
SISTEM INFORMASI, KEUANGAN, AUDITING DAN PERPAJAKAN

<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/sikap>

PEMAHAMAN PELAKU BISNIS *ONLINE* ATAS ATURAN PERPAJAKAN: SEBUAH *PRELIMINARY STUDY*

Agni Metta Brilyan Lestari
Universitas Kristen Satya Wacana
232015010@student.uksw.edu

Theresia Woro Damayanti
Universitas Kristen Satya Wacana
woro@staff.uksw.edu

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pemahaman wajib pajak pelaku bisnis online shop mengenai peraturan perpajakan yang menjadi tanggungjawabnya. Metode penelitian yang digunakan ialah metode deskriptif. 30 wajib pajak yang berprofesi sebagai pengusaha online shop yang berdomisili di kota Salatiga menjadi responden dalam penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa wajib pajak pelaku bisnis online shop sebagian besar sudah memahami peraturan perpajakan yang menjadi tanggungjawabnya. Manfaat dari penelitian dapat dijadikan alat pertimbangan untuk pemerintah dalam pengambilan kebijakan perpajakan untuk pengusaha online shop, bagi pengusaha online shop sendiri dapat bermanfaat untuk menambah pemahaman dalam hal perpajakan dan untuk masyarakat sebagai perluasan wawasan dalam bidang perpajakan.

Kata kunci: *Pemahaman Peraturan Perpajakan; Online Shop*

KNOWLEGDE OF *ONLINE BUSINESS ACTIVITIES* FOR TAXATION RULES: A *PRELIMINARY STUDY*

Abstract

This study was conducted to find out tax payers of online bussines sector knowlegde about tax regulation. The research method in the study was descriptive. 30 tax payers of online bussines sector domicilied at Salatiga is the respondent of this study. As the conclusion of this study a lot tax payers of online bussines sector already had knowledge about tax regulation. The study can be used by goverment as a decision making about tax regulation for online bussines sector, for online bussinesman and other people it can be used to increase their knowledge about tax regulation.

Keyword: *Understanding The Knowledge Of Tax Regulation; Online Shop*

PENDAHULUAN

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 diperkotaan maupun dipedesaan. Setiap tahun jumlah pengguna internet di Indonesia selalu meningkat, pada tahun 2016 total populasi pengguna digital di Indonesia terdapat 265.4

juta jiwa dimana 132,7 juta pengguna internet dan 130 juta sisanya merupakan pengguna aktif media sosial (Kemp, 2017). Indonesia berada di posisi ke lima sebagai pengguna internet terbanyak dilingkup Asia Tenggara pada tahun 2017 (eMarketer, 2014). Salah satu manfaat dari penggunaan internet adalah untuk melakukan kegiatan bisnis. Kegiatan bisnis melalui internet dapat berbentuk jual beli barang maupun jasa.

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.

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.

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

Penelitian yang dilakukan oleh Hanafie (2016) meneliti mengenai dampak *e-commerce* atas penerimaan pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan menyimpulkan bahwa dampak penerimaan pajak dari transaksi *e-commerce* di Makassar Selatan dinilai baik dikarenakan tingkat kepatuhan dan kesadaran wajib pajak pelaku transaksi *e-commerce* tinggi. Penelitian tentang pengaruh *e-commerce* terhadap jumlah pajak yang disetor dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel interventing yang dilakukan oleh Sitorus & Kopong (2017) menyatakan jika jumlah pajak yang diterima negara dari transaksi *e-commerce* akan meningkat bila wajib pajak menyadari kewajiban perpajakannya dengan cara memahami kewajibannya terlebih dahulu. Penelitian pengaruh penerapan e-SPT terhadap kepatuhan pajak: studi empiris terhadap pengusaha kena pajak di wilayah KPP pratama "X" Jawa Barat I yang dilakukan oleh Lingga (2013) menyatakan jumlah pajak yang diterima akan meningkat bila

tingkat kepatuhan wajib pajak tinggi dengan salah satu faktor yang mendasari kepatuhan perpajakan adalah kepaahaman wajib pajak serta upaya-upaya untuk memahami seluruh ketentuan perundang-undangan menyangkut perpajakan yang berlaku.

Penelitian mengenai pemahaman pajak di Indonesia masih jarang dilakukan tetapi penelitian-penelitian yang dilakukan oleh Hanafie (2016), Sitorus & Kopong (2017) dan Lingga (2013) menyatakan kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* didasarkan pada tingkat pemahamannya terhadap perpajakan. Penelitian mengenai analisis pemahaman peraturan perpajakan bagi pelaku bisnis *online shop* perlu dilakukan secara lebih spesifik. Penelitian ini mengungkap bagaimana pemahaman perpajakan pelaku bisnis *online shop*? Manfaat dari penelitian ini adalah dapat dimanfaatkan sebagai alat pertimbangan KPP Pratama Salatiga dalam merencanakan sosialisasi pajak bagi pelaku bisnis *online shop* agar lebih memahami kebijakan pajak yang menjadi kewajibannya dan untuk masyarakat umum untuk menambah wawasan mengenai hal perpajakan.

TELAAH LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Online Shop

Indonesia mulai mengenal internet pada bulan Mei 1994 dan RADNET merupakan jasa penyedia internet pertama di Indonesia yang muncul pada tahun 1995. Pada tahun 2002 internet mulai dilirik para pengusaha untuk menjalankan bisnis sebagai media menjual produk dan mempromosikan produknya (N. W Sakti, 2007). *Online shop* merupakan salah satu bentuk bisnis dengan menggunakan internet sebagai medianya. Saat ini *online shop* sedang marak di Indonesia, bisnis *online shop* di Indonesia seringkali dilakukan melalui media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, ataupun melalui *marketplace*. *Marketplace* disebut sebagai tempat dimana para penjual dan pembeli bertemu lalu melakukan transaksi secara elektronik (Apriadi & Saputra, 2017). Contoh *marketplace* antara lain bukalapak, tokopedia, *shopee*, *amazon*, gojek, grab dan lain sebagainya.

Melakukan bisnis *online shop* dirasa lebih murah karena tidak memerlukan perizinan seperti toko konvensional, dimana dalam hal perizinan dalam mendirikan toko konvensional memerlukan banyak biaya dan juga sulit. Seseorang lebih tertarik membuka toko *online* karena lebih mudah dalam hal mengatur sumber daya manusia yang dibutuhkan, sehingga tidak memerlukan sumber daya manusia sebanyak toko konvensional (Lomanto & Mangoting, 2013). Dibandingkan dengan transaksi jual beli konvensional, melakukan transaksi jual beli melalui jaringan internet memiliki beberapa keunggulan yaitu mudahnya mengetahui ketersediaan barang atau jasa yang diinginkan, metode pembayaran yang cepat tanpa mengantri layaknya toko konvensional, lebih nyaman dalam memilih produk atau jasa yang diinginkan karena dapat dilakukan dimana saja, dapat melihat total pengeluaran secara langsung (Rao, 2011).

Pajak bagi *Online Shop*

Pada dasarnya pengenaan pajak usaha bagi *online shop* setara dengan pengenaan pajak bagi unit usaha konvensional. Aspek perpajakan didalam transaksi jual beli *online* timbul akibat dari adanya hubungan kerja, penjualan barang dan atau jasa melalui internet, penjualan atau persewaan diinternet (misalnya: nama domain, jasa pembuatan website), royalti, deviden, bunga dan lain sebagainya (Pangesti, 2017).

Dua jenis pajak yang dikenakan untuk perdagangan berbasis internet yaitu PPN dan PPh. Dalam penerapan dua jenis pajak bagi pengusaha *online shop* tersebut terdapat 3 poin penting. Poin pertama menjelaskan bahwa pajak yang dikenakan bagi *online shop* dan toko konvensional sama. Poin kedua, ditujukan untuk *online shop* dengan skala UKM, Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 mengenai pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu dengan tarif pengenaan pajak 1%.

Pada tanggal 1 Juli 2018 Pemerintah telah merubah Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 menjadi Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 dengan tarif 0,5%. Poin ketiga ditujukan untuk *online shop* diluar UKM, *online shop* diluar UKM adalah *online shop* yang memiliki omset diatas Rp. 4.800.000.000,00. *Online shop* diluar UKM akan mengikuti peraturan perundang-undangan dibidang pajak.

Menteri Perdagangan melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 46/M-DAG/PER/2009 menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia terbagi atas 3 sektor yaitu usaha kecil, menengah dan besar. Usaha kecil dan menengah biasa disebut dengan UKM. Perbedaan UKM dan usaha besar terletak pada omset yang didapatkan dari kegiatan bisnis tersebut setiap 1 tahun, bagi usaha yang memiliki omset sampai dengan Rp. 50.000.000.000,00 tergolong sebagai UKM, jika omset usaha melebihi Rp. 50.000.000.000,00 maka usaha tersebut tergolong usaha besar.

Kewajiban perpajakan unit usaha *online shop* dapat dibagi menjadi 2 bentuk usaha, yaitu bentuk badan dan bentuk perorangan (Hardiningsih & Oktaviani, 2013). Subyek pajak dari bentuk perorangan adalah pengusaha yang menjalankan bisnis *online shop* yang bersifat individu, jika *online shop* tersebut berbentuk badan maka subyek pajaknya adalah para pengusaha yang menjalankan dan memiliki bisnis berbentuk CV, PT dan atau memiliki sebuah tempat di dunia maya ataupun di dunia nyata (Makalalag, 2016). Kedua bentuk tersebut memiliki perbedaan dalam melakukan kewajiban perpajakan. Pada dasarnya kedua bentuk usaha tersebut harus memenuhi kewajiban perpajakan dengan mendaftarkan diri guna memperoleh NPWP dan atau NPPKP, lalu menyetorkan dan melaporkan pajak penghasilan dan pajak lainnya dan memungut, menyetor dan melaporkan pajak pertambahan nilai (PPN) jika *online shop* tersebut berdiri sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP).

Menurut Peraturan Pemerintah No. 23 tahun 2018, UKM memiliki kewajiban pajak berupa pajak final dengan tarif 0.5% dari omset pertahun jika omset tidak lebih dari Rp.4.800.000.000,00. Omset usaha diantara Rp.4.800.000.000,00 sampai dengan Rp. 50.000.000.000,00 akan mendapatkan keringan pajak berupa fasilitas jika wajib pajak badan memenuhi syarat, fasilitas yang didapatkan yaitu pengurangan tarif pajak 50% dari tarif tunggal badan yaitu 25% bagi wajib pajak badan yang memenuhi syarat. Dasar dari perhitungan dari PPh 25 adalah penghasilan bersih setiap tahun. *Online shop* dengan omset Rp. 50.000.000.000,00 diatas akan dikenakan PPh badan dengan tarif tunggal 25% sesuai pasal 17 ayat (1) bagian b Undang-Undang No. 36 Tahun 2008.

Kewajiban pajak lain yang dikenakan bagi UKM *online* adalah PPh 21, Pasal 4 ayat 2, PPh 23 dan PPh 26 (Wahjudi & Himawan, 2014). PPh 21 dikenakan atas gaji dari adanya hubungan karyawan. PPh 23 dikenakan untuk wajib pajak dalam negeri yang menerima penghasilan modal, seperti bunga atau deviden. PPh 26 adalah pajak yang kenakan atas penghasilan yang diterima oleh wajib pajak luar negeri namun penghasilan tersebut berasal dari Indonesia. Dan pasal 4 ayat 2 memiliki tarif 1% dari penghasilan-penghasilan tertentu yang bersifat final.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif karena pada penelitian ini peneliti hendak menggambarkan dan menganalisis objek penelitian yaitu pemahaman perpajakan pelaku bisnis *online shop* yang berdomisili di Salatiga sesuai dengan realitas lapangan. Deskriptif sendiri merupakan proses mencari kebenaran melalui implementasi yang tepat (Nasir, 1998). Metode deskriptif merupakan proses pemecahan masalah dengan menggunakan cara tertentu untuk mengetahui situasi atau peristiwa suatu subjek maupun objek berdasarkan keadaan yang tampak sebagaimana mestinya pada waktu penelitian berlangsung (Arikunto S, 2006). Segala informasi yang didapatkan dari lapangan akan disusun kedalam teks dan dapat ditarik kesimpulan.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk melihat pemahaman perpajakan pelaku bisnis *online shop* dengan melihat pemahaman kewajiban perpajakan yang seharusnya ditanggung. Instrumen pada penelitian ini menggunakan kuisisioner yang bersifat tertutup. Kuisisioner ini mencakup pemahaman mengenai kewajiban *online shop* sebagai wajib pajak adalah memiliki NPWP, diketahui secara jelas *online shop* tersebut berdiri atas nama perorangan atau badan, melaporkan serta membayar kewajiban perpajakannya.

Pada penelitian ini omset *online shop* setiap tahunnya akan menjadi penentu kewajiban perpajakan apa saja yang menjadi kewajibannya dan memahami hal-hal umum mengenai pengetahuan perpajakan. Jika omset usaha dalam satu tahun kurang dari Rp. 4.800.000.000,00 maka *online shop* tersebut harus memenuhi kewajiban pajak UMKM (PP 23 tahun 2018). Bagi *online shop* yang memiliki omset diatas Rp. 4.800.000.000,00 maka *online shop* tersebut harus memenuhi kewajiban perpajakan PPh 25 berupa angsuran pajak dan memungut PPN. Bagi wajib pajak yang memiliki NPPKP wajib memungut, melaporkan dan membayarkan PPN atas transaksi yang terjadi dan angsuran setiap bulan berdasarkan PPh 25.

Teknik Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data adalah hal penting dalam sebuah penelitian, data yang diperoleh harus dapat dipertanggungjawabkan, dipercaya, akurat dan terperinci sehingga teknik analisis datapun harus tepat. Teknik pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang dibagikan kepada pengusaha *online* di Salatiga yang sudah menjalankan bisnis perdagangan *online* minimal 1 tahun. Responden diberikan tanggung jawab untuk membaca dan menjawab segala pertanyaan yang tertera pada kuisisioner.

Teknik Analisis Data

Setelah seluruh data yang dibutuhkan melalui kuisisioner dengan instrumen penelitian yang sudah ditentukan terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah data tersebut. Olah data dilakukan dengan menganalisis data secara deskriptif. Menurut Dauhan, Saerang, & Lambey (2015) analisis data deskriptif merupakan metode yang dapat menarik kesimpulan dengan cara menjelaskan suatu keadaan yang akan diteliti oleh peneliti menggunakan penggambaran data yang telah dikumpulkan. Penggambaran data pada penelitian ini akan disajikan dalam bentuk perhitungan tabel sederhana dan *crosstabulation*, lalu ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman para pengusaha *online shop* mengenai peraturan perpajakan yang menjadi tanggungjawab dalam melakukan suatu usaha *online*. Berdasarkan kriteria responden yang sudah ditentukan terdapat 30 responden berdomisili di kota Salatiga.

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Usia Pengusaha, Pendidikan Terakhir, Umur Usaha, dan Bentuk Usaha

	Berjualan <i>online</i>	Berjualan <i>online</i> dan <i>offline</i>	TOTAL
Umur Pengusaha Online Shop			
<40 tahun	2	19	21
>40 tahun	1	8	9
TOTAL	3	27	30
Pendidikan Terakhir Pengusaha Online Shop			
Dibawah S1	5	24	29
Diatas S1		1	1

TOTAL	5	25	30
Umur Usaha Online Shop			
<10 tahun	5	19	24
>10 tahun		6	6
TOTAL	5	25	30
Bentuk Usaha Online Shop			
Perorangan	6	21	27
Badan		3	3
TOTAL	5	25	30
Marketplace atau Sosial Media yang digunakan oleh Online Shop			
Tokopedia	2	4	6
Shopee	2	1	3
OLX		1	1
Bukalapak	2	5	7
Blibli		1	1
Gojek		6	6
Instagram	3	17	20
Website		2	2
Facebook		3	3
TOTAL	9	40	49

Sumber : Data Primer diolah (2019).

Menurut data pada tabel 1 dari total 30 pengusaha *online shop* di kota Salatiga didominasi oleh pengusaha muda dengan rentang umur dibawah 40 tahun, dimana terdapat 3 pengusaha muda yang melakukan bisnisnya secara *online* dan 27 pengusaha menjalankan bisnisnya secara *online* maupun *offline*. Mengenai bentuk usaha, mayoritas *online shop* tersebut merupakan perorangan, terdapat 27 bentuk usaha perorangan dan 3 bentuk usaha badan. Terkait dengan umur usaha, 1 hingga 5 tahun merupakan angka mayoritas untuk usaha *online shop*. Dari segi pendidikan, pengusaha *online shop* mayoritas memiliki pendidikan sampai dengan S1.

Penggunaan sosial media lebih diminati dibandingkan dengan *marketplace*, berdasarkan data diatas para pengusaha lebih condong menggunakan sosial media instagram sebagai media untuk melakukan bisnis perdagangan *online*. Total 20 pengusaha telah memilih instagram sebagainya medianya, 3 diantaranya merupakan pengusaha *online shop* yang hanya melakukan bisnisnya secara *online*. Bukalapak menjadi *marketplace* yang lebih diminati oleh pengusaha, diikuti oleh tokopedia sebagai *marketplace* pilihan para pengusaha *online shop*. Pemerintah hendak melakukan identifikasi untuk seluruh transaksi elektronik, baik yang berdagang disebuah *marketplace* maupun transaksi langsung dengan pembelinya melalui sosial media seperti instagram atau *facebook* (Hayyu, 2018).

Pemahaman Wajib Pajak Pengusaha Bisnis Online Shop Terhadap Pemahaman Peraturan Umum Perpajakan

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 Kementrian 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. Tabel 2 dibawah akan menjelaskan bagaimana pemahaman wajib pajak pengusaha *online shop* mengenai peraturan umum perpajakan.

Tabel 2. Pemahaman Wajib Pajak Pengusaha Bisnis *Online Shop* Terhadap Pemahaman Peraturan Umum Perpajakan

No	Instrumen	Jumlah Responden	Presentase
1	Pajak yang dikenakan bagi <i>online shop</i> sama dengan pajak toko konvensional.		
	Betul	12	40%
	Salah	18	60%
2	Jika memiliki sebuah usaha <i>online shop</i> pemilik wajib mendaftarkan usaha di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) tempat berdomisili		
	Betul	22	73%
	Salah	8	27%
3	Jika sudah terdaftar di kantor pelayanan pajak maka usaha <i>online shop</i> memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)		
	Betul	24	80%
	Salah	6	20%
4	Pengusaha <i>online shop</i> melaporkan kewajiban perpajakan di KPP berdomisili		
	Betul	27	90%
	Salah	3	10%
5	Pengusaha <i>online shop</i> membayarkan kewajiban perpajakan di bank atau kantor pos		
	Betul	23	77%
	Salah	7	23%

Sumber: Data primer diolah (2019).

Dilihat dari tabel 2 di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengusaha *online shop* sudah paham mengenai pengetahuan umum pajak. Hal ini dibuktikan dengan, dari 30 responden 73% diantaranya menyatakan setuju jika memiliki *online shop* maka mereka harus mendaftarkan usahanya di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) tempat berdomisili dan 80% menyatakan memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) jika sudah terdaftar.

Sebesar 60% pengusaha *online shop* tidak mengetahui bahwa pajak usaha yang dikenakan bagi *online shop* dan toko konvensional sama. 40% responden yang paham bahwa tidak ada perbedaan untuk *online shop* dan toko konvensional ini selaras dengan tulisan (Nufansa Wira Sakti, 2018) yang menyatakan pajak bagi transaksi secara konvensional dan transaksi secara elektronik tidak memiliki perbedaan. Selain itu hal tersebut juga dipertegas dengan adanya Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor S-429/PJ.22/1998 24 Desember 1998 tentang Imbauan Kepada Wajib Pajak yang Melakukan Transaksi Melalui *Electronic Commerce* menerangkan bahwa sesungguhnya seluruh transaksi yang berbasis internet, baik dalam hal penyerahan barang maupun jasa tetap memiliki kewajiban perpajakan.

Di Indonesia, pembayaran kewajiban perpajakan dilakukan di bank atau kantor pos tetapi 23% responden tidak memahami hal tersebut dan menganggap pembayaran dilakukan di KPP tempat domisili. Untuk kewajiban pembayaran dan melaporkan pajaknya 90% responden sudah memahaminya. Semakin tinggi pengetahuan mengenai mekanisme pembayaran ini berbanding lurus dengan pemahaman wajib pajak mengenai hal perpajakan (Prawagis, Z, & Mayowan, 2016). Namun, 10% pengusaha *online shop* tidak memahami bila mereka diwajibkan untuk membayar hutang pajak yang ditanggung, hal tersebut menurut Po'oe, Amaliah, & Tuli (2015) disebabkan karena wajib pajak tidak mengetahui apa yang harus dilakukan jika sudah memiliki

NPWP dan merasa tidak ada sosialisasi dari pemerintah sehingga saat terbitnya Surat Ketetapan Pajak (SKP) para pengusaha merasa keberatan.

Pemahaman menjadi hal yang mendasar bagi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Notoatmodjo (2007) mengemukakan 7 faktor yang mempengaruhi pemahaman adalah umur seseorang, minat, pendidikan, pengalaman, budaya yang dianut, informasi dan pekerjaan. Umur wajib pajak memiliki keterkaitan dengan pemahaman wajib pajak, hal tersebut dibuktikan pada tabel 3. Tabel 3 akan menjelaskan hasil pengujian *Chi-Square* yang menunjukkan keterkaitan antara umur wajib pajak dengan pemahaman yang dimiliki.

Tabel 3. Keterkaitan Umur Wajib Pajak Pengusaha *Online Shop* Terhadap Pemahaman Peraturan Umum Perpajakan

	<i>Asymp.sig</i>
Pajak usaha yang dikenakan bagi <i>online shop</i> sama dengan pajak toko konvensional.	0,051
Jika memiliki sebuah usaha <i>online shop</i> pemilik wajib mendaftarkan usaha di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) tempat berdomisili	0,589
Jika sudah terdaftar di kantor pelayanan pajak maka usaha <i>online shop</i> memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	0,426
Pengusaha <i>online shop</i> melaporkan kewajiban perpajakan di KPP berdomisili	0,232
Pengusaha <i>online shop</i> membayar kewajiban perpajakan di bank atau kantor pos	0,300

Sumber: Data primer diolah (2019).

Keterangan: * signifikan pada α 10% .

Hasil dari penelitian pada tabel 3 membuktikan bahwa umur wajib pajak memiliki keterkaitan dengan pemahaman pengusaha *online shop* mengenai pajak yang dikenakan bagi *online shop* sama dengan pajak bagi toko konvensional, hal ini dibuktikan bahwa nilai *asympt.sig* pada pengujian sebesar 0,051 atau lebih kecil dari batas signifikansi pada penelitian ini yaitu sebesar 0,10. Namun, umur wajib pajak tidak memiliki keterkaitan dengan pemahaman bahwa pengusaha *online shop* harus mendaftarkan usaha di KPP tempat berdomisili, memiliki NPWP jika usahanya sudah terdaftar, melaporkan kewajiban perpajakan di KPP tempat berdomisili serta membayar kewajiban perpajakan di bank atau kantor pos. Hal tersebut selaras dengan hasil pengujian pada tabel 3 dimana nilai *asympt.sig* lebih dari 0,10 sebagai batas signifikansi. Dalam pengujian *Chi-Square* tersebut umur wajib pajak pengusaha *online shop* dibagi menjadi 2 klasifikasi yaitu dibawah 40 tahun dan lebih dari 40 tahun.

Pemahaman Wajib Pajak Pengusaha *Online Shop* Terhadap Peraturan Perpajakan UKM

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.

Tabel 4. Pemahaman Wajib Pajak Pengusaha *Online Shop* Terhadap Peraturan Perpajakan UKM

Instrumen	Jumlah Responden	Presentase
1 Pengusaha <i>online shop</i> wajib membayarkan pajak sebesar 0.5% dari omset pertahun jika omset usaha tidak lebih dari Rp. 4.800.000.000/tahun		
Betul	19	70%
Salah	8	30%
2 Pajak UKM termasuk dalam pajak final		
Betul	11	41%
Salah	16	59%
3 Setiap bulan pengusaha <i>online shop</i> perlu membayarkan pajak UKM sebesar 0,5% ke KPP domisili		
Betul	17	63%
Salah	10	37%
4 Dasar dari perhitungan pajak ini adalah omset usaha setiap tahunnya		
Betul	21	78%
Salah	6	22%

Sumber: Data primer diolah (2019).

Data pada tabel 4 menyatakan 27 dari 30 responden merupakan *online shop* dengan skala UKM dan memiliki kewajiban perpajakan dengan tarif 0,5% dari omset usaha. 70% responden memahami bahwa tarif 0,5% dari omset setiap tahun adalah benar dan omset yang dimaksud tidak lebih dari Rp. 4.800.000.000,00. Mekanisme dari pembayaran pajak UKM ini wajib dilakukan setiap bulan sesuai dengan Peraturan Pemerintah nomor 23 Tahun 2018 Pasal 8 ayat 2. Hasil dari pembagian kuesioner menyatakan bahwa 63% responden memahami Peraturan Pemerintah nomor 23 Tahun 2018 Pasal 8 ayat 2 tersebut, dan 27% lainnya tidak memahaminya.

Pajak final yaitu kewajiban perpajakan dimana dasar dari perhitungannya adalah penghasilan kotor tanpa mengurangi seluruh pengeluaran yang dikeluarkan untuk mendapatkan penghasilan (Yusuf, 2016). Peraturan Pemerintah nomor 23 Tahun 2018 Pasal 2 ayat 1 menyatakan bahwa pajak bagi UKM adalah pajak final, selaras dengan 41% pernyataan responden yang menyatakan hal tersebut adalah benar. Dilihat dari pesentase hasil penyebaran kuesioner mengenai pajak final, lebih dari setengah total responden dengan angka presentase 59% tidak memahami apa yang dimaksudkan dengan pajak UKM yang masuk kedalam pajak final.

Umur usaha menjadi salah satu hal yang memiliki keterkaitan dengan pemahaman wajib pajak pengusaha *online shop* mengenai peraturan untuk UKM. Hal tersebut selaras dengan pendapat Syarifudin & Dewinta (2012) yang berpendapat bahwa umur usaha memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, kepatuhan wajib pajak sendiri dipengaruhi oleh pemahaman yang dimiliki wajib pajak. Pada tabel 5 dibawah akan disajikan hasil pengujian *Chi-Square* yang menunjukkan keterkaitan antara umur usaha dan pemahaman wajib pajak pengusaha *online shop* mengenai peraturan perpajakan untuk UKM.

Tabel 5. Keterkaitan Umur Usaha Terhadap Pemahaman Peraturan Perpajakan untuk UKM

	<i>Asymp.sig</i>
Pengusaha <i>online shop</i> wajib membayarkan pajak sebesar 0.5% dari omset pertahun jika omset usaha tidak lebih dari Rp. 4.800.000.000/tahun	0,804
Pajak UKM termasuk dalam pajak final	0,804
Setiap bulan pengusaha <i>online shop</i> perlu membayarkan pajak UKM sebesar 0,5% ke KPP domisili	0,936
Dasar dari perhitungan pajak ini adalah omset usaha setiap tahunnya	0,046

Sumber: Data primer diolah (2019).

Keterangan: * signifikan pada α 10%.

Data pada tabel 5 menyatakan umur usaha *online shop* tidak memiliki keterkaitan dengan pemahaman pengusaha *online shop* bahwa mereka wajib membayarkan pajak sebesar 0.5% dari omset usaha yang tidak lebih dari Rp. 4.800.000.000,00 setiap tahun dan pajak UKM termasuk dalam pajak final dengan *asymp.sig* 0,804; pengusaha berkewajiban membayarkan pajak UKM setiap bulan ke KPP tempat berdomisili dengan *asymp.sig* sebesar 0,936. Pernyataan pada nomor 1, 2 dan 3 menjelaskan bahwa umur usaha tidak memiliki keterkaitan terhadap pemahaman peraturan perpajakan UKM dibuktikan dengan nilai *asymp.sig* lebih dari 0,10. Data pada tabel 5 menyatakan bahwa umur usaha memiliki keterkaitan dengan pemahaman dasar dalam perhitungan pajak UKM adalah omset usaha, nilai *asymp.sig* menunjukkan 0,046 yang tidak melebihi batas signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,10.

Pemahaman Wajib Pajak Pengusaha *Online Shop* Terhadap Peraturan Perpajakan PPN

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak atas konsumsi, dimana pajak tersebut bersifat tidak langsung dan dapat dilimpahkan kepada pihak lain. Pelimpahan tersebut menyebabkan adanya kemungkinan seluruh konsumen menjadi subyek PPN. Dalam bisnis *online*, pengusaha *online shop* yang telah dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) dan memiliki omset diatas Rp. 4.800.000.000,00 memiliki kewajiban perpajak berhubungan dengan PPN, sehingga seluruh konsumen yang bertransaksi dengan PKP wajib dipungut PPN sebesar 10% dari harga perolehan. Pada tabel 6 dibawah ini menjelaskan pemahaman wajib pajak pengusaha *online shop* terhadap peraturan PPN.

Tabel 6. Pemahaman Wajib Pajak Pengusaha *Online Shop* Terhadap Peraturan Perpajakan PPN

	Instrumen	Jumlah Responden	Presentase
1	PPN adalah pajak yang dilimpahkan ke pembeli bukan penjual Betul Salah	3	100%
2	Tarif PPN adalah 10% dari harga jual produk Betul Salah	3	100%
3	Pengusaha <i>online shop</i> wajib memungut, menyeter serta melaporkan PPN Betul Salah	3	100%
4	Faktur pajak merupakan bukti yang digunakan untuk memungut PPN Betul Salah	3	100%

Sumber: Data primer diolah (2019).

Seorang pengusaha *online shop* yang memiliki NPPKP (Nomor Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak) wajib memungut PPN untuk setiap penjualan barang apabila omset dari usaha lebih dari Rp. 4.800.000.000,00. 3 dari 30 responden merupakan usaha berbentuk badan dan menjalankan usaha secara *online* maupun *offline* dan berdiri sebagai Pengusaha Kena Pajak menyatakan bahwa memungut PPN merupakan kewajiban pengusaha *online shop* yang dilimpahkan ke pembeli, selain memungut pengusaha *online shop* juga wajib melaporkan dan menyetorkan PPN ke KPP tempat berdomisili. Seluruh responden memahami bahwa mekanisme perlakuan PPN dialihkan ke pembeli. Data yang didapatkan menyatakan 3 responden yang memiliki bentuk usaha badan sudah memahami sepenuhnya mengenai mekanisme PPN. Menurut Sukardji (2015) Dasar Pengenaan Pajak (DPP) untuk PPN salah satunya adalah seluruh biaya yang ditanggung pembeli atas permintaan pengusaha *online shop* yang dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) untuk mendapatkan barang atau harga jual Barang Kena Pajak (BKP). Selaras dengan pendapat 3 responden yang menyatakan dasar pengenaan PPN bagi konsumennya adalah harga jual barang. Dalam Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 pasal 7 ayat 1 disebutkan bahwa tarif PPN yang dipungut adalah 10%. Faktur pajak digunakan pengusaha *online shop* sebagai bukti pungutan pajak saat menyelesaikan segala menyetorkan dan melaporkan PPN.

Pemahaman Wajib Pajak Pengusaha *Online Shop* Terhadap Peraturan Perpajakan Mengenai PPh 25

Perhitungan Pajak penghasilan dilakukan setiap satu tahun sekali dengan dituangkan ke dalam Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan, sehingga wajib pajak akan mengetahui jumlah PPh terhutang saat tahun pajak berakhir. Mekanisme pembayaran sekaligus setiap tahun tersebut cenderung memberatkan wajib pajak. Oleh karena itu, dibuatlah mekanisme pembayaran dimuka oleh pemerintah dalam bentuk PPh 25 yang bersifat angsuran setiap bulan. Omset usaha setiap tahun menjadi penentu dalam penelitian ini, PPh 25 dikenakan bagi usaha yang memiliki omset diatas Rp. 4.800.000.000,00, sehingga pengusaha *online shop* yang memiliki omset diatas Rp. 4.800.000.000,00 akan dilihat pemahamannya mengenai PPh 25. Tabel 7 dibawah akan menjelaskan pemahamana wajib pajak pengusaha *online shop* terhadap peraturan perpajakan mengenai PPh 25.

Tabel 7. Pemahaman Wajib Pajak Pengusaha *Online Shop* Terhadap Peraturan Perpajakan Mengenai PPh 25

	Instrumen	Betul	Salah
1	PPh 25 adalah angsuran pajak yang dibayarkan setiap bulan		
	Betul	3	67%
	Salah	1	33%
2	Tujuan dari pembayaran PPh 25 adalah untuk meringankan beban pengusaha <i>online shop</i> dalam melunasi PPh terhutang dalam tahun berjalan		
	Betul	3	67%
	Salah	1	33%
3	Angsuran PPh 25 dapat mengurangi jumlah pajak penghasilan yang terhutang		
	Betul	3	67%
	Salah	1	33%

4	Dasar dari perhitungsn PPh 25 adalah penghasilan bersih tahun sebelumnya dikurangi kompensasi pajak bila ada		
	Betul	3	67%
	Salah	1	33%

Sumber: Data primer diolah (2019).

PPh 25 merupakan pajak atas dasar laba bersih dan dibayarkan setiap bulan dengan tujuan untuk meringankan beban pajak dari wajib pajak dalam tahun berjalan sesuai dengan Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008, mengingat pajak terhutang harus dilunasi dalam waktu satu tahun. Pajak yang diangsur setiap bulan merupakan bentuk pelunasan dari pajak terhutang pada tahun berjalan, sehingga angsuran tersebut dapat mengurangi jumlah pajak yang terhutang. Sesuai dengan tabel 7 konsep mengenai PPh 25 tersebut berbanding lurus dengan pemahaman 2 dari 3 responden yang berdiri sebagai bentuk usaha badan.

Pemahaman perpajakan menjadi dasar wajib pajak dalam mematuhi kewajiban perpajakannya. Kepatuhan pajak dipengaruhi oleh pendidikan, peredaran usaha dan umur usaha (Ashari R, 2015). Dalam hal pemahaman wajib pajak pengusaha *online shop*, umur usaha memiliki keterkaitan terhadap pemahaman peraturan perpajakan mengenai PPh 25. Berikut hasil pengujian *Chi-Square* pada tabel 8 mengenai keterkaitan umur usaha dengan pemahaman wajib pajak pengusaha *online shop*.

Tabel 8. Keterkaitan Umur Usaha Terhadap Pemahaman Peraturan Perpajakan Mengenai PPh 25

	<i>Asymp.sig</i>
PPh 25 adalah angsuran pajak yang dibayarkan setiap bulan	0,523
Tujuan dari pembayaran PPh 25 adalah untuk meringankan beban pengusaha <i>online shop</i> dalam melunasi PPh terhutang dalam tahun berjalan	0,025
Angsuran PPh 25 dapat mengurangi jumlah pajak penghasilan yang terhutang	0,523
Dasar dari perhitungsn PPh 25 adalah penghasilan bersih tahun sebelumnya dikurangi kompensasi pajak bila ada	0,523

Sumber: Data primer diolah (2019).

Keterangan: * signifikan pada α 10%.

Selain bentuk usaha, umur usaha juga memiliki keterkaitan dengan pemahaman pengusaha *online shop* mengenai tujuan dari pembayaran PPh 25 yaitu untuk meringankan beban pajak pengusaha dalam tahun berjalan. Selaras dengan hasil pengujian *Chi-Square* pada poin ke dua dalam tabel 8 yang menunjukkan angka *asymp.sig* sebesar 0,025 yang tidak melebihi batas signifikansi yang telah ditentukan. Namun, pemahaman pengusaha *online shop* mengenai PPh 25 yang bersifat angsuran dan dapat mengurangi beban pajak ditahun berjalan serta dasar perhitungan PPh 25 tidak memiliki keterkaitan dengan umur usaha. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian *Chi-Square* yang menunjukkan angka *asymp.sig* untuk masing-masing pernyataan yaitu 0,523 yang melebihi batas signikansi yang sudah ditentukan. Pada pengujian *Chi-Square* tersebut umur usaha diklasifikasikan menjadi umur usaha diatas 10 tahun dan dibawah 10 tahun.

Pembahasan

Pemahaman pengusaha *online shop* dilihat melalui 4 sub-bab, yaitu: 1. Pemahaman mengenai peraturan umum perpajakan, 2. Pemahaman mengenai peraturan pajak bagi UKM, 3. Pemahaman mengenai peraturan perpajakan PPN, 4. Pemahaman mengenai peraturan perpajakan PPh 25. Berdasarkan data penelitian, sebagian besar pengusaha *online* sudah memahami kewajiban perpajakannya. Responden memiliki tingkat pemahaman yang tinggi pada peraturan

perpajakan PPN, hal ini dibuktikan dengan 100% responden paham mengenai peraturan perpajakan PPN. Peraturan perpajakan UKM menjadi peraturan yang memiliki tingkat pemahaman yang paling kecil dibandingkan dengan peraturan lainnya, hal ini dapat dilihat dari 63% responden yang paham terhadap peraturan perpajakan UKM.

Dengan melihat karakteristik responden yang telah ditetapkan, ternyata terdapat keterkaitan antara umur pengusaha *online shop* dengan pemahaman peraturan umum perpajakan, umur usaha dengan pemahaman peraturan perpajakan untuk UKM, umur usaha dengan pemahaman peraturan perpajakan PPh 25.

Umur pengusaha memiliki keterkaitan dengan pemahaman pengusaha tersebut didukung oleh pendapat Notoatmodjo (2007) yang menyatakan umur memiliki pengaruh terhadap pemahaman dan pengetahuan seseorang. Semakin lama seorang pengusaha *online shop* menjalankan usahanya maka akan berhubungan dengan pemahamannya yang semakin meningkat. Hal tersebut selaras dengan pendapat Syarifudin & Dewinta (2012) yang menyatakan lama usaha berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak, dimana kepatuhan didasarkan pada pemahaman wajib pajak. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati & Aprilina (2017) yang berpendapat bahwa umur usaha tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan perpajakan wajib pajak, sehingga disimpulkan bahwa umur pengusaha dan umur usaha tidak memiliki hubungan dengan pemahaman wajib pajak.

Secara keseluruhan, pengusaha *online shop* telah memahami peraturan perpajakan yang menjadi kewajibannya berdasarkan omset usaha. Namun, sebesar 40% pengusaha belum mengetahui jika pajak yang dikenakan bagi usaha *online* memiliki kewajiban perpajakan yang sama dengan toko konvensional. Mengenai peraturan untuk UKM, PPN dan PPh 25 pengusaha *online shop* sudah memahami peraturan perpajakan yang berlaku. Hal tersebut dibuktikan dengan sebesar 72% pengusaha *online shop* sudah memahami peraturan umum perpajakan, 100% pengusaha *online shop* sudah memahami peraturan mengenai PPN, dan 67% pengusaha sudah memahami peraturan mengenai PPh 25. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Hanafie (2016) menyatakan bahwa kepatuhan pajak di KPP Pratama Makassar tinggi didasarkan oleh kesadaran wajib pajak yang memiliki pemahaman yang tinggi akan kewajiban perpajakannya. Penelitian Ekasari & Lodan (2018) yang menyimpulkan bahwa penerimaan pajak tinggi dikarenakan pemahaman wajib pajak yang tinggi.

SIMPULAN

Kesimpulan

Secara umum, pengusaha *online shop* memahami hal-hal umum mengenai perpajakan seperti, mekanisme pajak yang harus mereka lakukan saat memiliki sebuah usaha. Namun, berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terlihat bahwa beberapa pengusaha *online shop* belum memahami bahwa pajak yang dikenakan bagi *online shop* sama dengan pajak untuk toko konvensional. Untuk *online shop* yang berdiri sebagai UKM sebagian besar sudah memahami tanggungjawab pajak yang sebenarnya mereka tanggung. Untuk *online shop* yang berdiri sebagai badan sangat memahami mekanisme dari perlakuan PPN, tapi belum sepenuhnya memahami pajak penghasilan. Umur pengusaha *online shop* memiliki keterkaitan dengan pemahaman pengusaha *online shop* mengenai peraturan umum perpajakan. Umur usaha berkaitan dengan pemahaman pengusaha *online shop* terhadap peraturan pajak mengenai UKM dan PPh 25.

Implikasi

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan tingkat pemahaman peraturan perpajakan pengusaha *online shop* di Salatiga. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan KPP Pratama Salatiga untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak pengusaha bisnis *online shop* dengan cara melakukan sosialisasi bagi usaha-usaha *online* yang masih muda dengan pengusaha

muda sebagai pemilik usaha dengan tujuan untuk memperkuat pemahaman pengusaha *online shop* mengenai pemberlakuan peraturan perpajakan yang seharusnya ditanggung oleh para pengusaha dan menambah wawasan mengenai pajak PPN dan PPh yang ditanggung oleh pengusaha *online shop* bagi masyarakat umum.

Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini hanya sebatas melihat pemahaman wajib pajak pengusaha *online shop* saja, tidak sampai pada melihat tingkat kepatuhan dan kesadaran wajib pajak. Sehingga, diharapkan peneliti mendatang dapat menggali lebih mengenai pemahaman pengusaha *online shop* mengenai peraturan perpajakan dan menilai tingkat kepatuhan dan kesadaran wajib pajak pengusaha *online shop*.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). *E - Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat*. 1(2), 131–136.
- Arikunto S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ashari R. (2015). No Analisis Pengaruh Latar Belakang Pendidikan, Lama Usaha, Peredaran Usaha, dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dan Pengusaha Sewa Kendaraan di Jakarta Timur dan Jakarta Selatan Title. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*.
- Dauhan, M. P., Saerang, D. ., & Lambey, R. (2015). No Title. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- Ekasari, L. D., & Lodan, K. (2018). Analisis Tingkat Pengetahuan Pemahaman Dan Kesadaran Pemilik Usaha Kos Tentang Pajak Kos Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Optima*, 2(2), 32. <https://doi.org/10.33366/opt.v2i2.1167>
- eMarketer. (2014). Internet to Hit 3 Billion Users in 2015. Retrieved from eMarketer website: <http://www.emarketer.com>
- Hanafie, H. (2016). Dampak E-commerce atas Penerimaan Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan. *AKEMEN Jurnal Ilmiah*.
- Hardiningsih, P., & Oktaviani, R. M. (2013). Implentasi Pajak Penghasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus UMKM Wilayah Semarang). *Proceeding Fakultas Ekonomi*.
- Hayyu, P. (2018). Kesetaraan Pajak Bagi Pelapak. *Mediakuangan*, 16.
- Kementerian Keuangan. (2017). Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara 2017. Retrieved from www.kemenkeu.go.id website: <https://www.kemenkeu.go.id/apbn2017>
- Kemp, S. (2017). Digital in 2017: Global Overviewle.
- Lingga, I. S. (2013). Pengaruh Penerapan e-SPT Terhadap Kepatuhan Pajak: Studi Empiris Terhadap Pengusaha Kena Pajak di Wilayah KPP Pratama “X” Jawa Barat I. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 50–60.
- Lomanto, C. N., & Mangoting, Y. (2013). Perlakuan PPN Atas Transaksi E-Commerce. *Tax & Accounting Review*.
- Makalalag, L. (2016). Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha Dalam Transaksi Perdagangan Online (E-Commerce). *Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion*.
- Nasir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Pangesti, R. D. (2017). Menguak Permasalahan Perpajakan E-Commerce di Indonesia dan Solusi Pemecahannya. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 181–201.
- Po'oe, B. S., Amaliah, T. H., & Tuli, H. (2015). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak Orang Pribadi Terhadap Penerapan Self Assesment System Pada KPP Pratama Gorontalo. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 12(1), 17–26.

- Prawagis, F. D., Z, Z. A., & Mayowan, Y. (2016). Pengaruh Pemahaman atas Mekanisme Pembayaran Pajak, Persepsi Tarif Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Pada Wajib Pajak Yang Terdaftar di KPP Pratama Batu). *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 10(1).
- Rachmawati, A., & Aprilina, V. (2017). *Pengaruh Latar Belakang Pendidikan, Usia, Peredaran Usaha, Lama Usaha, dan Pemahaman Pengusaha UMKM terhadap Tingkat Kepatuhan Pemenuhan Kewajiban Perpajakan*. 8(2), 132–152.
- Rao, L. (2011). J.P. Morgan: Global E-Commerce Revenue To Grow By 19 Percent In 2011 To \$680B. Retrieved from <https://techcrunch.com> website: <https://techcrunch.com>
- Sakti, N. W. (2007). E-commerce as a Tax Potential Revenue in Indonesia. *Modern Social Culture Research*.
- Sakti, Nufransa Wira. (2018). Mengatur Perpajakan pada Transaksi Digital. *Media Keuangan*.
- Sari, R. P. (2018). Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha Dalam Transaksi Perdagangan Online (E-commerce). *Akuntabel*, 15(1), 67–72.
- Sitorus, R. R., & Kopong, Y. (2017). Pengaruh E-commerce Terhadap Jumlah Pajak yang Disetor dengan Kepatuhan Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening. *Media Akuntansi Perpajakan*, 40–53.
- Sukardji, U. (2015). *Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Edisi Revisi 2015*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Syarifudin, M., & Dewinta, M. (2012). Pengaruh Presepsi Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Lingkungan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Daerah Istimewa Yogyakarta. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1–9.
- Wahjudi, D., & Himawan, A. (2014). Analisis Pencatatan Pembayaran Pajak Penghasilan pada Usaha Mikro. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 3(2), 177–190.
- Yusuf, M. (2016). Analisis Pengenaan Pajak Penghasilan Final Terhadap Wajib Pajak Tertentu (Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan). *Jurnal Lentera Akuntansi*, 2(1).