

**ANALISIS TENTANG PEMAHAMAN PAJAK E-COMMERCE  
PADA PEMILIK BISNIS *ONLINE SHOP***

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)  
Program Studi Akuntansi*



**Oleh :**

**Nama** : Indira Febrini  
**NPM** : 1805170290  
**Program Studi** : Akuntansi

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2022**

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS TENTANG PEMAHAMAN PAJAK E-COMMERCE PADA PEMILIK BISNIS *ONLINE* SHOP**

**Indira Febrini**  
**Program Studi Akuntansi**

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pemahaman pelaku bisnis online atas pajak e commerce di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data primer yang diperoleh dari wawancara kepada pelaku bisnis online di Kota Medan. Dengan menggunakan responden target sebanyak 25 orang. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif, dengan menggunakan tahapan-tahapan pengumpulan data, analisis data dan pengambilan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa Pada pelaku bisnis *online* di Kota Medan, mayoritas responden belum memahami terkait dengan perpajakan secara umum. Pada pelaku bisnis *online* di Kota Medan, mayoritas responden belum memahami terkait dengan pemberlakuan pajak *e commerce*. Pada pelaku bisnis *online* di Kota Medan, mayoritas responden belum memahami terkait dengan NPWP. Dan Pada pelaku bisnis *online* di Kota Medan, mayoritas responden belum memahami terkait dengan sanksi perpajakan. Pemahaman tentang perpajakan akan memberikan pengaruh terhadap keinginan dan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, karena mereka akan lebih sadar fungsi dan manfaat membayar pajak serta tau prosedur dan tarif serta sanksi perpajakan yang didapatk jika tidak membayar pajak

**Kata Kunci : Pelaku Bisnis Online dan Pajak *E commerce***

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kepada ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya, serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan pendidikan program dan memperoleh gelar Sarjana (S1) skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun judul penelitian yaitu **“ANALISIS TENTANG PEMAHAMAN PAJAK E-COMMERCE PADA PEMILIK BISNIS *ONLINE SHOP*”**.

Dalam menulis proposal ini, penulis banyak mengalami kesulitan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan buku – buku serta sumber informasi yang relevan. Namun, berkat bantuan dan motivasi baik dosen, teman – teman, serta keluarga sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal ini sebaik mungkin. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tuaku tersayang Ayahanda Agus Satya Wira dan Ibunda Zulfani yang paling hebat yang telah mendidik dan membimbing penulis dengan kasih sayang serta memberikan dorongan moril, materil, dan spiritual. Terima kasih atas perhatian dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
2. Bapak Dr. Agusani, M.AP,. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak H. Januri, SE, MM, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera.
4. Bapak Ade Gunawan, SE, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Zulia Hanum, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Riva Ubar Harahap, SE, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Novi Fadhila, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya dengan penuh kesabaran untuk memberikan pengarahan, bimbingan, saran yang berguna, dukungan moril dan proses pengajaran skripsi ini.
9. Segenap dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan bekal berupa ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
10. Semua keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
11. Terima kasih untuk sahabat-sahabat saya tercinta Fia, Jaki, Nadira, Bibi, Nuri, Dinda, Rumai, Tari, Friska, Ica, Nisa, Reysu yang selalu mensupport dan mendoakan saya walaupun berada di jarak yang jauh.

12. Untuk teman sekaligus sahabat perjuangan saya Luffia Yolanda dan Nabilah Ananda yang senantiasa sama-sama berjuang dan membantu saya dalam penulisan skripsi ini.
13. Terima kasih untuk Bang Alfian yang telah berperan besar dalam pengerjaan skripsi ini dan selalu ada disaat saya membutuhkan bantuan.
14. Untuk teman kampus saya Pina, Rani, Adis, Yola, Bila, Hafis, dan Iki yang selalu memberikan semangat.
15. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis tuliskan satu persatu, penulis mengucapkan dengan segenap hati terima kasih yang sebesar-besarnya.

Penulis menyadari baik dari segi penulisan maupun susunan bahasanya belumlah sempurna. Karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

*Wa'alaikum salam wr. wb*

Medan, Juni 2022  
Penulis

**INDIRA FEBRINI**  
**NPM : 1805170290**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.5.1 Manfaat Praktisi .....	6
1.5.2 Manfaat Teoritis .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1. Pajak .....	8
2.1.1. Pengertian Pajak .....	8
2.1.2. Fungsi Pajak .....	9
2.1.3. Subjek dan Objek Pajak Penghasilan .....	10
2.2. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) .....	12
2.2.1. Pengertian UMKM .....	12
2.2.2. Ciri-Ciri UMKM .....	14
2.2.3. Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013 dan Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018.....	16
2.2.4. PPh Pasal 4 ayat 2/PPh Final.....	20
2.3. E-Commerce .....	22
2.3.1. Pengertian E-Commerce .....	22
2.3.2. Kelebihan dan Kelemahan E-Commerce .....	24
2.3.3. Jenis – Jenis E-Commerce .....	26
2.3.4. Indikator E-Commerce .....	28
2.4. Pemahaman Transaksi E-commerce .....	30
2.4.1. Nomor Pokok Wajib Pajak .....	30
2.4.2. Tarif Pajak E-commerce .....	31
2.5. Penelitian Terdahulu .....	33
2.6. Kerangka Berfikir.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	35
3.2 Defenisi Operasional Variabel .....	35
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	36
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6 Teknik Analisis Data .....	38

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	39
4.2 Analisis Data Penelitian .....	45
4.3 Pembahasan .....	46
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>52</b>
5.1. Kesimpulan .....	52
5.2. Saran .....	52
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
<b>Lampiran : Wawancara Pra Riset (Kisi-Kisi Pra Riset).....</b>	<b>56</b>

## DAFTAR TABEL

<b>No. Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Data Pertumbuhan Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia .....	3
Tabel 3.1	Waktu Penelitian .....	33
Tabel 4.1	Karakteristik Responden .....	39
Tabel 4.2	Pertanyaan pemahaman perpajakan .....	41
Tabel 4.3	Pertanyaan pemahaman perpajakan <i>e commerce</i> .....	42
Tabel 4.4	Pertanyaan pemahaman NPWP .....	43
Tabel 4.5	Pertanyaan pemahaman sanksi perpajakan.....	44

## DAFTAR GAMBAR

<b>No. Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir .....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No. Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Wawancara Pra Riset.....	41
Lampiran 2	Pengajuan Judul.....	42
Lampiran 3	Persetujuan Judul.....	43
Lampiran 4	Izin Riset.....	44
Lampiran 5	Surat Balasan Riset.....	45
Lampiran 6	SK Pembimbing.....	46
Lampiran 7	Surat Pernyataan Penelitian/Skripsi.....	47

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perubahan terjadi sejalan dengan berkembangnya era globalisasi, dimana perubahan ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat dunia. Semua bidang tidak terlepas dari dampak globalisasi, salah satunya bidang bisnis e-commerce yang sekarang sedang populer dan menjadi tren baru untuk berbelanja dimasa kini bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Pada masa krisis di era pandemi Covid-19, UMKM merupakan sektor yang perlu perhatian serius. Untuk masalah ini, butuh pewirausaha yang memiliki jiwa entrepreneur yang mampu menjalankan UMKM agar dapat tumbuh berkembang, serta menggairahkan sektor usaha dengan memberikan kemudahan-kemudahan dan inovasi-inovasi untuk masyarakat kota.(Hafsah & Hanum, 2021).

Inovasi UMKM dengan menggunakan sistem e commece akan sangat mempermudah konsumen, karena dihubungkan melalui jaringan internet, dimana kita melakukan kegiatan perjual- belian tanpa bertatap muka secara langsung serta sangat memudahkan masyarakat yang ingin mempersingkat waktu untuk mendapatkan sesuatu. Proses belanjapun menjadi lebih mudah dan cepat, terlebih produk dari berbagai macam negara dapat didapatkan hanya dengan mencarinya diberbagai aplikasi yang telah tersedia dan hanya dengan bertransaksi *online*. Disamping memperluas jangkauan penjualan dengan cepat, penjualan secara *online* juga menghemat waktu tanpa mengharuskan penjual untuk bertemu secara langsung dengan konsumen. Konsumen sangat menjunjung tinggi nilai kepraktisan dalam hal jual- beli, yang disebabkan sifat sabar konsumen yang

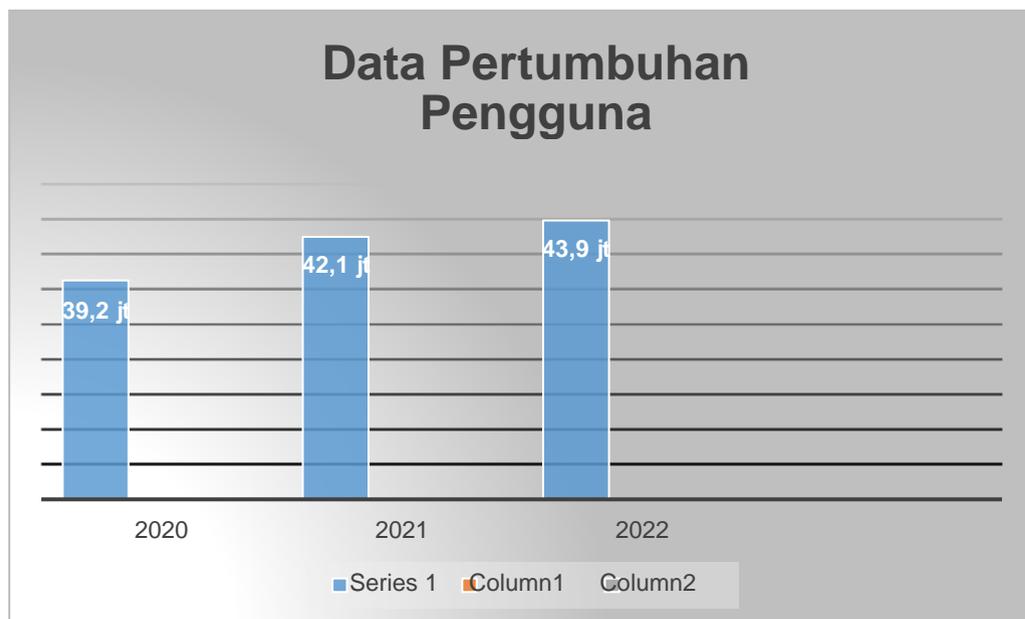
semakin menipis dalam hal memenuhi kebutuhan mereka terhadap kepuasan yang instant.

Toko *online* di Indonesia pertama kali terbentuk pada tahun 1994. Pesatnya pertumbuhan internet di Indonesia telah mempermudah masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari, salah satu keuntungan memanfaatkan internet adalah untuk melakukan kegiatan jual-beli. Internet sudah cukup terkenal dalam kalangan masyarakat Indonesia, baik yang tinggal di daerah perkotaan maupun perdesaan. Pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan setiap tahunnya. Dengan jumlah pengguna pada awal tahun 2021 sebanyak 202,6 juta jiwa, dengan peningkatan 15,5 persen atau 27 juta jiwa dari jumlah pengguna internet pada tahun 2020 (Riyanto, 2021). Sehingga peralihan pengoperasian bisnis dari offline ke *online* mulai ramai dilakukan pebisnis sekarang, terlebih banyak keuntungan yang lebih mudah dengan tidak memerlukan toko fisik ataupun kemudahan dalam mencari pelanggan.

E-Commerce adalah distribusi, akuisisi, perdagangan, dan promosi barang dan jasa menggunakan jaringan elektronik seperti internet, televisi, www, atau jaringan komputer lainnya dikenal sebagai e-commerce. Transfer keuangan elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventaris otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis adalah semua kemungkinan komponen e-commerce (Rahmawati, 2017). Disaat Electronic Data Interchange (EDI) yang berfungsi membagikan dokumen bisnis ke perusahaan lain mulai digunakan oleh pebisnis, disaat yang sama e-commerce mulai berjalan, atau lebih tepatnya pada tahun 1960-an. Tingkat pertumbuhan e-commerce di Indonesia termasuk yang tertinggi antara negara-negara lain di dunia yaitu mencapai 78 persen.

Berdasarkan laporan ini juga, Deputi Komisioner OJK Institute dan Keuangan Digital Imansyah mengatakan bahwa layanan e-commerce telah digunakan oleh 88,1 persen masyarakat Indonesia yang merupakan pengguna internet, dimana penggunaan ini digunakan untuk transaksi sejumlah produk (Intan, 2021). Pada tahun 2020 pengguna e-commerce dilaporkan sebanyak 39.2 juta, sebanyak 42.1 juta pada tahun berikutnya dan sebanyak 43.9 juta 2 tahun setelahnya atau tahun 2022, yang mana hal ini menandakan peningkatan pesat jumlah pengguna e-commerce (Anisa, 2021). E-commerce memberikan kesempatan untuk terjadinya aktivitas jual-beli secara global, tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu (Mustakim, 2020).

**Tabel 1.1**  
**Data Pertumbuhan Pengguna E-Commerce di Indonesia**



Sumber : <https://www.rekrut.com/media/semakin-berkembang-ini-potensi-e-commerce-di-indonesia>

Semakin meningkatnya bisnis e-commerce seharusnya pendapatan pajakpun

semakin meningkat. Perkembangan e-commerce di Indonesia yang meningkat dengan laju menyebabkan pemerintah mengambil kesempatan untuk mengoptimalkan potensi pajaknya. Disebabkan oleh hal itu, pemerintah mengeluarkan peraturan tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui sistem Elektronik (e-commerce) dalam wujud PMK No. 210/PMK.010/2018. Peraturan tersebut mengharuskan pebisnis untuk melaporkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) kepada penyedia marketplace dalam PMK No. 210/PMK.010/2018.

Menurut Direktorat Jendral Pajak (DJP) Kementerian Keuangan, “Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang” (Idris, 2021). Pembayaran pajak wajib dilakukan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional, sehingga setiap masyarakat yang telah berpenghasilan menurut standar pembayaran pajak wajib membayarkan pajaknya kepada negara. Namun sangat disayangkan dari penelitian pendahuluan yang saya lakukan sendiri masih ada beberapa pelaku bisnis *online* di e-commerce yang masih belum membayarkan pajak dengan baik. Memahami pentingnya mengetahui pajak harus diselarasi dengan kesadaran serta pengetahuan untuk membayar pajak. Masyarakat yang memiliki status kewarganegaraan Indonesia, mempunyai kewajiban yang perlu dipenuhi salah satunya adalah membayar pajak, yang mana jika tidak dipatuhi maka individu tersebut dapat dikenakan sanksi ataupun hukuman.

Namun tidak semua yang diharapkan akan sesuai dengan kejadian di lapangan, terlihat dari salah satu bukti wawancara penelitian pendahuluan yang telah saya lakukan sebelumnya kepada pemilik usaha tentang kurangnya

pengetahuan tentang pajak dan belum adanya kepemilikan npwp yaitu bernama Intan yang memiliki usaha *online* shop di e-commerce berupa makanan “salad buah intan” yang dapat di beli melalui shopee, grab, maupun instagram dan bisa dihubungi melalui whatsapp dengan nomor 081375154070. Ada beberapa pertanyaan yang saya ajukan kepada pemilik *online* shop tersebut mengenai pemahaman tentang pajak e-commerce yang harus dibayarkan jika sudah berpenghasilan sesuai ketentuan pajak yang berlaku, “Iya tau, tetapi berhubung saya belum mendaftarkan npwp jadi saya tidak bayar pajak” ucap si pemilik *online* shop salad buah tersebut (hasil wawancara pra riset).

Terkait dengan perpajakan bagi pelaku UMKM dengan sistem *e commerce* ini akan berdampak juga dalam hal pengajuan modal usaha sebagai salah satu syarat pengajuan pinjaman ke bank, Persyaratan yang terkadang belum dapat terpenuhi adalah tidak adanya NPWP atau tidak terdaftarnya pelaku UMKM tersebut sebagai wajib pajak. Kondisi ini disebabkan karena pelaku UMKM kurang paham dan kurang mendapatkan informasi tentang perpajakan. (Sinambela et al., 2021). Ada juga para pelaku UMKM dengan sistem *e commerce* yang telah mengetahui akan kewajiban pajak, namun dalam pelaksanaannya juga membutuhkan sikap dan perilaku terkait kepatuhan. (Ritonga & Zauhari, 2021)

Dari latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemahaman seorang pelaku e-commerce terhadap pajak yang seharusnya dibayarkan, dan untuk mengetahui apakah jika pemahaman tersebut tercipta pelaku e-commerce memiliki kesadaran akan membayar pajak. Berdasarkan hal tersebut, penulis memutuskan untuk meneliti dengan judul **“Analisis Tentang Pemahaman Pajak E-Commerce Pada Pemilik Bisnis**

*Online Shop*".

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, terdapat beberapa identifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Tidak semua pelaku e-commerce paham akan pengetahuan tentang pajak.
2. Pelaku e-commerce masih banyak yang belum mendaftarkan bisnis mereka kepada Direktorat Jendral Pajak (DJP) yang menjadi penyebab tidak adanya kepemilikan NPWP dan bukti izin usaha yang mereka jalankan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan menjadi:

1. Apakah pelaku e-commerce memahami peraturan perpajakan yang diterapkan di Indonesia?
2. Apakah pemahaman tentang peraturan perpajakan memberikan pengaruh terhadap keinginan membayar pajak?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah pelaku *e-commerce* memahami peraturan perpajakan yang diterapkan di Indonesia.
2. Untuk mengetahui apakah pemahaman tentang peraturan perpajakan memberikan pengaruh terhadap keinginan membayar pajak.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Praktisi**

#### **1.5.1.1 Bagi Lembaga Perpajakan Negara (DJP)**

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan kepada otoritas pajak di Indonesia untuk meningkatkan sosialisasi tentang pajak penjualan secara *online* kepada para pelaku e-commerce di Indonesia.

#### **1.5.1.2 Bagi Peneliti Lanjutan**

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai landasan informasi bagi peneliti lanjutan, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada peneliti lanjutan tentang pengetahuan pelaku e-commerce berkenaan pajak penjualan agar peneliti lanjutan dapat melakukan studi yang lebih baik di masa depan.

#### **1.5.1.3 Bagi Peneliti**

Penelitian ini menghasilkan data baru yang dapat dipergunakan oleh penulis untuk mengetahui tingkat pengetahuan pelaku e-commerce terhadap peraturan perpajakan.

#### **1.5.1.4 Bagi Pelaku E-Commerce**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku e-commerce untuk mengelakkan diri dari kelalaian dalam membayar pajak melalui pemahaman dan kesadaran diri penjual terhadap hal tersebut.

## 1.5.2 Manfaat Teoritis

1.5.2.1 Penelitian ini dapat digunakan untuk menyediakan bukti yang objektif tentang analisis peraturan perpajakan terhadap kegiatan pelaku *e-commerce*, apakah pelaku *e-commerce* cukup memahami tentang peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia, atau masih kurangnya pemahaman tentang peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia.

1.5.2.2 Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah informasi empiris tentang kesadaran pelaku bisnis *online* dalam membayar pajak dan untuk memahami mengapa pelaku *e-commerce* menghindari membayar pajak atau mendaftar NPWP.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Pajak**

##### **2.1.1. Pengertian Pajak**

Menurut Mardiasmo (2016) Pajak adalah iuran yang berupa uang dari rakyat kepada Negara berdasarkan Undang-Undang yang dapat dipaksakan dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjuk atau digunakan untuk membayar pengeluaran umum

. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan: Pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Menurut Waluyo (2013) Pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh wajib pajak membayarnya menurut peraturanperaturan, dengan tidak mendapat prestasi-kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.

Dari beberapa pendapat menurut para ahli di atas, maka pengertian pajak menurut penulis adalah kontribusi wajib pajak baik orang pribadi maupun badan kepada negara yang bersifat memaksa dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk kemakmuran masyarakat. Masa Pajak adalah sama dengan satu bulan kalender. Tahun Pajak adalah sama dengan satu tahun kalender atau tahun takwin. Tahun Pajak bisa menggunakan jangka 26 waktu Januari hingga Desember. Namun bisa dikecualikan jika mengajukan izin untuk menggunakan jangka waktu lain (Harahap, 2021).

Menurut Soemitro (2009:7) dapat diperinci bahwa unsur-unsur yang melekat pada pengertian pajak adalah:

- a. Pajak dipungut berdasarkan Undang-Undang serta aturan pelaksanaannya yang bersifat dapat dipaksakan.
- b. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi oleh pemerintah.
- c. Pajak diperuntukkan bagi pengeluaran pemerintah, yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus, digunakan untuk pembiayaan Public Investment.
- d. Pajak dipungut oleh Negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
- e. Pajak mempunyai tujuan selain budgetair ,yaitu sebagai pengatur

### **2.1.2. Fungsi Pajak**

Pajak memiliki peranan penting dalam tata kelola negara, khususnya membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan. Berdasarkan hal diatas maka pajak mempunyai beberapa fungsi seperti yang terdapat dalam buku Waluyo (2011:6), yaitu:

#### 4.1.1.1 Fungsi anggaran (*budgetair*)

Pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya guna pembiayaan pembangunan.

#### 4.1.1.2 Fungsi mengatur (*regulerend*)

Suatu fungsi dimana pajak dipergunakan oleh pemerintah sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah untuk mencapai tujuan tertentu. Misalnya dalam rangka melindungi produksi dalam negeri, pemerintah menetapkan bea masuk yang tinggi untuk produk luar negeri.

#### 4.1.1.3 Fungsi stabilitas

Dengan adanya pajak, pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakan yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan, Hal ini bisa dilakukan antara lain dengan jalan mengatur peredaran uang di masyarakat, pemungutan pajak, penggunaan pajak yang efektif dan efisien.

#### 4.1.1.4 Fungsi redistribusi pendapatan

Pajak yang sudah dipungut oleh negara akan digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum, termasuk untuk membiayai pembangunan

### **2.1.3. Asas Pemungutan Pajak**

Asas Pemungutan Pajak yang terdapat dalam buku Mardiasmo (2013), yaitu :

#### 1. Asas Domisili (asa tempat tinggal)

Negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan Wajib Pajak yang bertempat tinggal di wilayahnya, baik penghasilan yang berasal dari dalam maupun dari luar negeri. Asas ini berlaku untuk Wajib Pajak dalam negeri.

#### 2. Asas Sumber Negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber di wilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal Wajib Pajak. 3

#### 3. Asas Kebangsaan Pengenaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu negara.

## **2.2. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

### **2.2.1. Pengertian UMKM**

Dalam pasal 1 ayat 1 Undang-undang Nomo 20 tahun 2008 tentang usaha Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang di maksud usaha Mikro adalah: “Usaha

Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini”. Dan memiliki tenaga kerja 4 orang.

Kriteria sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Dalam pasal 1 ayat 2 undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha

Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang dimaksud usaha kecil adalah:

“Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar dan memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang serta yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.”

Kriteria sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Dalam pasal 1 ayat 3 Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha

Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang dimaksud Usaha Menengah adalah:

“Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dan memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang serta memiliki jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.”

Kriteria sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

### **2.2.2. Ciri-ciri UMKM**

Menurut keputusan menteri keuangan No. 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003 UMKM dapat diartikan sebagai berikut:

#### **1. Usaha Mikro**

Ciri-ciri usaha mikro adalah sebagai berikut:

- a. Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti.
- b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat.
- c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.

- d. Pengusaha atau SDM nya berpendidikan rata-rata sangat rendah, umumnya tingkat SD dan belum memiliki kewirausahaan yang memadai.(Hanum, 2014)
- e. Umumnya belum mengenal perbankan tetapi lebih mengenal rentenir.
- f. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.

## 2. Usaha Kecil

Ciri-ciri usaha kecil adalah sebagai berikut:

- a. SDM-nya sudah lebih maju, rata-rata pendidikannya SMA dan sudah ada pengalaman usahanya.
- b. Pada umumnya sudah melakukan pembukuan/manajemen keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, dan sudah membuat neraca usaha.
- c. Pada umumnya sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP.
- d. Sebagian besar sudah berhubungan dengan perbankan, namun belum dapat membuat perencanaan bisnis, studi kelayakan dan proposal kredit kepada Bank, sehingga masih sangat memerlukan jasa konsultasi/pendampingan.

## 3. Usaha Menengah

Ciri-ciri usaha menengah adalah sebagai berikut:

- a. Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran, dan bagian produksi.
- b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem

akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan.

- c. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada jamsostek, pemeliharaan kesehatan dan lain-lain.
- d. Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dan lain-lain
- e. Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan.
- f. Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.

### **2.2.3. Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013 dan Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018**

Dalam ketentuan pajak penghasilan yang di atur dalam peraturan (PP) Nomor 46 Tahun 2013 yang kini direvisi menjadi (PP) Nomor 23 Tahun 2018, merupakan kebijakan pemerintah yang mengatur mengenai pajak penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu. Revisi peraturan perpajakan tersebut disahkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 pada 8 Juni 2018 lalu. Disahkannya PP 23 Tahun 2018 tersebut resmi mengganti dan mencabut PP 46 Tahun 2013. Perbedaan ketentuan dalam PP 46 Tahun 2013 dengan PP 23 Tahun 2018 adalah:

1. PP 46 Tahun 2013 tidak mengizinkan wajib pajak – wajib pajak berikut untuk menggunakan PP 46 2013, yaitu:
  - a. Wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha perdagangan dan atau jasa yang dalam usahanya menggunakan sarana atau prasarana yang dapat dibongkar pasang, balik yang menetap

maupun tidak menentang dan menggunakan sebagian atau seluruh tempat untuk kepentingan umum yang tidak diperuntukan bagi tempat usaha atau berjualan

- b. Wajib pajak orang pribadi yang memperoleh penghasilan dari jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas.
  - c. Wajib pajak badan yang dalam satu tahun telah memiliki peredaran usaha lebih dari Rp. 4,8M.
  - d. Bentuk usaha tetap.
2. PP 23 Tahun 2018 yang menyebutkan bahwa wajib pajak yang dikecualikan dari penggunaan tariff PPh final terbaru adalah:
- a. Wajib pajak yang memilih untuk dikenai Pajak Penghasilan tarif pasal 17 ayat (1) huruf a, pasal 17 ayat (2a), atau pasal 31E Undang-undang Pajak penghasilan.
  - b. Wajib pajak badan berbentuk persekutuan komanditer atau firma yang dibentuk oleh beberapa wajib pajak orang pribadi yang memiliki keahlian khusus menyerahkan jasa sejenis dengan jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas.
  - c. Wajib pajak badan memperoleh fasilitas pajak penghasilan berdasarkan pasal 31A Undang-Undang pajak penghasilan atau pemerintah Nomor 94 tahun 2010.
  - d. Bentuk usaha tetap

Dengan demikian maka PP 23 tidak lagi mengecualikan:

1. Wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha perdagangan atau jasa yang dalam usahanya menggunakan sarana atau

prasarana yang dapat di bongkar pasang, baik maupun yang menetap dan tidak menetap dengan menggunakan sebagian atau seluruh tempat untuk kepentingan umum yang tidak diperuntukan bagi tempat usaha atau berjualan.

2. Wajib pajak badan yang belum beroperasi secara komersial.

Jenis penghasilan yang dikecualikan dari pengenaan tarif pajak penghasilan final antara PP 46 Tahun 2013 dan PP 23 Tahun 2018 ada yang tetap dan ada yang berubah. PP 46 tahun 2013 menyebutkan jenis penghasilan yang dikecualikan dari pengenaan tarif pajak penghasilan final adalah penghasilan dari usaha yang dikenai pajak penghasilan yang bersifat final berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan atas penghasilan selain dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak sedangkan untuk pajak yang dibayar atau terutang di luar negeri atas penghasilan dari luar negeri yang diterima atau diperoleh wajib pajak, dapat dikreditkan terhadap pajak penghasilan yang terutang berdasarkan ketentuan Undang-Undang pajak penghasilan.

PP 23 tahun 2018 menyebutkan jenis penghasilan yang dikecualikan dari pengenaan tarif pajak penghasilan final adalah:

Penghasilan yang diterima atau diperoleh wajib pajak orang pribadi dari jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas.

1. Penghasilan yang diterima atau diperoleh di luar negeri yang pajaknya terutang atau telah dibayar di luar negeri.
2. Penghasilan yang dikenai pajak penghasilan yang bersifat final dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan tersendiri.
3. Penghasilan yang dikecualikan sebagai objek pajak.

Dapat dilihat pengaturan obyek pajak pada PP 23 Tahun 2018 lebih jelas dan lebih luas dibanding obyek pajak penghasilan pada PP 46 Tahun 2013.

Secara prinsip, perhitungan pajak penghasilan final terutang menurut PP 46 Tahun 2013 dengan PP 23 Tahun 2018 relatif sama, yaitu tarif dikalikan dengan dasar pengenaan pajak. Namun, terkait dengan istilah dasar pengenaan pajak antara PP 46 Tahun 2013 dan PP 23 Tahun 2018 memiliki pengertian dan penjelasan yang berbeda. Menurut PP 46 Tahun 2013 dasar pengenaan pajak untuk penghitungan PPh final adalah jumlah peredaran bruto setiap bulan.

Dalam PP 23 Tahun 2018 dasar pengenaan pajak untuk penghitungan PPh final juga peredaran bruto. Perbedaan antara PP 46 Tahun 2013 dengan PP 23 Tahun 2018 adalah jumlah peredaran bruto berdasarkan keseluruhan peredaran bruto dari usaha, termasuk peredaran bruto dari cabang untuk wajib pajak badan, dan termasuk peredaran bruto dari istri wajib pajak perorangan. Peredaran bruto yang dimaksud merupakan imbalan atau nilai pengganti berupa uang atau nilai uang yang diterima atau diperoleh dari usaha, sebelum dikurangi potongan penjualan, potongan tunai dan/atau potongan sejenis. Penjelasan ini tidak terdapat pada PP 46 Tahun 2013.

Adapun tarif PPh final PP 46 tahun 2013 dan di revisi menjadi PP 23 Tahun 2018, yaitu dari tarif PPh final PP 46 Tahun 2013 adalah sebesar **1% dari jumlah peredaran bruto (*omzet*)** menjadi sebesar **0,5% dari jumlah peredaran bruto pada PP 23 Tahun 2018**.

Adapun cara menentukan peredaran bruto adalah sebagai berikut:

1. Peredaran bruto dihitung selama 1 tahun terakhir, sebelum tahun pajak yang bersangkutan.

2. Peredaran bruto yang dijadikan dasar pengenaan pajak merupakan imbalan atau nilai pengganti berupa uang atau nilai uang yang diterima atau diperoleh dari usaha, sebelum dikurangi potongan penjualan, potongan tunai, dan/atau potongan sejenis.
3. Untuk wajib pajak badan, peredaran bruto adalah jumlah *omzet* pusat dan cabang.
4. Untuk wajib pajak badan orang pribadi berkeluarga, peredaran bruto adalah *omzet* suami dan istri.

Cara perhitungan PPh Final PP 46 Tahun 2013 dan yang sudah di revisi menjadi PP 23 Tahun 2018 yaitu:

**PPh Final = 1% x Peredaran Bruto Bulan Bersangkutan**

**Revisi menjadi:**

**PPh Final = 0.5% x Peredaran Bruto Bulan Bersangkutan**

Pengenaan tarif PPh final 0,5% mempunyai batas waktu tidak seperti PP 46 tahun 2013, kebijakan baru tentang PPh final 0,5% mempunyai batas waktu. Batasan waktu yang diberikan pemerintah bagi WP yang ingin memanfaatkan tarif PPh final 0,5% adalah:

1. 7 tahun pajak untuk WP orang pribadi.
2. 4 tahun pajak untuk WP badan berbentuk koperasi, cv, atau firma.
3. 3 tahun pajak bagi WP badan berbentuk PT.

Setelah batas waktu tersebut berakhir, WP akan kembali menggunakan skema normal seperti diatur oleh pasal 17 UU No.36. Hal ini ditujukan untuk mendorong wajib pajak menyelenggarakan pembukuan dan pengembangan usaha.

#### **2.2.4. PPh Pasal 4 Ayat 2 / PPh Final**

PPh Pasal 4 Ayat 2 (Pajak Penghasilan Pasal 4 Ayat 2) atau disebut juga PPh final adalah pajak penghasilan atas jenis penghasilan-penghasilan tertentu yang bersifat final dan tidak dapat dikreditkan dengan pajak penghasilan terutang.

Istilah final disini berarti bahwa pemotongan pajaknya hanya sekali dalam sebuah masa pajak dengan pertimbangan kemudahan, kesederhanaan, kepastian, pengenaan pajak yang tepat waktu dan pertimbangan lainnya.

Objek PPh Pasal 4 Ayat 2 dikenakan pada jenis tertentu dari penghasilan/pendapatan, dan berupa:

1. Peredaran bruto sebuah usaha di bawah Rp 4,8 miliar dalam 1 tahun masapajak.
2. Bunga dari deposito dan jenis-jenis tabungan, bunga dari obligasi dan obligasi Negara, dan bunga dari tabungan yang dibayarkan oleh koperasi kepada anggota masing-masing.
3. Hadiah berupa lotere/undian.
4. Transaksi saham dan surat berharga lainnya, transaksi derivatif perdagangan di bursa, dan transaksi penjualan saham atau pengalihan ibukota mitra perusahaan yang diterima oleh perusahaan modal usaha.
5. Transaksi atas pengalihan asset dalam bentuk tanah dan bangunan, usaha jasa kontruksi, usaha real estate, dan sewa atas tanah dan bangunan.
6. Pendapatan tertentu lainnya, sebagaimana diatur dalam atau sesuai denganperaturan pemerintah.

Ketika PPh Pasal 4 Ayat 2 ini dikenakan atas transaksi antara perusahaan

dan seorang individu, di mana perusahaan bertindak sebagai penerima penghasilan tersebut, maka perusahaan wajib menyelesaikan pajak ini saja. Sedangkan dalam kasus transaksi yang terjadi antara dua perusahaan, maka pembayar harus mengumpulkan dan menyelesaikan pajak, bukan penerima penghasilan.

Tarif PPh Pasal 4 Ayat 2 ini berbeda-beda untuk setiap jenis penghasilannya. Misalnya, untuk UMKM, Wiraswasta atau bisnis *online* dengan *omzet* usaha kurang dari Rp. 4,8 miliar dalam 1 tahun pajak, maka tarif pajaknya adalah 0,5% dari total *omzet* (peredaran bruto) penjualan dalam 1 bulan.

Pembayaran pajak penghasilan final ini dilakukan dengan dua cara atau mekanisme, yaitu:

1. *Mekanisme Pemotongan*, adalah penyewa harus memotong pajak penghasilan sebesar 10% dari uang sewa yang dibayarkan.

Pada mekanisme ini, penyewa adalah pihak-pihak yang disebut sebagai pemotong pajak, yaitu badan pemerintah, subjek pajak badan dalam negeri, penyelenggara kegiatan, bentuk usaha tetap, kerja sama operasi, perwakilan perusahaan luar negeri lainnya, dan orang pribadi yang ditetapkan oleh Direktur Jenderal Pajak.

2. *Mekanisme Pembayaran Sendiri*, adalah mekanisme di mana pajak final sebesar 10% dari uang sewa dibayarkan sendiri oleh pemilik tanah/bangunan.

Pada mekanisme ini, penyewanya bukan pihak-pihak yang disebutkan diatas, maka pemilik tanah atau bangunan yang harus menyetorkan sendiri pajak akhirnya

### 2.3. E-Commerce

### 2.3.1. Pengertian E-Commerce

Sekarang ini kegiatan jual beli tidak hanya dapat dilakukan dengan bertemu langsung. Teknologi digital membuat semua proses berjualan dan belanja jadi lebih mudah.

Menurut (Rerung, 2018) E-commerce dapat didefinisikan sebagai arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya. Tidak dapat dipungkiri bahwa arena jual beli di dunia maya terbentuk karena terhubungnya berjuta-juta komputer ke dalam satu jaringan raksasa (internet). E-commerce sering juga dikatakan *Market-Making* karena keberadaannya secara langsung telah membentuk pasar di dunia maya yang dapat mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai belahan dunia maya dengan bermodalkan akses internet.

Menurut (Harmayani et al., 2020) E-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Menurut (Sarwono & Prihartono, 2016) E-Commerce berkaitan dengan transaksi jual beli yang dilakukan secara digital dengan menggunakan komputer yang tersambung dengan internet. Oleh karena itu peranan internet dalam e-commerce sangat penting karena komputer yang digunakan untuk bertransaksi antara pihak pembeli dan penjual.

Dengan demikian, model transaksi dalam e-commerce akan berbeda dengan transaksi bisnis konvensional. Jika transaksi bisnis memerlukan tatap muka, dalam e-

commerce tidak memerlukan tatap muka. Dalam E-commerce seluruh proses perdagangan mulai dari proses pemesanan produk, pertukaran data, hingga transfer dana dilakukan secara elektronik. Di tengah perkembangan arus teknologi dan informasi digital yang semakin canggih. Aktivitas E-commerce adalah suatu penerapan dari *e business* atau bisnis elektronik. Yang mana berhubungan dengan kegiatan transaksi komersial.

Menurut (Wicaksono, 2018) E-Commerce adalah suatu transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan. Sedangkan menurut (Abdi, 2022) E-commerce adalah aktivitas belanja *online* dengan menggunakan jaringan internet serta cara transaksinya melalui jaringan komputer ataupun peralatan elektronik lainnya. Manfaat menggunakan e-commerce ini adalah dapat mengurangi biaya barang dan jasa, dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sejauh menyangkut kecepatan untuk mendapatkan barang berkualitas terbaik dengan nilai terbaiknya (Harmayani et al., 2020).

Dari teori di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa secara umum e-commerce dapat diartikan sebagai transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet. Selain itu, e-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik.

### **2.3.2. Kelebihan dan Kelemahan E-Commerce**

Adanya E-Commerce sangat memudahkan konsumen dalam membeli suatu produk. Menurut (Harmayani et al., 2020) ada beberapa kelebihan yang dapat

diperoleh dari menjalankan bisnis e-commerce :

1. Hemat waktu dalam transaksi, tidak perlu menunggu lama atau menonjol seperti halnya bisnis tradisional,
2. Memungkinkan Anda untuk bertransaksi dengan perusahaan atau toko dari jarak jauh, bahkan diseluruh benua,
3. Tidak perlu banyak persiapan dan investasi untuk membuka toko secara fisik,
4. Ada begitu banyak pilihan yang tersedia, karena berkaitan dengan berbagai produk yang ditawarkan,
5. Tidak ada batasan atau batasan waktu belanja pelanggan, sehingga orang dapat berbelanja kapan pun mereka mau,
6. Dengan internet media komunikasi, setiap pebisnis dapat dengan mudah menjual satu sama lain melalui banyak platform nyaman yang tersedia,
7. Berkenaan dengan produk digital, pembelian bisa instan dan tidak perlu menunggu lama untuk pengiriman,
8. Tidak ada batasan ruang di sini, anda dapat menampilkan *item online* sebanyak yang Anda inginkan (tergantung pada lokasi spesifik), ini juga berarti lebih beragam dari pada toko fisik

Ada beberapa kelemahan yang dapat diperoleh dari menjalankan bisnis e-commerce (Harmayani et al., 2020):

1. Ada permintaan mendesak dari pelanggan atau calon pelanggan bahwa semuanya harus berjalan dengan sangat cepat dan aman, sehingga layanan internet yang cepat dan aman sangat penting.

2. Ada juga kebutuhan untuk perangkat (gadget) yang dapat memberikan akses ke toko *online* itu sendiri, yang dapat diakses pengguna melalui smartphone atau laptop.
3. Pengalaman berbelanja dengan e-commerce bagi pelanggan terasa pribadi atau kurang emosional, bisa kurang menyenangkan daripada transaksi langsung tatap muka.
4. Dalam e-commerce tidak ada peluang untuk menyentuh atau menguji produk sebelum transaksi selesai dan barang sudah di tangan.
5. Ada potensi resiko berbahaya seperti penipuan kartu kredit atau pencurian data keamanan dunia maya.
6. Untuk dapat menggunakan produk, pelanggan harus menunggu sampai barang tiba sehingga tidak ada penundaan dalam membeli toko fisik.
7. Mungkin juga pihak-pihak yang bertransaksi dalam kebingungan karena perbedaan legalitas penjualan tergantung pada lokasi mereka.

### **2.3.3. Jenis – Jenis E-Commerce**

Ada beberapa jenis situs web e-commerce (Harmayani et al., 2020):

#### **1. Bisnis Ke Bisnis (B2B)**

Situs web e-commerce B2B melakukan transaksi elektronik antara satu perusahaan dan lainnya. Jenis situs web ini biasanya digunakan oleh produsen dan grosir atau grosir dan reseller.

Contoh : [bizzy.com](http://bizzy.com) dan [alalali.com](http://alalali.com)

#### **2. Bisnis Ke Konsumen (B2C)**

Situs web e-commerce B2C adalah kebalikan dari B2B. Jenis situs web ini melakukan transaksi *online* antara produsen atau perusahaan dan

konsumen akhir. Bisnis ini berhubungan langsung dengan perusahaan atau bisnis lain.

Contoh : bhineka.com dan lazada.com

3. Konsumen ke Konsumen (C2C)

Situs web e-commerce C2C mempromosikan model bisnis yang melibatkan transaksi antar konsumen. Kedua pihak tidak bertemu langsung, tetapi hanya melalui platform *online* pihak ketiga.

Contoh : tokopedia.com dan bukalapak.com

4. Konsumen ke Bisnis (C2B)

Situs web e-commerce C2B adalah kebalikan dari C2C. Jenis situs web ini melibatkan transaksi dari konsumen ke perusahaan. Konsumen akan menawarkan produk atau layanan kepada perusahaan yang membutuhkannya. Contoh : Google Adsense dan istockphoto.com

5. Bisnis ke Administrasi (B2A)

Situs web e-commerce B2A mencakup aktivitas transaksi *online* yang terjadi antara perusahaan dan administrasi public. Jenis e-commerce ini meibatkan layanan pemerintah.

Contoh : tax.go.id dan deskripsi pekerjaan.go.id

6. Konsumen ke Administrasi (C2A)

Situs web e-commerce C2A memiliki model bisnis yang sama dengan B2A. Sederhananya, C2A melibatkan transaksi antara konsumen / individu dan administrasi publik.

Contoh : bpjs-health.go.id dan tax.go.id

Adapun karakteristik E-commerce menurut (Rerung, 2018) yaitu :

1. Transaksi Tanpa Batas, batas geografis tidak menghalangi perusahaan besar maupun kecil untuk *go-international*. Dengan kecanggihan internet batas-batas negara (ruang dan waktu) menjadi tidak ada lagi. Penjual dengan mudah mencari pembeli diseluruh belahan dunia hanya dalam hitungan detik saja, demikian pun sebaliknya pembeli dapat mengakses produk yang diinginkan kapanpun dan dimanapun
2. Transaksi Anonim. Hal ini tentu berbeda dengan transaksi jual beli secara tradisional, dimana pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung. Namun dengan E-commerce transaksi yang ditawarkan adalah penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka dan tidak memerlukan identitas asli selama pembayaran telah diotoritas
3. Produk digital dan Non digital. Dengan menggunakan e-commerce produk yang ditawarkan bisa lebih beragam
4. Produk barang tak berwujud. Seperti data, software atau ide-ide dapat dijual secara daring.

#### **2.3.4. Indikator E-Commerce**

Pengguna E-Commerce dapat mempercepat konsumen untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan harganya.

Menurut (Abdi, 2022) Indikator yang dinyatakan dalam E-commerce adalah :

1. Kualitas Sistem

Terkait dengan internet, pengukuran sistem e-commerce sesuai dengan manfaat, tersedia, sah, mampu beradaptasi, waktu untuk melakukan respon (contoh, waktu ketika melakukan download kemudian proses

pengumpulan data)

2. Kualitas atau keakuratan informasi

Ketika melihat konten dari e-commerce, jaringan isi dari konten sudah dipersonalisasi, mudah dimengerti, relevan, aman pada saat calon pembeli memulai melakukan transaksi melalui dengan internet.

3. Kualitas atau mutu layanan

Dukungan total untuk melakukan layanan terlepas dari penyedia layanan internet.

4. Pemanfaatan

Diukur mulai kunjungan ke situs web untuk informasi dan pelaksanaan transaksi.

5. Kepuasan pengguna

Terkait pengukuran terhadap komentar konsumen pada model e-commerce dan dapat menjangkau pada semua pelanggan saat membeli, membayar, bahkan saat menerima produk.

6. Manfaat

Sangat diperlukan dan menjadi penting bagi penjual untuk menilai baik atau buruk dari pelayanan yang telah diberikan dan apakah mempunyai dampak positif atau negatif dari e-commerce yang telah dimanfaatkan oleh konsumen, pemasok, karyawan, organisasi, pasar, dan industri.

Indikator yang dinyatakan dalam E-commerce adalah (Anisa, 2021):

1. Efisiensi Biaya Pengeluaran

Merupakan strategi perusahaan dengan cara meminimalkan biaya.

2. Reputasi

Apabila tidak ada informasi yang terkait dengan e-commerce secara

terperinci,

konsumen mungkin akan menggunakan reputasi, untuk menilai sebuah e-commerce.

### 3. Kemudahan dalam berbisnis *online*

Niat untuk bertransaksi menggunakan e-commerce adalah ukuran tingkat kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dalam hal ini adalah bertransaksi menggunakan e-commerce, dalam artian bertransaksi secara *online*.

## **2.4. Pemahaman Transaksi E-commerce**

Berdasarkan tentang Surat Edaran Nomor SE-06/PJ/2015 Tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi E-commerce, yang telah ditetapkan oleh Direktur Jendral Pajak. Transaksi e-commerce merupakan salah satu jenis transaksi yang kompleks dan berkembang pesat di Indonesia.

### **2.4.1. Nomor Pokok Wajib Pajak**

Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) adalah nomor yang diberikan kepada wajib pajak sebagai sarana dalam administrasi perpajakan yang dipergunakan sebagai tanda pengenal diri atau identitas wajib pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya (Mardiasmo, 2016). Berdasarkan pada Undang Undang Nomor 28 pasal 2 ayat 1 tahun 2007 menyatakan bahwa, setiap wajib pajak yang telah memenuhi persyaratan subjektif dan objektif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan wajib mendaftarkan diri pada kantor Direktorat Jenderal Pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal atau tempat kedudukan wajib pajak dan kepadanya diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak. Nomor Pokok Wajib Pajak juga dipergunakan untuk menjaga ketertiban dalam pembayaran pajak

dan dalam pengawasan administrasi perpajakan.

Dengan memiliki NPWP wajib pajak memperoleh beberapa manfaat langsung, seperti dalam (Resmi, 2016) :

1. Sebagai pembayaran pajak dimuka (angsuran/kredit pajak) atas fiskal luar negeri yang dibayar sewaktu wajib pajak bertolak ke luar negeri.
2. Persyaratan ketika melakukan pengurusan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).
3. Sebagai salah satu pembuatan Rekening Koran di bank.

Terhadap wajib pajak yang tidak mendaftarkan diri untuk mendapatkan NPWP dapat pula wajib pajak memperoleh NPWP secara jabatan yaitu apabila berdasarkan data yaitu wajib pajak orang pribadi diberi kuasa khusus untuk mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP wajib mengisi, manandatangani, dan menyampaikan formulir pendaftaran ke kantor pelayanan pajak. Selanjutnya kantor pelayanan pajak tersebut menerbitkan surat keterangan terdaftar dengan jangka waktu paling lama pada hari kerja berikutnya setelah permohonan pendaftaran serta persyaratannya diterima secara lengkap (Waluyo, 2016).

#### **2.4.2 Tarif Pajak E-commerce**

Tarif merupakan suatu pedoman dasar dalam menetapkan betapa besarnya utang pajak orang pribadi maupun badan, selain sebagai sarana keadilan dalam penetapan utang pajak. Untuk menentukan besarnya persentase tarif tersebut kebijaksanaan pemerintah memegang peran penting. Tercantum pada Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce, menyatakan bahwa “Untuk penyelenggara *Online Marketplace* sebagai penyedia jasa yang penghasilannya

tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk wajib pajak orang pribadi dikurangi dengan penghasilan tidak kena pajak”.

Berdasarkan (Resmi, 2016) menyatakan bahwa terdapat 3 jenis tarif pajak yang dibedakan menjadi:

1. Tarif tetap Untuk menghitung besarnya pajak yang terutang diperlukan dua unsur, yaitu tarif pajak dan dasar pengenaan pajak.
2. Tarif Proporsional (Sebanding) Tarif Proporsional adalah tarif berupa persentase tertentu yang bersifat tetap terhadap berapapun besarnya pengenaan pajak.
3. Tarif Progresif (Meningkat) Tarif Progresif adalah tarif berupa persentase tertentu makin meningkat dengan makin meningkatnya dasar pengenaan pajak.

Berdasarkan ketetapan pada Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi ecommerce, terdapat beberapa kriteria yang terkait, antara lain:

1. Bagi pedagang dan penyedia jasa yang berjualan melalui platform marketplace.
2. Memberitahukan Nomor Pokok Wajib Pajak kepada pihak penyedia platform marketplace.
3. Apabila belum memiliki NPWP, dapat memilih untuk (1) mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP, atau (2) memberitahukan Nomor Induk Kependudukan kepada penyedia platform marketplace.

4. Melaksanakan kewajiban terkait PPh sesuai dengan ketentuan yang berlaku, seperti membayar pajak final dengan tarif 0,5% dari *omzet* dalam hal *omzet* tidak melebihi Rp4,8 miliar dalam setahun, serta dikukuhkan sebagai pengusaha kena pajak dalam hal *omzet* melebihi Rp4,8 miliar dalam setahun, dan melaksanakan kewajiban terkait PPN sesuai ketentuan yang berlaku.

## 2.5. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

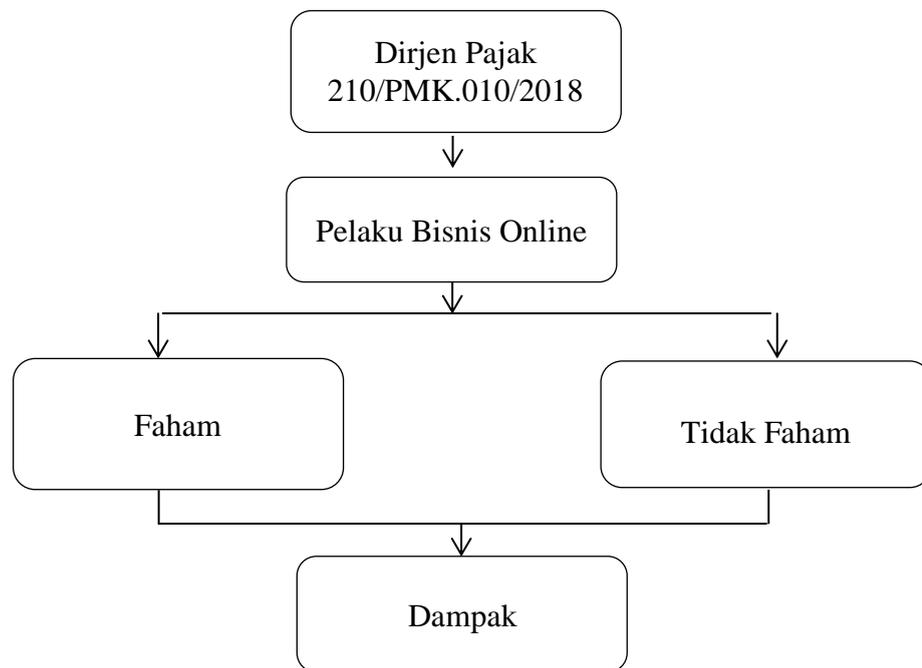
**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
1.	(Pratiwi, 2020)	Analisis Tentang Pemahaman Pajak E-Commerce Pada Pemilik Bisnis Online Shop Di Surabaya	Kualitatif	pemilik usaha mengetahui apa itu pajak <i>e-commerce</i> , tetapi dikenakan langsung dengan pajak <i>e-commerce</i> pemilik usaha kurang memahami secara detail. Namun masih banyak juga pelaku bisnis <i>online shop</i> yang belum mengetahui sama sekali mengenai penerapan kebijakan pajak <i>e-commerce</i> meskipun mereka sudah melakukan usaha <i>online shop</i> lebih dari 2 tahun	Jurnal (Pratiwi, 2020)
2.	(Sari, 2018)	Analisis Terhadap Penerapan Pajak Transaksi E-Commerce	Kualitatif	Adapun hasil penelitian yaitu Pedagang yang berjualan secara konvensional ataupun elalui E-Commerce sama-sama telah melaksanakan kewajiban perpajakan, tidak ada perbedaan tarif pajak yang dikenakan atas transaksi melalui cara konvensional., Dalam penerapan pajak atas transaksi E-Commerce memiliki faktor pendukung yaitu kemudahan sistem jual beli barang atau jasa pada toko <i>online</i> dibandingkan oleh sistem jual beli pada toko konvensional.	Jurnal (Sari, 2018)
3.	(Baptista Husada et al., 2020)	Analisis Perbandingan Penerapan Pajak E-Commerce Dengan Konvensional	Deskriptif	Adapun hasil penelitian yaitu Pajak yang dapat dikenakan terhadap transaksi E-Commerce adalah Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai., Perdagangan melalui E-Commerce telah mampu menjadikan model bisnis jauh lebih efisien dibandingkan dengan perdagangan konvensional, Ketidakefektifan	Jurnal (Baptista Husada et al., 2020)

				pengenaan pajak pelaku usaha <i>online</i> tersebut sangat disayangkan mengingat potensi pajak yang bisa didapatkan sangat besar dan belum dapat terjamah secara khusus oleh sistem perpajakan karena lemahnya upaya dalam menjangkau potensi.	
4.	(Antariksa, 2020)	Analisis Tingkat Kepatuhan Pajak Atas Transaksi <i>Online</i> (E-Commerce) Di Jawa Timur	Kualitatif dan Teknik studi kasus	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran sangat berpengaruh terhadap kewajibannya dalam pelaporan pajak, sehingga perlu ditekankan pula bahwa pajak bukanlah suatu hal yang memberatkan, sulit ketika menghitung dan melaporkannya.	Jurnal (Antariksa, 2020)
5.	(Handriman Jamain, 2019)	Analisis Kesadaran Wajib Pajak Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) Yang Merupakan Pelaku E-Commerce Di Kota DKI Jakarta	Deskriptif	Tingkat kesadaran pelaku E-Commerce yang rendah selaku Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap penghambat pengenaan pajak penghasilan. Hal itu dapat dilihat dari hasil responden dari 100 responden yang dijadikan sampel, responden yang memiliki NPWP lebih banyak dibandingkan dengan responden yang memiliki NPWP.	Skripsi (Handriman Jamain, 2019)

## 2.6. Kerangka Berfikir

Pemerintah melalui Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce, menyatakan bahwa “Untuk penyelenggara *Online Marketplace* sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tariff pajak diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk wajib pajak orang pribadi dikurangi dengan penghasilan tidak kena pajak. Adapun kerangka berfikir digambarkan dalam gambar di bawah ini :



**Gambar 2.1. Kerangka Berfikir**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian deskriptif, penelitian deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan untuk mengumpulkan data, mengklasifikasikan data, menganalisis data serta membandingkan pengetahuan teknis (data sekunder) dengan keadaan sebenarnya pada pengusaha *online* yang menjadi objek penelitian. Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

#### **3.2. Defenisi Operasional Variabel**

Defenisi operasional variable merupakan defenisi yang diberikan bagi variable dengan cara memberikan arti sehingga dapat memberikan gambaran tentang bagaimana variable tersebut dapat diukur.

Adapun defenisi operasional variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pajak

Kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang–Undang,

2. E-commerce

Arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli dunia maya

### 3.3. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Pemilik Bisnis *Online* yang ada di Kota Medan . Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan Juni 2022.

**Tabel 3.1**  
**Waktu Penelitian**

No.	Bentuk Kegiatan	Jan	Februari				Maret				April				Mei				Jun					
		4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Pengajuan judul																							
2	Penyusunan proposal																							
3	Bimbingan proposal																							
4	Seminar proposal																							

### 3.4. Populasi dan Sampel

Menurut (Sekaran, 2017) populasi (population) adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin diinvestigasi oleh peneliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha bisnis *online* dengan jumlah tidak terhingga. Sampel adalah sebagian dari objek, manusia, atau kejadian yang mewakili populasinya. Yang berarti sampel merupakan sebagian dari populasi untuk mewakili karakteristik populasi yang diambil untuk keperluan penelitian.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik yaitu teknik pengambilan informan sebanyak 25 orang, yaitu pihak-pihak yang terkait dalam proses implementasi Pajak E-Commerce atau dapat digolongkan sebagai

key informan (Orang yang kompeten) yang sengaja dipilih oleh peneliti. Peneliti melakukan wawancara berdasarkan tiga kriteria informan yang ideal menurut Neuman (2007), yaitu:

1. Informan sangat akrab atau familiar dengan menyaksikan peristiwa penting yang terkait dengan isu yang diangkat;
2. Informan tersebut terlibat langsung di lapangan dalam masalah yang diteliti;
3. Informan memiliki waktu yang cukup untuk melakukan wawancara (interaksi) dengan peneliti;

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berhubungan dengan opini, saran serta deskripsi hasil penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan yaitu :

- a) Dokumentasi, metode dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen, transkrip, buku, surat kabar, dan lain sebagainya.
- b) Penyebaran angket wawancara, yaitu melakukan penyebaran angket berupa pertanyaan wawancara kepada sampel penelitian.

Berikut pertanyaan yang akan saya ajukan kepada para pemilik usaha di e-commerce yaitu:

1. Apa pengetahuan umum yang anda ketahui tentang pajak?
2. Apakah anda sudah mengetahui tentang pemberlakuan pajak terhadap transaksi e-commerce?

3. Apakah anda sudah mendaftarkan npwp dan sudah membayar pajak?
4. Apakah anda tahu bahwa membayar pajak itu wajib dan sanksi yang diberikan jika tidak membayar pajak?

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. (Ghozali, 2016) menyebutkan analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran data yang telah dikumpulkan sehingga memberikan informasi yang berguna dan juga menatanya ke dalam bentuk yang siap untuk dianalisis.

Adapun tahapan dalam melakukan analisis data yaitu :

1. Menentukan responden penelitian yang akan diwawncara
2. Melakukan wawancara kepada responden
3. Menganalisis data penelitian
4. Melakukan interprestasi data penelitian dan mendeskripsikannya
5. Menarik kesimpulan

## BAB 4

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambaran Umum Transaksi *E-Commerce* di Medan yang masyarakatnya telah melakukan jual beli secara *online*. Pelaku bisnis *online* di Kota Medan berasal dari berbagai kalangan masyarakat. Umumnya mereka adalah pebisnis muda yang melihat kesempatan bisnis melalui media *online*. Meskipun pebisnis *online* di Medan sudah mulai banyak namun mayoritas pebisnis *online* tersebut belum mengenal dan belum mengetahui bahwa terdapat kewajiban membayar pajak atas transaksi jual beli *online*. Selain itu, mayoritas pengusaha bisnis *online* (*e-commerce*) belum mendaftarkan usaha mereka secara resmi sehingga mereka tidak memiliki NPWP dan bukti ijin usaha. Padahal, Direktorat Jenderal Pajak telah menegaskan pemungutan pajak atas transaksi *e-commerce* dengan menerbitkan Surat Edaran yakni SE-62/PJ/2013 dan SE-06/PJ/2015.

Penyebaran kuesioner dilakukan melalui kuesioner *online* (*google form*) kepada pelaku bisnis *online* di Kota Medan, penyebaran dilakukan dari bulan Juni sampai dengan awal bulan Agustus, Adapun jumlah responden yang merespon kuesioner sebanyak 31 responden, namun yang melakukan pengisian dengan lengkap dan sesuai yang dibutuhkan peneliti adalah sebanyak 25 pelaku bisnis *online*. Adapun kuesioner ini dikembangkan dari penelitian yang dilakukan oleh (Setyarini & Triono, 2021) dan (Lestari & Damayanti, 2019)

## 4.1.2. Deskripsi Data Penelitian

### 4.1.2.1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penyebaran kuesioner dengan mendeskripsikan karakteristik responden kedalam beberapa kriteria sebagai berikut :

**Tabel 4.1. Karakteristik Responden**

No	Keterangan	Jumlah
1	<b>Usia Pengusaha <i>Online</i></b>	
	<30 Tahun	9
	>30 Tahun	16
2	<b>Pendidikan Terakhir</b>	
	Dibawah S1	13
	Setara atau di atas S1	12
3	<b>Lama beroperasi</b>	
	<5 Tahun	18
	>5 Tahun	7
4	<b>Bentuk Usaha</b>	
	Perorangan	21
	Badan	4

**Sumber : Data Primer diolah (2022)**

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat klasifikasi responden berdasarkan usia pengusaha *online*, bahwasannya mayoritas berada pada usia di atas 30 tahun yaitu sebanyak 16 responden dan dibawah 30 tahun sebanyak 9 responden, kemudian klasifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir pengusaha *online*, bahwasannya mayoritas berada pada pendidikan di bawah S1 yaitu sebanyak 13 responden sedangkan setara S1 atau di atas S1 sebanyak 12 responden. kemudian klasifikasi responden berdasarkan lama beroperasi pengusaha *online*, bahwasannya mayoritas berada pada di bawah 5 tahun yaitu sebanyak 18 responden sedangkan di atas 5 tahun sebanyak 7 responden. Dan selanjutnya klasifikasi responden berdasarkan bentuk usaha, bahwasannya mayoritas berada pada bentuk usaha perseorangan yaitu sebanyak 21 responden

sedangkan berbentuk badan sebanyak 4 responden.

#### 4.1.2.2. Pertanyaan terkait pemahaman perpajakan secara umum

Penelitian ini menguji pemahaman pelaku bisnis *online* terkait dengan pemahamannya tentang perpajakan secara umum dengan beberapa pertanyaan sebagai berikut :

**Tabel 4.2. Pertanyaan terkait pemahaman perpajakan secara umum**

No	Instrumen	Jumlah
1	<b>Pajak merupakan sumber pendapatan daerah untuk pembangunan daerah</b> Faham Tidak	10 15
2	<b>Tarif pajak yang dibayarkan sesuai dengan jumlah pendapatan wajib pajak dikalikan dengan persentase tarif pajak</b> Faham Tidak	6 19
3	<b>Jika memiliki usaha <i>online</i> shop pemilik wajib mendaftarkan usaha di Kantor Pelayanan Pajak berdomisili</b> Faham Tidak	5 20

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas terkait dengan pemahaman responden terkait dengan pertanyaan bahwa pajak merupakan sumber pendapatan daerah untuk pembangunan daerah, mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 15 responden dan menjawab faham sebanyak 10 responden, kemudian terkait dengan Tarif pajak yang dibayarkan sesuai dengan jumlah pendapatan wajib pajak dikalikan dengan persentase tarif pajak, mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 19 responden dan menjawab faham sebanyak 6 responden dan terkait Jika memiliki usaha *online* shop pemilik wajib mendaftarkan usaha di Kantor Pelayanan Pajak berdomisili, mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 5 responden dan menjawab faham sebanyak 20 responden.

#### 4.1.2.3. Pertanyaan terkait pemahaman pajak *e commerce*

Penelitian ini menguji pemahaman pelaku bisnis *online* terkait dengan pemahamannya tentang perpajakan *e commerce* dengan beberapa pertanyaan sebagai berikut :

**Tabel 4.3. Pertanyaan terkait pemahaman pajak *e commerce***

No	Instrumen	Jumlah
1	<b>Pajak yang dikenakan bagi <i>online shop</i> sama dengan pajak toko konvensional.</b> Faham Tidak	6 19
2	<b>Pajak penghasilan (PPh) atas UMKM kepada penjual baik melalui e-commerce ataupun toko retail, tarifnya 0,5 persen dari penghasilan bruto jika penghasilan brutonya belum melebihi Rp 4,8 miliar</b> Faham Tidak	4 21
3	<b>Saya memahami prosedur pembayaran pajak <i>e commerce</i></b> Faham Tidak	7 18

**Sumber : Data Primer diolah (2022)**

Berdasarkan tabel di atas terkait dengan pemahaman responden terkait dengan pertanyaan bahwa Pajak yang dikenakan bagi *online shop* sama dengan pajak toko konvensional, mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 19 responden dan menjawab faham sebanyak 6 responden. Kemudian terkait Pajak penghasilan (PPh) atas UMKM kepada penjual baik melalui e-commerce ataupun toko retail, tarifnya 0,5 persen dari penghasilan bruto jika penghasilan brutonya belum melebihi Rp 4,8 miliar, mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 21 responden dan menjawab faham sebanyak 4 responden, dan selanjutnya terkait Saya memahami prosedur pembayaran pajak *e commerce* ,

mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 18 responden dan menjawab faham sebanyak 7 responden.

#### 4.1.2.4. Pertanyaan terkait pemahaman NPWP

Penelitian ini menguji pemahaman pelaku bisnis *online* terkait dengan pemahamannya tentang NPWP dengan beberapa pertanyaan sebagai berikut :

**Tabel 4.4. Pertanyaan terkait pemahaman NPWP**

No	Instrumen	Jumlah
1	<b>Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) adalah identitas yang harus dimiliki oleh setiap wajib pajak.</b> Faham Tidak	11 14
2	<b>Kewajiban wajib pajak adalah mendaftarkan diri untuk mendapatkan NPWP, menghitung sendiri pajak, mengisi dan melaporkan SPT.</b> Faham Tidak	9 16
3	<b>Batas waktu pelaporan SPT selambatlambatnya 3 bulan setelah tahun akhir pajak</b> Faham Tidak	7 18

**Sumber : Data Primer diolah (2022)**

Berdasarkan tabel di atas terkait dengan pemahaman responden terkait dengan pertanyaan bahwa Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) adalah identitas yang harus dimiliki oleh setiap wajib pajak. mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 14 responden dan menjawab faham sebanyak 11 responden. Kemudian terkait Kewajiban wajib pajak adalah mendaftarkan diri untuk mendapatkan NPWP, menghitung sendiri pajak, mengisi dan melaporkan SPT. mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 16 responden dan menjawab faham sebanyak 9 responden. Dan selanjutnya Batas waktu pelaporan SPT selambatlambatnya 3 bulan setelah tahun akhir pajak. mayoritas menjawab tidak

faham yaitu sebanyak 18 responden dan menjawab faham sebanyak 7 responden.

#### 4.1.2.5. Pengetahuan pelaku bisnis *online* akan sanksi perpajakan

Penelitian ini menguji pemahaman pelaku bisnis *online* terkait dengan pemahamannya tentang sanksi perpajakan dengan beberapa pertanyaan sebagai berikut :

**Tabel 4.4. Pengetahuan pelaku bisnis *online* akan sanksi perpajakan**

No	Instrumen	Jumlah
1	<b>Sanksi administrasi berupa denda 50% dari pajak yang kurang dibayar, apabila pengisian SPT (Surat Pemberitahuan) dilakukan dengan tidak benar.</b> Faham Tidak	6 19
2	<b>Membayar kekurangan pajak penghasilan sebelum dilakukan pemeriksaan dari aparat pajak adalah hal yang wajar.</b> Faham Tidak	7 18
3	<b>Mengisi SPT sesuai dengan peraturan yang berlaku agar tidak terkena sanksi perpajakan</b> Faham Tidak	11 14

**Sumber : Data Primer diolah (2022)**

Berdasarkan tabel di atas terkait dengan pemahaman responden terkait dengan pertanyaan bahwa Sanksi administrasi berupa denda 50% dari pajak yang kurang dibayar, apabila pengisian SPT (Surat Pemberitahuan) dilakukan dengan tidak benar. mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 19 responden dan menjawab faham sebanyak 6 responden. Kemudian terkait dengan pertanyaan bahwa Membayar kekurangan pajak penghasilan sebelum dilakukan pemeriksaan dari aparat pajak adalah hal yang wajar. mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 18 responden dan menjawab faham sebanyak 7 responden. Kemudian

terkait dengan pertanyaan bahwa Mengisi SPT sesuai dengan peraturan yang berlaku agar tidak terkena sanksi perpajakan, mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 14 responden dan menjawab faham sebanyak 11 responden.

#### **4.2. Analisis Data Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti dengan melakukan penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait dengan pengetahuan tentang perpajakan, pengetahuan tentang pajak *e commerce*, dan pengetahuan tentang sanksi perpajakan. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwasannya secara keseluruhan responden masih banyak yang belum memahami tentang perpajakan secara umum. Hal ini terjadi dikarenakan oleh orientasi yang melekat pada pengusaha atau pebisnis online adalah mendapatkan keuntungan atas produk dan jasa yang mereka tawarkan, sehingga dalam hal perpajakan terkesan masih apatis, sehingga diperlukan sebuah sosialisasi perpajakan dan kebijakan-kebijakan pendukung yang dilaksanakan pemerintah yang bisa disinkronisasikan dengan aktivitas transaksi online. Misalnya bekerjasama kementerian komunikasi dan informasi dengan mengeluarkan kebijakan kewajiban memiliki NPWP bagi para pengusaha *online*, bagi yang tidak memiliki NPWP maka usaha tersebut tidak akan mendapat akses *online*.

Kemudian berdasarkan pertanyaan terkait dengan tarif pajak bagi pelaku *e commerce*, mayoritas pelaku bisnis online di Kota Medan masih belum memahami terkait hal tersebut, baik dari segi prosedur, tarif, klasifikasi yang terkena pajak *e commerce*, dan sebagainya. Hal ini juga akibat dari sosialisasi dan kebijakan yang masih belum ketat yang dilaksanakan Direktorat Jenderal Pajak

kepada para pelaku bisnis *online*, sebenarnya sebelum melangkah kepada tarif pajak, hal yang paling penting dilakukan adalah pendataan pelaku bisnis online yang rapi dan jelas perlu dilakukan, sehingga untuk mensosialisasikan kebijakan dapat dengan mudah dilaksanakan.

Pada pertanyaan terkait dengan pengetahuan sanksi perpajakan mayoritas menjawab belum memahami sanksi yang akan diberikan kepada pelaku bisnis online yang terlambat atau bahkan tidak melporkan pajaknya, memang dalam peraturan dan kebijakan untuk saat ini pemerintah belum melakukan hal-hal yang ketat kepada pelaku bisnis online, padahal jika sanksi yang diberikan cukup jelas dan memberikan dampak positif kepada pelaku pajak sehingga tercipta *take and give*, yaitu pelaku bisnis online membayar pajaknya kemudian pemerintah melakukan perbaikan-perbaikan dan peningkatan pembangunan dan hal yang mendukung untuk perekonomian atau transaksi *online*.

### **4.3. Pembahasan**

#### **4.3.1. Pengetahuan umum pelaku bisnis *online* tentang pajak**

Pesatnya perkembangan internet di Indonesia memudahkan orang-orang dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Bagi masyarakat Indonesia internet sudah bukan hal yang asing, baik yang tinggal dipertanian maupun dipedesaan. Setiap tahun jumlah pengguna internet di Indonesia selalu meningkat, pada tahun 2016 total populasi pengguna digital di Indonesia terdapat 265.4 dimana 132,7 juta pengguna internet dan 130 juta sisanya merupakan pengguna aktif media sosial. Indonesia berada di posisi ke lima sebagai pengguna internet terbanyak dilingkup Asia Tenggara pada tahun 2017. Salah satu manfaat dari penggunaan internet

adalah untuk melakukan kegiatan bisnis. Kegiatan bisnis melalui internet dapat berbentuk jual beli barang maupun jasa. Sumber penerimaan Indonesia berasal dari beberapa sektor. Sektor pajak adalah penyumbang angka terbesar dalam penerimaan negara, hal ini dibuktikan dengan data dari *website* resmi oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia yang menyatakan bahwa pajak menyumbang sebesar 85,6% pada tahun 2017. Bisnis *online* mulai marak di Indonesia dan berkembang sangat pesat dan segala transaksi yang terjadi secara *online* memiliki kewajiban pajak yang diterapkan. Besarnya peran pajak harus selaras dengan pemahaman wajib pajak yang baik.

Pada pelaku bisnis *online* di Kota Medan, mayoritas responden belum memahami terkait dengan perpajakan secara umum, padahal perpajakan merupakan sebuah hal yang penting yang harus di ketahui setiap pelaku usaha yang memiliki penghasilan, sehingga ketika pelaku usaha memahami dan taat pajak akan dapat membantu pendapatan negara untuk pembangunan. Penyebab pelaku bisnis online belum memiliki pengetahuan yang baik terkait dengan perpajakan dikarenakan orientasi pelaku bisnis online di Kota Medan masih berupa profit atau keuntungan, sedangkan hal-hal yang berhubungan dengan perpajakan dikarenakan tidak adanya aturan khusus yang berhubungan langsung dengan bisnis online, misalnya transaksi menjadi terhambat jika belum membatyar pajak, hal ini yang membuat pelaku bisnis online di Kota Medan menjadi apatis, kemudian ditambah dengan proses sosialisasi perpajakan dari pihak yang terkait masih belum maksimal. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setyarini & Triono, 2021) dan (Lestari & Damayanti, 2019) bahwa pelaku bisnis *online* akan mudah memahami perpajakan jika proses transaksi dan kegiatan

operasionalnya berhubungan dengan perpajakan, misalnya adanya pemberitahuan dan peneguran khusus kepada wajib pajak yang tidak melaporkan pajaknya , sehingga bisa membuat pelaku bisnis lebih ingin tahu terkait perpajakan.

#### **4.3.2. Pengetahuan pelaku bisnis *online* tentang pemberlakuan pajak *e-commerce***

Menurut Direktorat Jenderal Pajak terdapat empat bentuk transaksi *e-commerce* yaitu *classified ads*, *online marketplace*, *daily deals* dan *online retail*. *Classified ads* adalah kegiatan menyediakan tempat atau ruang di internet untuk mempromosikan barang atau jasa. *Online marketplace* yaitu kegiatan ekonomi berupa menyediakan ruang di internet untuk menjual barang atau jasa. Tidak jauh berbeda dari definisi *online marketplace*, *daily deals* juga menyediakan ruang untuk menjual barang atau jasa namun pembayarannya menggunakan voucher. Jika dalam *online marketplace* dan *daily deals* terdapat tempat untuk memasarkan, dalam *online retails* penjual akan menjual barangnya secara langsung kepada pembelinya melalui jaringan internet. Pada dasarnya usaha perdagangan berbasis internet ini dapat dikategorikan menjadi tiga jenis usaha. Jenis yang pertama adalah peralihan dari toko konvensional ke toko online, kedua ialah *dropship online* dimana penjual hanya bertugas untuk menyalurkan pesanan pelanggan kepada supplier, dan yang terakhir adalah toko online yang hanya memasarkan dan menjual barang maupun jasa langsung kepada pelanggan hanya melalui internet.

Peraturan perpajakan yang diterapkan bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia didasarkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. Peraturan Pemerintah tersebut diberlakukan mulai 1 Juli 2018. Sebelumnya pajak

yang diterapkan bagi UKM didasari oleh Peraturan Pemerintah Nomor 48 Tahun 2013. Perubahan yang terjadi pada perubahan Peraturan Pemerintah tersebut terletak pada tarif yang dikenakan bagi UKM. Seluruh usaha *online shop* yang memiliki omset dibawah Rp. 4.800.000.000,00 memiliki kewajiban perpajakan berdasarkan Peraturan Pemerintah tersebut. Tabel 4 dibawah akan menjelaskan pemahaman wajib pajak pengusaha *online shop* mengenai pajak yang dikenakan bagi UKM.

Pada pelaku bisnis *online* di Kota Medan, mayoritas responden belum memahami terkait dengan pemberlakuan pajak *e commerce*, pelaku bisnis *online* masih terkesan tidak mau tahu dengan kebijakan perpajakan yang diberikan oleh pemerintah. Pelaku bisnis *online* masih berorientasi kepada keuntungan penjualan yang dilaksanakannya sehingga tidak memhami pajak *e commerce*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setyarini & Triono, 2021) dan (Lestari & Damayanti, 2019) bahwa pelaku bisnis *online* mayoritas belum memahami pajak *e commerce*..

#### **4.3.3. Pendaftaran NPWP pada pelaku bisnis *online***

Pasal 2 Undang-undang KUP menegaskan bahwa setiap Wajib Pajak mendaftarkan diri pada Direktorat Jenderal Pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal atau tempat kedudukan Wajib Pajak dan kepadanya diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Khusus terhadap pengusaha yang dikenakan pajak berdasarkan undang-undang PPN, wajib melaporkan usahanya untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP).

Pajak merupakan sumber penerimaan negara terbesar di Indonesia, hal ini dibuktikan pada tahun 2017 pajak menyumbang sebesar 85,6% dari seluruh

penerimaan negara (Kementrian Keuangan, 2017). Meskipun pajak merupakan sumber penerimaan terbesar di Indonesia namun pada kenyataannya pelaku bisnis online belum seluruhnya menyadari kewajiban perpajakannya, hal ini dibuktikan dengan data yang diperoleh dari Direktorat Jenderal Pajak yang melakukan penelitian dengan menggunakan 1.600 sampling pelaku bisnis online dimana sejumlah 1.000 pelaku bisnis online sudah memiliki NPWP sedangkan 600 sisanya belum memiliki NPWP. Dampak dari hal tersebut adalah penerimaan pajak negara yang berasal dari pelaku bisnis online belum maksimal.

Pada pelaku bisnis *online* di Kota Medan, mayoritas responden belum memahami terkait dengan NPWP, prosedur pembuatan NPWP dan kepemilikan NPWP sudah menjadi hal yang sangat dibutuhkan, apalagi pada saat ini kebijakan-kebijakan administrasi pemerintahan seringkali meminta kepemilikan NPWP untuk izin usaha dan jika ada hal-hal keperluan yang menyangkut dengan hibah atau bantuan dari pemerintah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setyarini & Triono, 2021) dan (Lestari & Damayanti, 2019) bahwa pelaku bisnis *online* mayoritas belum memahami pengetahuan terkait NPWP.

#### **4.3.4. Pengetahuan pelaku bisnis *online* akan sanksi perpajakan**

Sanksi adalah suatu tindakan berupa hukuman yang diberikan kepada Wajib Pajak orang atau badan yang melanggar peraturan (Harjanti Puspa Arum dan Zulaikha, 2012). Perpajakan Indonesia menggunakan sistem self assesment system, di mana sistem ini 54 memberikan kepercayaan penuh kepada Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Namun pada kenyataannya masih ada

Wajib Pajak yang tidak memenuhi kewajibannya. Hal tersebut, maka diperlukan pemberian sanksi pada Wajib Pajak yang tidak patuh. Pelaksanaan sanksi perpajakan secara tegas akan semakin merugikan Wajib Pajak bila tidak membayar pajak, sehingga Wajib Pajak akan lebih memilih untuk patuh melaksanakan kewajiban perpajakannya. Di Indonesia ruang tumbuh bagi kegiatan bisnis perdagangan melalui internet sangatlah besar karena semakin tinggi pula angka pengguna internet setiap tahunnya. Pertumbuhan bisnis online atau yang disebut dengan electronic e-commerce atau e-commerce (Lomanto & Mangoting, 2013) ini akan berdampak pada peningkatan omset setiap tahunnya dan akan ada masalah yang timbul dari hal tersebut yaitu masalah pada bidang keuangan. Salah satu masalah keuangan yang timbul yaitu pajak yang dikenakan untuk penjualan di internet (Rao, 2011). Pada transaksi online, dokumen yang digunakan dalam transaksi adalah dokumen digital yang berbeda dengan transaksi konvensional yang menggunakan dokumen kertas sehingga implikasi pajak menjadi rumit (Sari, 2018). Bukti transaksi dalam bentuk dokumen digital akan mempersulit pemerintah dalam menentukan siapakah wajib pajak orang pribadi atau badan yang akan menanggung kewajiban pajak.

Pada pelaku bisnis *online* di Kota Medan, mayoritas responden belum memahami terkait dengan sanksi perpajakan, jika ini terus berlanjut dikhawatirkan akan terjadi kerugian sendiri bagi pelaku bisnis *online* terkait dengan sanksi perpajakan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setyarini & Triono, 2021) dan (Lestari & Damayanti, 2019) bahwa pelaku bisnis *online* mayoritas belum memahami sanksi perpajakan.

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan dengan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Pada pelaku bisnis *online* di Kota Medan, mayoritas responden belum memahami terkait dengan perpajakan secara umum. Kemudian mayoritas responden belum memahami terkait dengan pemberlakuan pajak *e commerce*. Selanjutnya Pada pelaku bisnis *online* di Kota Medan, mayoritas responden belum memahami terkait dengan NPWP. Dan selanjutnya Pada pelaku bisnis *online* di Kota Medan, mayoritas responden belum memahami terkait dengan sanksi perpajakan.
2. Pemahaman tentang perpajakan akan memberikan pengaruh terhadap keinginan dan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, karena mereka akan lebih sadar fungsi dan manfaat membayar pajak serta tau prosedur dan tarif serta sanksi perpajakan yang didapatk jika tidak membayar pajak.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat maka saran-saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Direktorat Jenderal Pajak, untuk dapat melakukan sosialisasi perpajakan kepada para pelaku bisnis *online* agar memahami terkait dengan perpajakan, prosedur pembayaran, tarif serta sanksi yang akan

diberikan, hal ini dapat dilakukan melalui iklan, penyebaran brosur, spanduk, acara-acara khusus dan seminar-seminar sehingga informasi dapat tersampaikan dengan efektif.

2. Bagi pelaku usaha bisnis *online*, untuk dapat meningkatkan respon terkait dengan keingintahuan dan pemahaman terkait dengan perpajakan, agar dapat mengembangkan u 52 ragan baik dan tidak mendapatkan kerugian akibat sanksi perpajakan yang diberikan
3. Bagi penelitian selanjutnya, untuk dapat menambahkan jumlah responden serta instrumen pertanyaan agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

#### **5.4. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini yang terdapat keterbatasan-keterbatasan diantaranya :

1. Jumlah responden yang merupakan pelaku bisnis online masih terlalu sedikit
2. Isu pembahasan masih belum luas , karena hanya membahas terkait seputar pengetahuan dan pemahaman tentang perpajakan, tarif pajak e commerce dan sanksi perpajakan, seharusnya dapat memberikan kolom opini berupa kritik dan saran sehingga dapat menambah literasi hasil penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2022, January 11). *Pengertian E-commerce Menurut Para Ahli dan Contohnya di Indonesia*. <https://hot.liputan6.com/read/4856338/pengertian-e-commerce-menurut-para-ahli-dan-contohnya-di-indonesia>
- Anisa, T. (2021, November 10). *Semakin berkembang, ini potensi e-commerce di Indonesia*. <https://www.ekrut.com/media/semakin-berkembang-ini-potensi-e-commerce-di-indonesia>
- Antariksa, B. (2020). *Analisis Tingkat Kepatuhan Pajak Atas Tansaksi Onlie (E-Commerce) Di Jawa Timur*.
- Baptista Husada, Y., Tegar Kurniawan, S., & Fatmawati, D. (2020). *Analisis Perbandingan Penerapan Pajak E-Commerce Dengan Konvensional*.
- Ghozali, I. (2016). *plikasi Analisis Multivarite*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafsah, H., & Hanum, Z. (2021). *Penggunaan Akuntansi Dalam Menjalankan Usaha Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kelurahan Gedung Johor Kecamatan Medan Johor*. *Prosiding Seminar Nasional*

*Kewirausahaan*, 2(1), 307–318.

- Handriman Jamain, T. (2019). *Analisis Kesadaran Wajib Pajak Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) Yang Merupakan Pelaku E-Commerce Di Kota DKI Jakarta (Vol. 2, Issue 2)*. <https://databoks.katadata.co.id>
- Hanum, Z. (2014). Pengaruh Persepsi Pengusaha Kecil Atas Informasi Akuntansi Keuangan Terhadap Keberhasilan Perusahaan (Survei Pada Usaha-Usaha Kecil Di Kota Medan). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 13(2).
- Harahap, R. U. (2021). *Pelaporan Pajak Penghasilan (Pph) Terutang Wajib Pajak Badan Pada KPP Pratama Binjai*. UMSU.
- Harmayani, Marpaung, D., Hamzah, A., & Mulyani, N. (2020). *E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digita*. Yayasan Kita Menulis.
- Idris, M. (2021, June 13). *Mengenal Pajak: Definisi, Manfaat, Fungsi, dan Jenis-jenisnya*. 3. <https://www.msn.com/id-id/ekonomi/ekonomi/mengenal-pajak-definisi-manfaat-fungsi-dan-jenis-jenisnya/ar-AAKZ9Ey>
- Intan, N. (2021, November 13). *OJK: 88,1 Persen Pengguna Internet Belanja Pakai E-Commerce*. <https://www.republika.co.id/berita/r2i9wt320/ojk-881-persen-pengguna-internet-belanjapakai-ecommerce>
- Lestari, A. M., & Damayanti, T. W. (2019). Pemahaman Pelaku Bisnis Online Atas Aturan Perpajakan: Sebuah Preliminary Study. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 4(1), 29–43.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan*. Andi Offset.
- Lestari, A. M., & Damayanti, T. W. (2019). Pemahaman Pelaku Bisnis Online Atas Aturan Perpajakan: Sebuah Preliminary Study. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 4(1), 29–43.
- PRATIWI, I. W. (2020). *Analisis Tentang Pemahaman Pajak E-Commerce Pada Pemilik Bisnis Online Shop Di Surabaya* (pp. 1–89). Universitas Bhayangkara.
- Setyarini, Y., & Triono, D. (2021). Pemahaman Peraturan Perpajakan Pada Pelaku Bisnis E-Commerce Di Indonesia (Study Preliminary). *E-Jurnal Kewirausahaan*, 4(1), 60.
- Rahmawati, M. (2017). Penggunaan Sistem Informasi Dalam Komunikasi Bisnis Secara Elektronik. *Jurnal Komunikasi*, 2(September), 2579–3292.
- Rerung, R. (2018). *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. CV Budi Utama.
- Resmi, S. (2016). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Salemba Empat.
- Ritonga, P., & Zauhari, V. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib*

*Pajak Orang Pribadi di KPP MEDAN Timur. UMSU.*

Riyanto, G. P. (2021, February 23). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta. *Kompas.Com*.  
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>

Sari, A. Y. (2018). *Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi E-Commerce*.

Sarwono, & Prihartono. (2016). *Perdagangan Online Cara Bisnis Di Internet*. PT. Elex Media Komputindo.

Setyarini, Y., & Triono, D. (2021). Pemahaman Peraturan Perpajakan Pada Pelaku Bisnis E-Commerce Di Indonesia (Study Preliminary). *E-Jurnal Kewirausahaan*, 4(1), 60

Sekaran, U. (2017). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.

Sinambela, E., Sanjaya, S., & Irsan, M. (2021). Sosialisasi Perpajakan UMKM dan Pelatihan Pembukuan Usaha Pada Pelaku UMKM di Desa Amplas Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 1096–1103.

Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Alfabeta.

No	Keterangan	Jawab
1	<b>Usia Pengusaha Online</b> <30 Tahun >30 Tahun	
2	<b>Pendidikan Terakhir</b> Dibawah S1	

Waluyo. (2016). *Perpajakan Indonesia*. Salemba Empat.

Wicaksono, M. (2018). *Bisnis Online*. Kompas Gramedia.

	Setara atau di atas S1	
3	<b>Lama beroperasi</b> <5 Tahun >5 Tahun	
4	<b>Bentuk Usaha</b> Perorangan Badan	

### 1. Karakteristik Responden

#### KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr,Wb.

Semoga kita semua dalam lindungan dan keberkahan Allah SWT.

Sehubungan dengan data pendukung tugas akhir saya dengan judul **“Analisis Tentang Pemahaman Pajak *E commerce* pada Pemilik Bisnis Online Shop di Kota Medan”**.

Maka dengan ini, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indira Febriani

NPM :18015170290

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk dapat mengisi kuesioner penelitian saya dengan cara menceklis pertanyaan di bawah ini :

### 1. Karakteristik Responden

### 2. Pertanyaan Penelitian

#### a. Pemahaman Perpajakan

No	Instrumen	Jawab
1	Pajak merupakan sumber pendapatan daerah untuk pembangunan daerah	

	Faham Tidak	
2	<b>Tarif pajak yang dibayarkan sesuai dengan jumlah pendapatan wajib pajak dikalikan dengan persentase tarif pajak</b> Faham Tidak	
3	<b>Jika memiliki usaha online shop pemilik wajib mendaftarkan usaha di Kantor Pelayanan Pajak berdomisili</b> Faham Tidak	

**b. Pemahaman Pajak *E Commerce***

No	Instrumen	Jawab
1	<b>Pajak yang dikenakan bagi <i>online shop</i> sama dengan pajak toko konvensional.</b> Faham Tidak	
2	<b>Pajak penghasilan (PPH) atas UMKM kepada penjual baik melalui e-commerce ataupun toko retail, tarifnya 0,5 persen dari penghasilan bruto jika penghasilan brutonya belum melebihi Rp 4,8 miliar</b> Faham Tidak	
3	<b>Saya memahami prosedur pembayaran pajak e-commerce</b> Faham Tidak	

**c. Pemahaman NPWP**

No	Instrumen	Jumlah
1	<b>Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) adalah identitas yang harus dimiliki oleh setiap wajib pajak.</b> Faham Tidak	
2	<b>Kewajiban wajib pajak adalah mendaftarkan diri untuk mendapatkan NPWP, menghitung sendiri pajak, mengisi dan melaporkan SPT.</b> Faham Tidak	
3	<b>Batas waktu pelaporan SPT selambat-lambatnya</b>	

	<b>3 bulan setelah tahun akhir pajak</b> Faham Tidak	
--	--	--

**d. Pengetahuan Sanksi Perpajakan**

<b>No</b>	<b>Instrumen</b>	<b>Jawab</b>
1	<b>Sanksi administrasi berupa denda 50% dari pajak yang kurang dibayar, apabila pengisian SPT (Surat Pemberitahuan) dilakukan dengan tidak benar.</b> Faham Tidak	
2	<b>Membayar kekurangan pajak penghasilan sebelum dilakukan pemeriksaan dari aparat pajak adalah hal yang wajar.</b> Faham Tidak	
3	<b>Mengisi SPT sesuai dengan peraturan yang berlaku agar tidak terkena sanksi perpajakan</b> Faham Tidak	