 30. Retrieved from Menggali Potensi Penerimaan Negara Di Tengah Lesunya Ekonomi Global.

Wahono, T. (2012, 03 22). *Akhirnya... Google Buka Kantor di Indonesia*. Retrieved from Kompas.com:  
<https://lifestyle.kompas.com/read/2012/03/22/19074419/akhirnya.google.buka.kantor.di.indonesia>

