

SKRIPSI

PEMAHAMAN PAJAK UMKM OLEH PELAKU BISNIS ONLINE DI MAKASSAR (Studi Kasus Pada Pelaku *E-commerce Fashion*)



OCTHAFIANI REMSA KARAMBE

1910321038

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

PEMAHAMAN PAJAK UMKM OLEH PELAKU BISNIS ONLINE DI MAKASSAR (Studi Kasus Pada Pelaku *E-commerce Fashion*)



Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi S1 Akuntansi

OCTHAFIANI REMSA KARAMBE

1910321038

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

PEMAHAMAN PAJAK UMKM OLEH PELAKU BISNIS ONLINE DI MAKASSAR (Studi Kasus Pada Pelaku *E-commerce Fashion*)

Disusun dan Diajukan
Oleh:

OCTHAFIANI REMSA KARAMBE
1910321038

Telah diperiksa, dan telah diuji
Makassar, 11 September 2023

Pembimbing



Ghaliyah Nimassita Triseptya, S.E., M.Si
NIDN: 0903099101

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar



PRODI AKUNTANSI
Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN: 0925107801

SKRIPSI



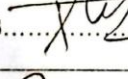
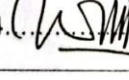
PEMAHAMAN PAJAK UMKM OLEH PELAKU BISNIS ONLINE DI MAKASSAR (Studi Kasus Pada Pelaku *E-commerce Fashion*)

Disusun dan diajukan oleh

OCTHAFIANI REMSA KARAMBE
1910321038

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal, **11 September 2023** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Dewan Penguji

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Ghaliyah Nimassita Triseptya, S.E., M.Si NIDN: 0903099101	Ketua	1. 
2.	Zulkifli, S.ST., M.Si., CDVP NIDN: 0924128904	Anggota	2. 
3.	Teri, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA., CHRO NIDN: 0930068001	Anggota	3. 
4.	Wawan Darmawan, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA NIDN: 0904118302	Eksternal	4. 

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar

UNIVERSITAS FAJAR
DEKAN FAKULTAS
Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0925096902

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar

UNICA
PRODI AKUNTANSI -
Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN. 0925107801

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Octhafiani Remsa Karambe
NIM : 1910321038
Program Studi : S1 Akuntansi

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul "Pemahaman Pajak UMKM Oleh Pelaku Bisnis *Online* Di Makassar" adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat di buktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 11 September 2023

Penulis



Octhafiani Remsa Karambe

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus atas segala berkat, rahmat, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pemahaman Pajak UMKM Oleh Pelaku Bisnis *Online* Di Makassar” sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian program Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial jurusan Akuntansi konsentrasi Akuntansi Manajemen.

Terima kasih penulis sampaikan kepada **Orangtua** dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang, dukungan semangat dan doa yang tiada hentinya untuk keberhasilan penulis. Dan terima kasih kepada ibu **Ghaliyah Nimassita Triseptya, S.E., M.Si** selaku Dosen Pembimbing Skripsi, atas bimbingannya hingga Skripsi ini dapat tersusun dengan baik.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor Universitas Fajar Bapak Dr. Mulyadi Hamid, S.E., M.Si
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial Universitas Fajar Ibu Dr.Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom.
3. Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Fajar Ibu Yasmi, S.E., M.Si., Ak.,CA., CTA., ACPA.
4. Penasihat Akademik penulis Ibu Nurbayani, S.E., M.Si., CTA., ACPA
5. Seluruh dosen serta staff Universitas Fajar.
6. Alm. Papa tercinta saya (Bpk Rias Karambe) yang sudah menjadi support system saya dalam segala hal, dan telah menjadi pendoa yang jauh darisana dalam menyelesaikan penulisan skripsi saya.
7. Mama (Ibu Kornelia Dari) dan kakak, adik tercinta saya yang turut memberikan dukungan dan semangat dalam bentuk doa, materi, dan juga waktu.

8. Terimakasih kepada diri sendiri karena tidak memutuskan untuk berhenti dalam berproses dan sudah berjuang sampai titik ini. *U do ur best!*

9. Teman – teman mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Angkatan 2019

Penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari kekurangan sehingga penulis sadar dalam penyusunan Skripsi ada banyak kekurangan di dalamnya. Maka dari itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan guna membawa wawasan agar dalam pengerjaan penelitian selanjutnya dapat bermanfaat bagi pembaca.

Makassar, 20 Agustus 2023

Penulis

Octhafiani Remsa Karambe

ABSTRAK

PEMAHAMAN PAJAK UMKM OLEH PELAKU BISNIS ONLINE DI MAKASSAR

**OCTHAFIANI REMSA KARAMBE
GHALIYAH NIMASSITA TRISEPTYA**

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pemahaman pelaku bisnis *online shop* mengenai pajak UMKM di kota Makassar. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan sumber data yang diperoleh melalui wawancara dengan responden sebanyak 22 yang merupakan pelaku bisnis *online* di Kota Makassar.

Berasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan pada Pelaku bisnis *online* di Kota Makassar, mayoritas responden belum mengetahui dan memahami terkait adanya pemberlakuan pajak UMKM pada transaksi *e-commerce*. Hal tersebut dikarenakan tidak adanya sosialisasi dari pihak perpajakan mengenai pajak tersebut sehingga para pelaku bisnis *online shop* tersebut tidak paham mengenai adanya pemberlakuan pajak UMKM untuk *online shop*, dan tentunya hal tersebut berdampak pada ketidakpatuhan pihak terkait dalam membayar pajak.

Kata Kunci: Pemahaman Pajak UMKM, Pelaku Bisnis Online

ABSTRACT

UNDERSTANDING UMKM TAXES BY ONLINE BUSINESSES IN MAKASSAR

**OCTHAFIANI REMSA KARAMBE
GHALIYAH NIMASSITA TRISEPTYA**

This research is research conducted with the aim of finding out how online shop business people understand about UMKM taxes in the city of Makassar. The approach used in this research is a descriptive qualitative approach with data sources obtained through interviews with 22 respondents who are online business people in Makassar City.

Based on the results of this research, it can be concluded that among online business actors in Makassar City, the majority of respondents do not know and understand the implementation of UMKM tax on e-commerce transactions. This is because there is no socialization from the tax authorities regarding this tax so that online shop business people do not understand the implementation of the UMKM tax for online shops, and of course this has an impact on the non-compliance of related parties in paying taxes.

Keywords: Understanding UMKM Taxes, Online Businesses

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul	1
Halaman Cover	ii
Lembar Persetujuan	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Manfaat Teoritis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Teori	7
2.1.1 Akuntansi	7
2.1.2 Pajak	7
2.1.3 Fungsi Pajak	8
2.1.4 Sistem Pemungutan	9
2.1.5 Penggolongan Pajak	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	15
2.2.4 PPh Pasal 4(2) / PPh Final.....	19
2.3 Kepatuhan Pajak	21
2.4 Pengertian <i>E-Commerce Marketplace</i>	21
2.4.1 Karakteristik <i>E-Commerce</i>	23
2.4.2 Jenis-Jenis <i>Marketplace</i>	24
2.4.3 Kebijakan Pajak UMKM.....	25
2.4.4 Pengenaan Pajak UMKM	25

2.4.5 Aturan Pajak UMKM <i>Online</i> 2019.....	26
2.4.6 Kewajiban Pengusaha Kena Pajak <i>UMKM Online</i>	26
2.4.7 Indikator <i>Marketplace</i>	27
2.5 Tinjauan Empirik	28
2.6 Kerangka Berfikir	30
2.7 Defenisi Operasional Variabel.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Pendekatan Penelitian	33
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5 Teknik Analisa Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Penelitian	37
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Tinjauan Empirik.....	29

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia internet memunculkan inovasi untuk mengalihkan kegiatan di dunia nyata kedalam dunia internet/digital salah satunya adalah kegiatan ekonomi terutama dalam dunia bisnis. Banyaknya pengguna internet di Indonesia menunjukkan potensi pasar dan munculnya peluang bisnis yakni *online shopping*. Dimana transaksi bisnis saat ini tidak hanya diramaikan secara konvensional, tetapi diramaikan juga oleh transaksi melalui *marketplace*. Perkembangan bisnis *online* di Indonesia beberapa tahun ini mengalami peningkatan yang cukup pesat. Pada saat itu Indonesia termasuk dalam 10 Negara dengan Presentase Penggunaan *e-commerce* tertinggi di dunia.

Adapun bisnise*online* yang sekarang begitu populer dan menjadi tren baru untuk berbelanja dimasa kini bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Perkembangan transaksi online dapat dilihat dari informasi data Bank Indonesia yang telah diolah oleh lokadata (2021) yang mengatakan bahwa peningkatan transaksi *online* tahun 2020 meningkat 23,11% yoy dari 205,5 triliun pada tahun 2019 menjadi 253 triliun ditahun 2020, di tahun 2020 transaksi tertinggi *e-commerce* masih didominasi oleh Shopee sebanyak 37% kemudian diikuti oleh Tokopedia dengan tingkat sebesar 35% (Momentum Works, 2021).

Sebagian besar transaksi *e-commerce* saat ini dilakukan oleh generasi muda berusia 18-35 tahun dengan kontribusi sebanyak 85% dari jumlah total transaksi di *e-commerce* dan itu didominasi oleh produk *fashion* dan kecantikan yang menjadi pilihan utama mereka dengan presentasi mencapai hingga 30% dan 16% (Muazam, 2020).

Pada perkembangan *e-commerce* persaingan penjualan pada bidang *Fashion* sangat diminati oleh masyarakat terutama pada bidang pakaian. Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center (KIC) produk *fashion* dan aksesoriesnya masih menjadi primadona di *e-commerce*, hal ini menunjukkan bahwa daya minat konsumen dalam pembelian produk *fashion* melalui *e-commerce* tergolong sangat tinggi.

Perkembangan transaksi *online* tersebut pasti akan membuka peluang baru untuk perpajakan di Indonesia. Dengan munculnya bisnis tersebut, menciptakan objek pajak penghasilan (pph), yang tidak berbeda dengan transaksi konvensional, sehingga menjadi objek pajak penghasilan. Salah satu contohnya adalah kewajiban untuk mendaftarkan NPWP, melaporkan pajak, membayar pajak, dan melakukan kewajiban lain sesuai dengan peraturan perpajakan. Pendapatan pajak harus meningkat seiring dengan berkembangnya bisnis *online*. Dengan pertumbuhan bisnis *online* yang cepat di Indonesia, pemerintah melihat kesempatan untuk memaksimalkan potensi pajaknya. Maka dari itu, PMK No. 210/PMK.010/2018, Peraturan pemerintah tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*) mewajibkan perusahaan untuk melaporkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) kepada penyedia pasar. Pajak adalah pembayaran wajib kepada negara yang dilakukan oleh individu atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang.” kata Direktorat Jendral Pajak (DJP) Kementerian Keuangan (Idris, 2021). Pajak harus dibayar untuk pembiayaan negara dan pembangunan negara, dan setiap komunitas yang berpenghasilan menurut standar pembayaran pajak harus membayar pajaknya kepada negara. Namun, sangat disayangkan bahwa temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ternyata masih ada beberapa bisnis *online* yang belum membayar pajak dengan baik.

Dengan mahami pentingnya pengetahuan masyarakat terhadap pajak harus diimbangi dengan kesadaran serta pengetahuan untuk membayar kewajiban pajak yang berlaku. Terutama bagi masyarakat yang memiliki status kewarganegaraan Indonesia, mempunyai hak dan kewajiban yang perlu dipenuhi salah satunya adalah membayar pajak, yang apabila tidak dipatuhi maka individu/orang tersebut dapat dikenakan sanksi ataupun hukuman yang berlaku dinegara Indonesia. Namun kejadian di lapangan tidak semuanya akan sesuai dengan yang diharapkan, terlihat dari salah satu bukti wawancara pada penelitian terdahulu yang dimana respon dari salah satu pemilik usaha mengenai kurangnya pengetahuan beliau mengenai pajak UMKM *online* dan salah satu alasannya mengapa tidak melakukan pembayaran pajak tersebut karena belum memiliki NPWP.

Adanya perberlakuan pajak bagi pelaku UMKM dengan sistem *online* ini akan berdampak pada pengajuan modal usaha sebagai syarat pengajuan pinjaman ke bank. Kadang-kadang, persyaratan ini tidak dapat dipenuhi karena pelaku UMKM tidak memiliki NPWP atau tidak terdaftar sebagai wajib pajak. Kondisi ini disebabkan oleh fakta bahwa pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) tidak memahami atau tidak mendapatkan informasi yang memadai tentang perpajakan (Sinambela dkk., 2021). Selain itu, para pelaku UMKM yang menggunakan sistem *online* telah menyadari kewajiban pajak. namun, sikap dan perilaku terkait kepatuhan juga diperlukan untuk melaksanakannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelaku e-commerce memahami pajak yang harus dibayarkan atau tidak jika mereka memahaminya.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu yang pertama, perbedaan lokasi tempat penelitian yang dimana lokasi penelitian ini bertempat dikota Makassar. Kemudian perbedaan dari segi fokus penelitian, pada penelitian sebelumnya tidak ditentukan fokus penelitian namun pada penelitian ini

penulis memilih fokus pada bidang fashion sebagai salah satu kriteria dalam pemilihan sampel pada penelitian ini yang tentu berbeda dari penelitian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis memutuskan untuk melanjutkan penelitian dengan judul “Pemahaman Pajak UMKM Oleh Pelaku Bisnis *Online* Di Makassar”. Adanya ketertarikan dalam mengambil judul ini didasari karena seiring berjalannya waktu bisnis berbasis *online* di Makassar semakin meningkat tiap tahunnya, sehingga penulis ingin mengetahui apakah para pelaku UMKM *online* di Makassar sudah mengetahui tentang adanya pajak yang berlaku bagi UMKM *online* .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah pelaku bisnis *online* di Makassar memahami mengenai peraturan pajak UMKM yang diterapkan di Indonesia?
2. Bagaimana penerapan kebijakan pajak UMKM pada *online* shop di Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah pemahaman tentang peraturan pajak UMKM memberikan pengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak
2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan kebijakan pajak UMKM pada *online* shop di Makassar serta ketepatan waktu bayarnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini menghasilkan data baru yang sekiranya bisa memberi pengetahuan bagi penulis mengenai sistem perpajakan terhadap UMKM *Online* yang masih awam bagi sebagian masyarakat.

2. Bagi Pelaku Bisnis *Online*

Diharapkan sekiranya penelitian ini dapat membantu pelaku Bisnis *Online* untuk melakukan perbaikan dan inovasi di bidang perpajakan terkhusus pajak

3. Bagi Lembaga Perpajakan Negara (DJP)

Diharapkan agar hasil penelitian ini dapat digunakan oleh otoritas pajak Indonesia untuk lebih meningkatkan sosialisasi mengenai pajak penjualan online bagi pelaku usaha Bisnis *Online* di Indonesia. .

1.5 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah data empiris tentang kesadaran pelaku bisnis *online* mengenai pembayaran pajak dan mengapa mereka menghindari mendaftar NPWP atau membayar pajak.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bukti yang objektif mengenai analisis peraturan perpajakan terhadap kegiatan pelaku bisnis *online*, mengenai apakah pelaku bisnis *online* cukup memahami mengenai peraturan pajak UMKM yang ditetapkan di Indonesia, atau masih kurangnya pemahaman mengenai pajak UMKM bagi pelaku usaha bisnis *online*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori

2.1.1 Akuntansi

Menurut para ahli dan lembaga terkait, akuntansi memiliki banyak definisi yang berbeda, tetapi semua memiliki makna dan tujuan yang sama:

Dalam Accounting Bulletin NO. 1 (1953) dalam Yadiati, *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA) menyatakan bahwa akuntansi merupakan proses mengklasifikasikan dan menafsirkan semua transaksi dan peristiwa yang berkaitan dengan keuangan dengan cara yang signifikan.

Menurut Warren dkk (2005:10) dalam Zamzami, faiz dkk (2016:2), Akuntansi didefinisikan sebagai sistem informasi yang menghasilkan laporan kepada pihak-pihak yang berkepentingan tentang kondisi ekonomi dan aktivitas bisnis.

2.1.2 Pajak

Penerimaan pajak merupakan merupakan bentuk keikutsertaan masyarakat dan kepatuhan dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan negara. Pajak dapat didefinisikan sebagai iuran yang dibayarkan oleh rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang, sehingga bersifat memaksa, meskipun mereka tidak menerima manfaat secara langsung darinya. Menurut Soemitro dalam Resmi (2014:1), istilah pajak adalah sebagai berikut:

1. Penerimaan pajak merupakan bentuk partisipasi masyarakat dalam pembiayaan penyelenggaraan negara dan pembangunan negara. Pajak adalah pembayaran yang wajib oleh warga negara ke kas negara, sehingga bersifat wajib dan tidak mendapat imbalan langsung.

2. Pajak merupakan bentuk iuran masyarakat kepada Kas Negara (yang bersifat memaksa) dengan tidak mendapat imbalan (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk keperluan negara.

Dari beberapa definisi mengenai pajak diatas, maka dapat diambil beberapa ciri atau karakteristik dari pajak, yaitu:

1. Pemungutan pajak dilakukan berdasarkan undang-undang atau peraturan eksekutif.
2. Tidak ada imbalan langsung yang diberikan untuk pembayaran pajak.
3. Pajak dapat dipungut oleh negara atau pemerintah daerah dan disebut pajak pusat dan pajak daerah
4. Hasil dari penerimaan pajak digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah, baik belanja rutin maupun belanja pembangunan, dan apabila surplus, sisanya digunakan untuk investasi publik.

2.1.3 Fungsi Pajak

Pajak memiliki beberapa fungsi dalam kehidupan negara dan masyarakat seperti yang dijelaskan dalam buku Waluyo (2011:6), yaitu:

1. Fungsi Anggaran (Budgetair) merupakan fungsi utama pajak dan fungsi fiskal, yaitu pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah sebagai anggaran dalam pembiayaan pembangunan.
2. Fungsi Mangatur (Regularend) Pajak memiliki fungsi pengatur, yaitu digunakan sebagai alat mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah di bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan tertentu di luar bidang keuangan.

Dari penjelasan tentang fungsi pajak, fungsi utamanya adalah sebagai berikut:

- a. Fungsi penerimaan, di mana pajak digunakan sebagai sumber dana untuk membiayai belanja nasional dan pembangunan.

- b. Fungsi mengatur, di mana pajak digunakan sebagai alat untuk menetapkan kebijakan sosial dan ekonomi, seperti menaikkan pajak pada barang mewah.

2.1.4 Sistem Pemungutan

Pajak Sistem Pemungutan pajak dapat dibagi menjadi 3 yaitu:

a. Official Assessment System

Official Assessment System adalah sistem pemungutan pajak yang memberikan kewenangan untuk menentukan besarnya pajak yang harus dibayarkan kepada wajib pajak atau fiskus. Dengan sistem ini, wajib pajak bertindak pasif dan besarnya kewajiban pajak baru diketahui setelah surat ketetapan pajak diterbitkan oleh kantor pajak. Sistem pemungutan pajak ini biasanya digunakan untuk menyelesaikan pajak daerah seperti Pajak Bumi dan Bangunan (PBB). Saat membayar PBB, kantor pajak adalah badan yang setiap tahun menerbitkan surat pajak dengan jumlah utang PBB. Wajib Pajak tidak perlu lagi menghitung pajak, cukup membayar PBB yang didasarkan pada Surat Setoran Pajak Terutang (SPPT) yang diterbitkan oleh KPP.

b. Self Assesment System

Self Assesment System adalah sistem penentuan pajak yang menentukan jumlah pajak mandiri yang harus dibayar wajib pajak yang bersangkutan. Dapat dikatakan bahwa wajib pajak adalah perusahaan yang terlibat aktif dalam penghitungan, pembayaran, dan pelaporan jumlah pajak ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) atau melalui administrasi online yang diselenggarakan oleh pemerintah. Peran pemerintah dalam sistem pemungutan pajak ini adalah untuk mengontrol pembayar pajak. Pada prinsipnya self assessment system digunakan untuk jenis pajak pusat. Misalnya jenis pajak PPN dan PPh. Sistem pemungutan pajak ini diperkenalkan di Indonesia setelah reformasi pajak tahun 1983 dan masih berlaku sampai sekarang. Sistem pemungutan pajak ini memiliki kelemahan: karena wajib pajak memiliki kekuasaan untuk menghitung

jumlah pajak yang harus dibayarkan kepadanya, wajib pajak biasanya berusaha membayar pajak sesedikit mungkin dengan membuat pelaporan palsu atas kekayaan yang dimiliki.

c. *With Holding System*

Dalam sistem pemungutan pajak berdasarkan with holding system, besaran pajak biasanya dihitung oleh pihak ketiga. Mereka bukan wajib pajak, juga bukan petugas pajak/otoritas pajak. Contoh sistem holding adalah pemotongan penghasilan karyawan oleh bendahara instansi atau perusahaan terkait. Dengan cara ini, karyawan tidak perlu lagi pergi ke kantor pajak untuk membayar pajak.

Pajak yang biasa digunakan dalam sistem holding Indonesia adalah Pajak Penghasilan Pasal 21, Pajak Penghasilan Pasal 22, Pajak Penghasilan Pasal 23, Pajak Penghasilan Pasal 4 Final (2) dan Pajak Pertambahan Nilai. Sertifikat pemotongan atau pemungutan sering digunakan sebagai bukti pelunasan pajak dengan menggunakan sistem ini.

Dalam beberapa kasus, seseorang juga dapat menggunakan slip pajak (SSP). Bukti pemotongan ini nantinya akan dilampirkan pada SPT masa PPh/SPT Masa PPN yang bersangkutan.

2.1.5 Penggolongan Pajak

Ada berbagai jenis pajak di Indonesia, maka secara umum menurut Sarah Julysha (2017) ada 3 jenis pajak yang berlaku di Indonesia:

1. Berdasarkan Pihak Yang Menanggung

Menurut klasifikasi pajak berdasarkan pihak yang menanggung, dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Pajak langsung, pajak langsung adalah pajak yang harus dibayar wajib pajak dan tidak dapat dialihkan kepada orang lain. Model perpajakan ini biasanya

melibatkan banyak koleksi di beberapa titik waktu. Contoh pajak langsung: PPh dan PBB.

- b. Pajak tidak langsung: ini adalah undangan yang dapat ditransfer ke pihak lain untuk membayar. Pajak ini hanya berlaku untuk hal-hal atau kejadian tertentu. Contoh pajak tidak langsung termasuk PPN, PPn-BM, materai, dan bea masuk.

2. Berdasarkan sifatnya

Penggolongan pajak berdasarkan sifatnya ini dibagi lagi menjadi 2 jenis, yaitu:

- a. Pajak subjektif Pajak subjektif adalah Perpajakan memperhatikan terlebih dahulu status pribadi wajib pajak (subyek). Setelah kondisi barang diketahui, kondisi objektif diperiksa untuk menentukan muatan mana yang dapat dikenakan pajak atau tidak. Dengan klasifikasi jenis ini, objek pajak tidak dilihat atas dasar kewarganegaraan, tetapi atas dasar tempat tinggal dan tempat tinggal. Contoh: Saat menghitung pajak penghasilan, jumlah tanggungan wajib pajak dapat mengurangi jumlah penghasilan kena pajak.
- b. Pajak objektif, Pajak objektif adalah pajak dipungut pertama kali di wilayah hukum wajib pajak, atau berupa keadaan atau tindakan atau peristiwa yang menimbulkan kewajiban perpajakan. Setelah target pajak diketahui, carilah target pajak yang secara hukum berkaitan dengan target tersebut. 15 contoh: PPN tidak memperhitungkan apakah wajib pajak memiliki tanggungan atau tidak, karena meskipun ada tanggungan tidak dapat dikurangkan dan mengurangi jumlah pajak yang terutang.

3. Berdasarkan pihak yang memungut

Pajak digolongkan berdasarkan pihak yang memungut dapat dibagi menjadi 2, yaitu:

- a. Pajak pusat, Pajak pusat merupakan pajak yang diatur dan dipungut oleh pemerintah pusat, dalam hal ini Kementerian Keuangan, jadi Direktorat Jenderal Pajak.
- b. Pajak daerah, Pajak daerah merupakan pajak yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah baik pada tingkat provinsi maupun kabupaten/kota, dan diatur dengan peraturan daerah.

2.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

2.2.1 Pengertian UMKM

Dalam Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Jenis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, pengertian usaha mikro adalah: "Usaha mikro, yaitu usaha produktif yang dimiliki oleh orang perseorangan atau Badan Usaha milik orang perseorangan menurut Undang-undang ini". Dan memiliki 4 orang karyawan.

Kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki total kekayaan bersih tidak lebih dari Rp. 50.000.000,00 (Lima puluh juta) tanpa tanah dan bangunan yang digunakan untuk bisnis.
- b. Memiliki jumlah penjualan maksimal tiga juta Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) setiap tahun.

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 produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh orang perseorangan atau unit usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai sebagian, baik langsung maupun tidak langsung, oleh perusahaan menengah atau"

besar yang mempekerjakan sampai dengan 5 orang (19 orang) dan memenuhi kriteria UKM yang ditentukan dalam undang-undang ini .”

Kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih tidak kurang dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) hingga Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) maksimal, tidak termasuk tanah dan bangunan yang digunakan untuk usaha
2. Memiliki hasil penjualan tahunan tidak kurang dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) hingga Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) maksimal.

Dalam Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Usaha Menengah berarti:

“Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produksi sendiri yang dijalankan oleh orang perseorangan atau usaha ekonomi yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung sebagian dimiliki atau dikuasai oleh perusahaan kecil atau besar dan yang mempunyai tenaga kerja paling sedikit 10 orang. lebih dari 20 dan kurang dari 99 karyawan dan total aset bersih atau penjualan tahunan mereka akan diatur oleh undang-undang ini.”

Kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) hingga Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah), tanpa memperhitungkan tanah dan bangunan yang digunakan sebagai fasilitas bisnis.
- b. Volume penjualan tahunan mencapai di atas Rp. 2.500.000.000,00 (Dua Miliar Lima Ratus Juta Rupiah) sampai dengan 50.000.000.000,00 (Lima Puluh Miliar Rupiah).

2.2.2 Ciri-ciri UMKM

Sesuai keputusan menteri keuangan 29 Januari 2003 No. 40/KMK.

UMKM dapat diartikan sebagai berikut:

1. Usaha Mikro

Ciri-ciri usaha mikro adalah sebagai berikut:

- a. Jenis barang/komoditas tidak tetap, bisa berubah sewaktu-waktu.
- b. Tempat usaha tidak terbatas dan dapat berubah sewaktu-waktu.
- c. Pengelolaan keuangan sederhana pun tidak dilakukan dengan baik dan keuangan keluarga dan keuangan usaha tidak dipisahkan.
- d. Tingkat pendidikan wirausaha atau sumber daya manusia rata-rata sangat rendah, umumnya hanya setingkat sekolah dasar, dan jiwa wirausaha belum cukup. (Hanum, 2014
- e. Umumnya tidak mengenal perbankan tetapi lebih mengenal rentenir.
nyawa.
- f. Hampir tidak ada izin usaha atau persyaratan hukum lainnya, termasuk NPWP.

2. Usaha kecil

Usaha kecil dmiliki ciri sebagai berikut:

1. Sumber daya manusia relatif maju, dengan latar belakang pendidikan rata-rata SMA dan pengalaman kerja.
2. Akuntansi/pengelolaan keuangan secara umum sudah dilakukan, meskipun masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dari keuangan rumah tangga, dan neraca usaha sudah disusun.
3. Umumnya sudah memiliki izin usaha dan persyaratan hukum lainnya, termasuk NPWP.

4. Kebanyakan mereka pernah kontak dengan bank tetapi gagal membuat business plan, feasibility study dan pengajuan kredit ke bank.

3. Usaha Menengah

Ciri-ciri usaha menengah adalah sebagai berikut:

- a. Pada umumnya, mereka memiliki manajemen dan struktur yang lebih baik, lebih teratur, dan lebih modern, dengan divisi yang jelas untuk keuangan, pemasaran, dan produksi.
- b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi yang konsisten untuk memudahkan audit, penilaian, dan pemeriksaan, termasuk perbankan.
- c. Telah mengatur pengelolaan, seperti jamsostek, pemeliharaan kesehatan, dan lain-lain.
- d. Telah memenuhi semua persyaratan legalitas, seperti izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, dan upaya pengelolaan lingkungan
- e. Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan.
- f. Memiliki Sumber daya manusia umumnya terlatih dan terdidik.

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

Dalam Peraturan Pajak Penghasilan yang diatur dalam undang-undang dengan Peraturan (PP) Nomor 46 Tahun 2013, sekarang diubah menjadi Peraturan 23 Tahun 2018, merupakan kebijakan pemerintah yang mengatur mengenai pajak penghasilan yang diterima atau diperoleh wajib pajak atas penghasilan bruto tertentu. . Perubahan peraturan perpajakan tersebut dikukuhkan dengan Keputusan Pemerintah No. 23 Tahun 2018 pada 8 Juni 2018. Pengesahan PP 23 Tahun 2018 resmi menggantikan dan membatalkan PP 46 Tahun 2013. Perbedaan PP 46 Tahun 2013 dengan PP 23 Tahun 2018 adalah sebagai berikut:

1. PP 46 Tahun 2013 tidak mengizinkan wajib pajak – wajib pajak berikut untuk menggunakan PP 46 2013, yaitu:

- a. Kewajiban pajak individu yang melakukan bisnis perdagangan dan atau jasa dengan menggunakan sarana atau prasarana yang dapat dibongkar pasang, balik, menetap, atau tidak menetap, dan menggunakan sebagian atau seluruh area untuk kepentingan umum yang tidak diperuntukan untuk bisnis atau penjualan
- b. Wajib Pajak orang pribadi yang memperoleh penghasilan melalui jasa yang berhubungan dengan pekerjaan bebas
- c. Wajib Pajak badan yang omzetnya melebihi Rp. 4,8M
- d. Bentuk usaha yang menetap.

2. Berdasarkan PP 23 Tahun 2018, Wajib Pajak yang dibebaskan dari penggunaan tarif PPh final terakhir adalah

- a. Wajib Pajak yang memilih untuk membayar pajak penghasilan sesuai dengan tarif pajak pada ayat (1) Pasal 17 Undang-Undang Pajak Penghasilan. ayat (2a), atau bagian 31E
- b. Perusahaan komanditer atau wajib pajak badan berbentuk badan hukum yang dibentuk oleh wajib pajak orang pribadi dengan keahlian khusus memberikan pelayanan yang sehubungan dengan jasa pekerjaan bebas.
- c. Wajib pajak badan berhak atas keringanan pajak penghasilan berdasarkan Pasal 31A Undang-Undang Pajak Penghasilan atau Undang-Undang Pajak Pemerintah No. 94 Tahun 2010.
- d. Bentuk usaha yang tetap

Dengan demikian maka PP 23 tidak lagi mengecualikan:

1. Orang Kena Pajak yang melakukan kegiatan perdagangan atau jasa dan dalam kegiatannya menggunakan peralatan atau prasarana yang dapat dipindahkan, baik penduduk maupun bukan penduduk, menggunakan

seluruh atau sebagian tempat yang diperuntukkan bagi kepentingan umum dan bukan untuk dipergunakan yang dimaksudkan untuk usaha atau penjualan

2. Wajib Pajak badan hukum yang belum melakukan perdagangan.

Jenis penghasilan yang dibebaskan dari pajak berdasarkan tarif antara PP 46 Tahun 2013 dan PP 23 Tahun 2018 telah ditentukan dan telah diubah sebagian. PP 46 Tahun 2013 menetapkan bahwa penghasilan yang dibebaskan dari pengenaan pajak dengan tarif PPh final adalah penghasilan dari kegiatan ekonomi yang dikenai pajak final karena ketentuan perundang-undangan, serta penghasilan yang bukan dari tarif pajak yang dibayar. atau terutang oleh wajib pajak di luar negeri atas penghasilan yang diperoleh atau diperoleh di luar negeri dapat dikurangkan dari pajak penghasilan yang terutang berdasarkan peraturan pajak penghasilan.

PP 23 Tahun 2018 menetapkan jenis penghasilan yang dikecualikan dari pengenaan pajak dengan tarif pajak penghasilan final adalah:

Penghasilan yang diperoleh atau diperoleh wajib pajak orang pribadi dari pemberian jasa yang berhubungan dengan wirausaha.

- a. Penghasilan yang diperoleh atau diperoleh di luar negeri yang terutang atau dibayar pajaknya di luar negeri.
- b. Penghasilan dikenakan pajak final dalam sistem pajak terpisah.
- c. Pembebasan dari pajak penghasilan.

Terlihat bahwa struktur objek pajak pada PP 23 tahun 2018 lebih jelas dan luas dibandingkan dengan objek pajak penghasilan pada PP 46 tahun 2013.

Pada prinsipnya, hasil perhitungan akhir PPh relatif sama berdasarkan PP 46 tahun 2013 dan PP 23 tahun 2018. Namun mengenai syarat pokok perpajakan menenai makna dan interpretasi berbeda antara PP 46 tahun 2013 dan PP 23

tahun 2018. Menurut PP No. 46 Tahun 2013, dasar pemungutan akhir pajak PPh adalah jumlah penjualan bulanan.

Dalam PP 23 Tahun 2018, dasar pengenaan pajak PPh final juga merupakan penghasilan bruto. Selisih antara PP 46 tahun 2013 dengan PP 23 tahun 2018 adalah jumlah penjualan bruto berdasarkan jumlah penjualan bruto perusahaan, termasuk penjualan bruto cabang untuk wajib pajak badan serta penjualan kotor istri wajib pajak orang pribadi. Penjualan kotor yang diharapkan adalah nilai ganti rugi atau penggantian dalam bentuk uang tunai atau nilai uang yang diterima atau diterima oleh perusahaan sebelum dikurangi potongan penjualan, potongan tunai dan/atau potongan harga sejenis. Penjelasan ini tidak tercantum dalam PP 46 Tahun 2013.

Adapun tarif PPh final PP 46 tahun 2013 direvisi menjadi PPh 23 tahun 2018 yaitu dari tarif PPh final PP 46 tahun 2013 disesuaikan dari 1% dari total peredaran bruto (omzet) menjadi 0,5% dari jumlah peredaran bruto PP 23 pada tahun.

Adapun cara menentukan peredaran bruto adalah sebagai berikut:

1. Peredaran bruto dihitung 1 tahun terakhir sebelum tahun pajak 19 yang bersangkutan.
2. Peredaran bruto yang digunakan sebagai dasar pengenaan pajak adalah imbalan atau nilai pengganti yang diberikan dalam bentuk uang, atau nilai uang yang diterima atau diperoleh dari usaha, sebelum dikurangi potongan penjualan, potongan tunai dan/atau potongan yang serupa.
3. Untuk Wajib Pajak badan, jumlah penjualan merupakan penjumlahan dari peredaran omzet pusat dan omzet cabang
4. Dalam wajib pajak orang perseorangan yang merupakan wajib pajak dari badan hukum dengan inti keluarga, yaitu omzet suami 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:

Final = 0.5% x Peredaran Bruto Bulan Bersangkutan

Pengenaan nilai PPh final sebesar 0,5% memiliki tenggat waktu. Berbeda dengan PP 46 tahun 2013, pedoman baru nilai PPh final sebesar 0,5% memiliki tenggat waktu. pajak 3 tahun untuk wajib pajak badan berupa PT. Setelah batas waktu, WP kembali ke sistem normal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 UU No.36:

1. 7 tahun pajak untuk wajib pajak orang pribadi.
2. Terdapat 4 tahun pajak bagi wajib pajak badan berbentuk koperasi, CV atau korporasi
3. 3 tahun pajak bagi wajib pajak 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(2) / PPh Final

PPh Pasal 4(2) (Pajak Penghasilan Pasal 4(2)) atau disebut juga PPh Final adalah pajak penghasilan yang dikenakan atas jenis penghasilan tertentu yang bersifat final dan tidak dapat dikreditkan terhadap Pajak Penghasilan yang

terutang. Pengurangan akhir yang dimaksud di sini berarti bahwa pajak tersebut hanya dipotong satu kali dalam satu masa pajak, yang didasarkan atas pertimbangan-pertimbangan seperti kemudahan, kemudahan, kepastian, dan ketepatan waktu pemungutan pajak. Pasal 4(2) PPh ditujukan untuk jenis penghasilan/penghasilan tertentu dan berupa:

1. Penjualan kotor perseroan kurang dari Rp 4,8 miliar dalam satu tahun masa pajak.
2. Bunga deposito dan simpanan lainnya, bunga obligasi dan obligasi negara, bunga simpanan yang dibayarkan oleh koperasi kepada anggotanya masing-masing.
3. Hadiah berupa undian.
4. Transaksi saham dan sekuritas lainnya, derivatif saham dan transaksi yang melibatkan penjualan saham atau kontribusi modal ekuitas perusahaan modal ventura.
5. Transaksi pengalihan harta berupa tanah dan bangunan, pekerjaan konstruksi, jual beli real estate dan sewa tanah dan bangunan..
6. Penghasilan tertentu lainnya yang ditetapkan atau diatur dengan peraturan pemerintah.

Bila pajak penghasilan menurut pasal 4 pasal 2 berlaku untuk transaksi antara perseroan dengan orang perseorangan. Apabila perseroan bertindak sebagai penerima penghasilan, perseroan sendirilah yang bertanggung jawab atas pembayaran pajak ini. Namun, dalam transaksi antara dua perusahaan, wajib pajak yang memungut dan menyetorkan pajak, dan bukan penerima penghasilan.

Tarif PPh Pasal 4 Ayat 2 ini berbeda-beda untuk setiap jenis penghasilannya. Misalnya, untuk usaha mikro kecil dan menengah, wiraswasta atau bisnis online dengan omzet kurang dari Rp4,8 miliar dalam satu tahun pajak, tarif pajaknya adalah 0,5% dari total penjualan dalam sebulan.

Ada dua cara atau mekanisme pembayaran pajak penghasilan final, yaitu:

1. Mekanisme pemotongan, penyewa akan memotong pajak penghasilan sebesar 10% dari sewa yang dibayarkan. Dalam mekanisme ini, penyewa adalah pihak-pihak yang memotong pajak, yaitu badan pemerintah, wajib pajak badan dalam negeri, penyelenggara acara, bentuk usaha tetap, perusahaan patungan, perwakilan perusahaan asing lainnya, dan orang pribadi yang ditunjuk oleh Direktorat Jenderal Pajak..
2. Mekanisme pembayaran sendiri adalah mekanisme dimana pemilik tanah/bangunan membayar sendiri pajak final sebesar 10% dari biaya sewa. Dalam mekanisme ini penyewa bukanlah pihak tersebut di atas, sehingga pemilik tanah/bangunan harus membayar sendiri pajak akhirnya.

2.3 Kepatuhan Pajak

Menurut Nugrahanto dan Asqolani (2020), kepatuhan wajib pajak didefinisikan sebagai tindakan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan undang-undang yang berlaku di suatu negara. Sementara itu, definisi lain menurut Sulistiyono (2012, dikutip dalam Maheswari, 2021) menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak adalah suatu kondisi dimana wajib pajak bersedia bertindak dengan sadar dan tanpa paksaan untuk memastikan bahwa perilakunya sesuai dengan harapan. Oleh karena itu, kesimpulan dari kedua pengertian tersebut adalah berarti tindakan wajib pajak yang dengan sengaja secara sadar dan tanpa paksaan memenuhi kewajiban perpajakannya berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2.4 Pengertian *E-Commerce Marketplace*

E-commerce adalah proses hubungan bisnis ke bisnis yang ditujukan untuk memfasilitasi pembelian atau penjualan antar perusahaan-perusahaan, yang terkadang menggunakan kartu kredit secara online, transfer uang atau cash on

delivery atau COD ketika alamat konsumen berada di kota yang sama dengan penjual. Sebagian orang berfikir bahwa *e-commerce* berarti belanja online, melakukan pembelian, atau membeli barang melalui internet. Transaksi online hanyalah sebagian kecil dari tujuan *e-commerce*. Karena sebagian besar fungsi dari *e-commerce* itu sendiri adalah sarana untuk berbisnis.

Electronic Commerce (*e-commerce*) adalah proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, layanan, dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* adalah bagian dari *e-business* dimana cakupan *e-commerce* lebih luas dan mencakup tidak hanya perdagangan tetapi juga kerja sama dengan mitra bisnis, layanan pelanggan, tawaran pekerjaan, dll. Selain teknologi web, *e-commerce* membutuhkan data database atau teknologi basis data, surat elektronik atau surat elektronik (email), dan bentuk teknologi non komputer lainnya seperti sistem pengiriman barang dan alat pembayaran untuk *e-commerce* tersebut. perdagangan.

Menurut para ahli, Turbans and Friends mengartikan *e-commerce* sebagai proses jual beli atau pertukaran produk, jasa atau informasi melalui komputer. Pada saat yang sama, Laudon mendefinisikan *e-commerce* sebagai transaksi komersial yang dilakukan melalui Internet atau jaringan, atau transaksi komersial yang dilakukan dengan cara digital, antara organisasi dan organisasi, atau dengan individu, atau antara individu itu sendiri. Berdasarkan dua definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah kegiatan jual beli atau pertukaran barang, yang dilakukan secara tidak langsung atau tidak langsung, tetapi dimanfaatkan melalui internet atau sarana digital lainnya.

Menurut Kotler & Armstrong, *e-commerce* adalah saluran online yang dapat diakses seseorang melalui perangkat elektronik seperti komputer atau ponsel, yang digunakan oleh penjual untuk menjalankan bisnisnya dan oleh konsumen untuk memperoleh informasi tentang layanan online, yang mereka

gunakan dalam demikian, mulai memberikan layanan informasi bagi konsumen untuk membuat pilihan. Sedangkan menurut Jony Wong, e-commerce adalah proses pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti radio, televisi, jaringan komputer atau internet.

Dari teori diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa e-commerce secara umum dapat diartikan sebagai transaksi jual beli secara elektronik melalui media online. Selain itu, e-commerce juga dapat dipahami sebagai suatu proses komersial dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan publik dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, jasa, dan informasi secara elektronik adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer.

2.4.1 Karakteristik *E-Commerce*

Berbeda dengan perdagangan biasa, *e-commerce* memiliki beberapa karakteristik, Adapun karakteristik *e-commerce* menurut (Rerung, 2018) adalah:

- a. Transaksi Tanpa Batas. Transaksi tanpa batas berarti perdagangan yang dilakukan melalui *e-commerce* tidak terhambat oleh korporasi dan dapat mencakup semua aspek bisnis, mulai dari usaha kecil hingga perusahaan besar. Perdagangan melalui *e-commerce* juga tidak terhalang oleh batas negara, semua orang bebas berbelanja online menggunakan internet baik didalam maupun di luar Indonesia
- b. Transkasi Anonim. Transaksi anonim adalah transaksi yang terjadi tanpa tatap muka atau tatap muka antara penjual dan pembeli. Selain itu, pembeli tidak memerlukan identitas asli selama pembayaran diotorisasi.

- c. Produk Digital Dan Non Digital Dengan menggunakan *E-Commerce* akan menawarkan beragam produk mulai dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan sekunder.
- d. Barang Tidak Berwujud Semua jenis barang seperti data, software atau ide lainnya juga dijual secara online atau di internet.

2.4.2 Jenis-Jenis *E-commerce*

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

1. **Bisnis ke Bisnis (B2B)**
Situs web tersebut merupakan transaksi elektronik yang dilakukan antara satu perusahaan dan perusahaan lainnya.
2. **Bisnis ke Konsumen (B2C)**
Situs web ini adalah kebalikan dari B2B. dimana transaksi jenis situs web ini dilakukan melalui transaksi online antara produsen dengan perusahaan atau konsumen akhir.
3. **Konsumen ke Konsumen (C2C)**
Situs web ini menawarkan model bisnis yang melibatkan transaksi antarkonsumen, dimana kedua pihak tidak bertemu langsung namun hanya melalui platform online.
4. **Konsumen ke Bisnis (C2B)**
Situs web ini adalah kebalikan dari C2C. dimana transaksi di situs web ini melibatkan transaksi dari konsumen ke perusahaan.
5. **Bisnis ke Administrasi (B2A)**
Situs web ini mencakup aktivitas transaksi online yang terjadi antara perusahaan dan administrasi publik.
6. **Konsumen ke Administrasi (C2A)**

Situs web ini memiliki model bisnis yang sama dengan B2A. dimana transaksi C2A melibatkan transaksi antara konsumen individu dengan administrasi publik.

2.4.3 Kebijakan Pajak UMKM *Online*

Transaksi jual beli *online* atau yang dikenal dengan transaksi melalui *e-commerce* telah tumbuh berkembang pesat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Peluang besar dan keuntungan yang cukup besar pada bisnis ini membuat banyak pengusaha baik dalam dan luar negeri memasuki industri perdagangan ini dengan membuka toko online di marketplace. Disisi lain, seluruh pendapatan yang diperoleh dari transaksi *e-commerce* jugadikenakan pajak *e-commerce*.

2.4.4 Pengenaan Pajak UMKM *Online*

Bagi pelaku usaha berskala kecil dan baru memulai, perlu diberikan sosialisasi tentang pemungutan pajak bisnis online di Makassar. Hal ini dikarenakan aturan perpajakan *e-commerce* mengenai pemotongan atau pemungutan PPh atas transaksi *e-commerce* sebagaimana diatur Dirjen dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-06/PJ/2015 masih relatif baru di Indonesia. Oleh karena itu, pelaku bisnis online harus memahami dan memenuhi kewajiban perpajakan yang tertuang dalam peraturan ini. Namun, bagaimana dengan perlakuan pajak jika toko *online* tidak berbasis *e-commerce*? Apakah sama dengan yang dikenakan atas transaksi melalui *marketplace*?

Apabila dilihat dari aspek perpajakan, pengenaan pajak atas transaksi online akan memberikan dampak positif dengan meningkatkan kredibilitas toko online tersebut. Artinya, tidak ada penipuan terhadap konsumen. Tidak ada aturan resmi untuk memajaki situss media sosial asing ini. Pada prinsipnya, pengenaan

pajak tersebut sama dengan yang dikenakan atas transaksi di *marketplace* dan harus dibayar oleh merchant dan pemilik bisnis *online*.

2.4.5 Aturan Pajak UMKM 2019

Dirjen Pajak Kementerian Keuangan RI telah menerbitkan peraturan khusus perpajakan bagi pengusaha *online*. Aturan yang tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan PMK.010/2018 itu dijadwalkan mulai berlaku pada 1 April 2019. Dalam peraturan perpajakan mengenai pemberlakuan perpajakan atas transaksi penjualan yang dilakukan melalui marketplace, pemilik marketplace wajib memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan diakui sebagai Pengusaha Kena Pajak. Aturan tersebut direncanakan secara efektif berlaku pada 1 April 2019. Dalam peraturan perpajakan terkait Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*) ini, penyelenggara platform marketplace wajib memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan diakui sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Kewajiban pengukuhan sebagai Pengusaha Kena Pajak juga diberlakukan kepada penyedia platform marketplace meskipun memenuhi kriteria sebagai pengusaha kecil.

2.4.6 Kewajiban Pengusaha Kena Pajak UMKM

Menurut Peraturan Perpajakan UMKM 2019, pedagang PKP atau penyedia jasa PKP yang bersangkutan menyediakan Barang Kena Pajak (BKP) atau Jasa Kena Pajak (JKP) secara elektronik melalui penyedia platform marketplace wajib memungut, menyetor, dan wajib melaporkan:

- a. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang Terutang. Tarif pajak adalah sebesar 10% dari nilai transaksi penyerahan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak (JKP)
- b. PPN dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah. Aturan yang mengatur mengenai pajak tersebut mengikuti tarif dan tata cara penyetoran dan

pelaporan menurut undang-undang. Peraturan perpajakan E-commerce 2019 juga menegaskan bahwa pedagang PKP dan penyedia jasa PKP harus melaporkan kewajiban pajaknya berdasarkan SPTMasa PPN saat mengajukan BKP atau JKP melalui penyedia platform marketplace untuk setiap masa pajak.

2.4.7 Indikator *Marketplace*

Pelaku transaksi *online* dapat mempercepat dan meningkatkan daya minat beli konsumen untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan harga tertentu.

Menurut (Abdi, 2022) adapun indikator yang dinyatakan dalam *Marketplace* adalah

a. Kualitas Sistem

indikator yang disediakan dalam *marketplace* serta ukuran kualitas sistem sistem *online* terkait internet dalam hal kegunaan, aksesibilitas, kepentingan, kemampuan beradaptasi, dan waktu respon

b. Kualitas atau keakuratan informasi

Kualitas atau keakuratan informasi saat melihat konten dari *marketplace* dan konten tersebut dipersonalisasi, dapat dipahami, relevan, dan aman ketika pembeli melakukan transaksi..

c. Kualitas atau mutu layanan

Dukungan penuh untuk melakukan layanan terlepas dari penyedia layanan internet

d. Tingkat Pemanfaatan

Diukur dari kunjungan ke website untuk mendapatkan informasi dan melakukan transaksi

e. Kepuasan Pengguna

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

f. Manfaat

Sangat diperlukan bagi penjual untuk menilai baik buruknya dari pelayanan yang telah diberikan dan apakah ada dampak positif atau negative dari *marketplace* yang telah dimanfaatkan oleh konsumen, pemasok, karyawan, organisasi, pasar, dan industry.

Indikator yang dinyatakan dalam *marketplace* adalah (Annisa, 2021)

1. Efisiensi Biaya Pengeluaran

Merupakan strategi yang diatur oleh perusahaan dengan meminimalkan biaya pengeluaran.

2. Reputasi

Konsumen dapat menggunakan reputasi untuk menilai *marketplace* apabila tidak ada informasi rinci yang berhubungan dengan *marketplace*. Apabila tidak ada informasi yang terkait dengan *marketplace* secara terperinci, konsumen mungkin akan menggunakan reputasi, untuk menilai sebuah *marketplace*.

3. Kemudahan dalam berbisnis online

Keinginan bertransaksi dengan menggunakan *e-commerce* merupakan ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, dalam hal ini bertransaksi melalui *marketplace*, dalam artian bertransaksi online atau belanja *online*.

2.5 Tinjauan Empirik

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

Table 2.1 Tinjauan Empirik

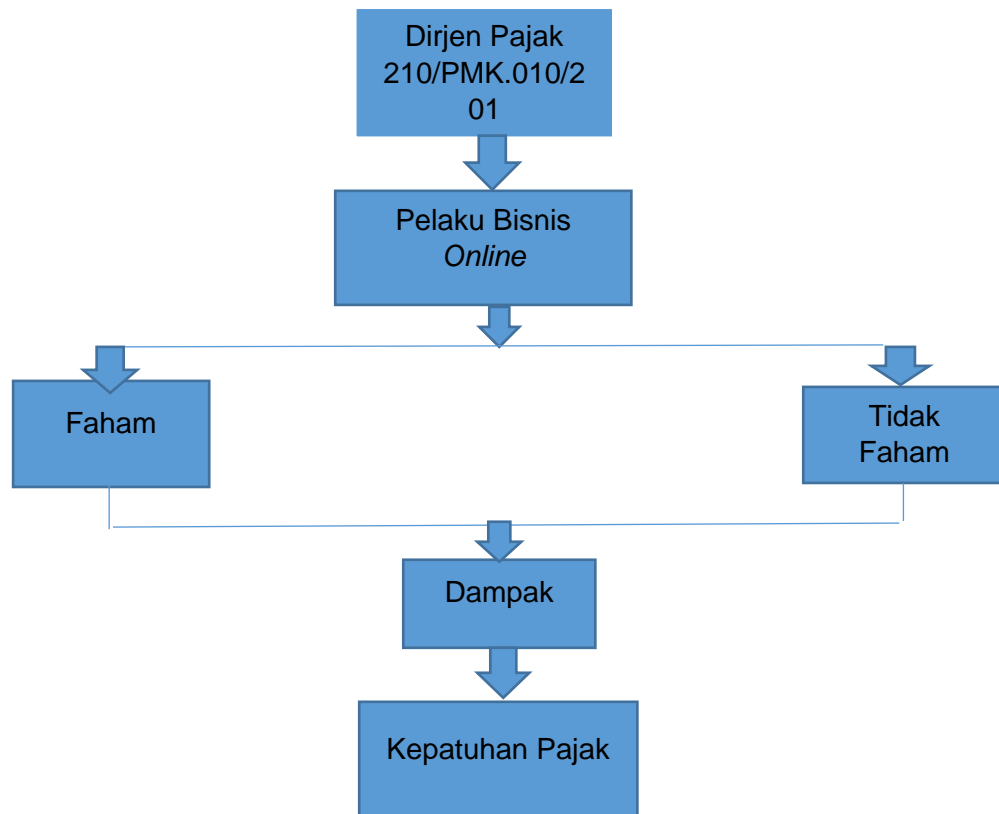
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sari (2018)	Analisis Terhadap Penerapan Pajak Transaksi <i>E-commerce</i>	Adapun hasil penelitian yaitu Pedagang yang berjualan secara konvensional atau melalui <i>e-commerce</i> sama-sama telah melaksanakan kewajiban perpajakan, tidak ada perbedaan tarif pajak yang dikenakan atas transaksi secara konvensional. Dalam penerapan pajak atas transaksi <i>e-commerce</i> memiliki faktor pendukung yaitu kemudahan sistem jual beli barang atau jasa pada toko online dibandingkan sistem jual beli pada toko konvensional.
2	Antariksa (2020)	Analisis Tingkat Kepatuhan Pajak Atas Kegiatan Transaksi Online Shop (<i>E-Commerce</i>) Di Jawa Timur	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran memiliki dampak yang signifikan terhadap kewajiban pengajuan pajak mereka. Maka penting juga untuk ditekankan bahwa pajak bukanlah hal yang sulit untuk dihitung dan dilaporkan yang paling sulit
3	Anggia Yustika Sari (2019)	Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi <i>E-Commerce</i>	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pesatnya perkembangan <i>e-commerce</i> berdampak pada <i>e-commerce</i> pajak

4	Andi Tenri Ajeng (2010)	Tinjauan Hukum Perjanjian Jual Beli Melalui <i>E- Commerce</i>	Tinjauan tentang UU yang mengatur transaksi melalui <i>e- commerce</i>
5	Nadia Muljadi	Pemahaman Pemilik <i>E- commerce</i> Bandung Terhadap Peraturan Pajak Transaksi <i>E- commerce</i> Tingkat Kepatuhan Pajak Transaksi <i>E- commerce</i>	Belum semua pemilik taat pajak dalam transaksi <i>e-commerce</i>

2.6 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir penelitian ini didasarkan pada teori dan hipotesis penelitian sebelumnya. Proses penulisan penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari penelitian kepustakaan dan merupakan suatu penelitian yang menyelidiki, mengkaji dan menganalisis data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder dan tersier. .

Pemerintah melalui Dirjen Pajak dalam Keputusan No. 210/PMK.010/2018 yang mengukuhkan peraturan perpajakan untuk *e-commerce* menyatakan bahwa "Penyelenggara *marketplace* dianggap sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenakan pajak final." Penghasilan kena pajak dikenakan tarif pajak yang dihitung sebagai penjualan kotor dikurangi penghasilan yang dihasilkan, dikumpulkan dan ditahan dan penghasilan wajib pajak orang pribadi yang darinya penghasilan bebas pajak telah dikurangkan. Kerangka berpikir digambarkan pada gambar di bawah ini :



2.7 Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada variabel yang memberinya arti sehingga dapat memberikan gambaran bagaimana variabel tersebut dapat diukur.

Adapun defenisi operasional variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pajak

Pajak merupakan kontribusi wajib masyarakat kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang yang berlaku di Indonesia

2. *Marketplace*

Marketplace merupakan sebuah platform dalam segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif dilaksanakan dengan menguraikan data-data yang diperoleh secara deskriptif dengan penggunaan pendekatan penelitian fenomenologi. Penelitian kualitatif, menurut Moleong (2005), mengacu pada penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang berkaitan dengan hal-hal yang dialami oleh subjek melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks alam yang khusus, dengan menggunakan berbagai metode ilmiah. Penelitian ini akan berfokus untuk melihat sejauh mana pemahaman pajak UMKM pada online shop di Makassar khususnya pada bidang *fashion*.

3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada Pemilik Bisnis *Online* yang ada di Kota Makassar yang telah beroperasi minimal 1 tahun dan memiliki omzet tidak lebih dari 4,8M dalam satu tahun pajak. Adapun pemilihan lokasi ini didasari karena penjualan online shop cukup menggiurkan dan sudah seharusnya para pelaku bisnis online shop ini memenuhi kewajiban pajak UMKM. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan Agustus 2023.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sekaran, 2017) populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki oleh seorang peneliti. Berdasarkan pengertian tersebut maka penulis menentukan populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Pengusaha bisnis online dikota Makassar.

Dalam penelitian ini subyek adalah UMKM di kota Makassar yang berbasis online dibidang *fashion*.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari objek, orang atau peristiwa yang mewakili populasi, artinya sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili karakteristik populasi yang diambil untuk tujuan penelitian. Pengambilan sampel yang tepat merupakan salah satu teknik dalam penelitian, karena sampel yang kurang tepat atau kurang representatif dapat menyebabkan penelitian menghasilkan kesimpulan yang tidak akurat.

Adapun jumlah sampel untuk penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *Convenience Sampling*. Pemilihan teknik *Convenience Sampling* ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dari responden yang tersedia dan yang mudah diakses untuk menjadi bagian dari sampel yang dengan setuju mau memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penulis. Adapun kriteria sampel yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha yang memiliki bisnis di bidang online shop atau berbasis digital
2. Pelaku bisnis online yang telah beroperasi selama minimal 1 tahun.
3. Memiliki bisnis yang berfokus di bidang *Fashion* (Clothing)
4. Susah memenuhi syarat untuk ditetapkan sebagai wajib pajak
5. Pengusaha online shop yang memiliki peredaran bruto tidak lebih dari Rp.4.800.000.000,00 dalam satu tahun pajak.

Berdasarkan kriteria diatas maka peneliti menentukan jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 22 informan pengusaha online *fashion* di Makassar. Pemilihan tersebut tentunya berdasarkan kriteria yang telah ditentukan serta pihak-pihak yang digolongkan sebagai key informan (Orang yang kompeten), atau pihak-pihak yang terkait dalam proses implementasi pajak *e-commerce* yang sengaja dipilih oleh peneliti.

Peneliti melakukan wawancara berdasarkan 3 kriteria informan ideal menurut Neuman (2007), yaitu

1. Informan terlibat langsung dalam masalah yang sedang diteliti
2. Informan familiar dengan peristiwa yang terkait dalam isu yang dibahas
3. Informan memiliki waktu untuk dilakukan wawancara dengan peneliti

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berhubungan dengan opini, saran serta deskripsi hasil penelitian. Dalam mengumpulkan data yang diperlukan, maka dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan teknik:

Wawancara

Wawancara penelitian ini dilakukan dengan menggalih informasi yang relevan melalui tanya jawab langsung dengan pihak yang bersangkutan. Wawancara dilakukan mengikuti pedoman wawancara yang telah disiapkan oleh penulis, dan wawancara akan dilakukan terhadap pihak pengusaha online khususnya pada bidang *fashion* online di Makassar. Hal ini dilakukan untuk memahami bagaimana pengusaha online memahami mengenai adanya pemberlakuan pajak UMKM.

Untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan adapun pertanyaan-pertanyaan wawancara yang akan diajukan kepada para pemilik usaha bisnis *fashion online* di *marketplace* sebagai berikut :

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Pemahaman pajak UMKM
 - a. Apakah anda paham mengenai UMKM?
 - b. Apakah anda sudah mengetahui tentang adanya pemberlakuan pajak terhadap transaksi UMKM?
 - c. Apakah sebelumnya sudah ada sosialisasi tentang pajak UMKM dari dinas pajak?

2. Pemberlakuan pajak terhadap transaksi *online*

- a Apakah Pajak yang dikenakan bagi *online shop* sama dengan pajak toko konvensional?
- b Apakah anda tahu bahwa membayar pajak itu wajib dan sanksi yang diberikan jika tidak membayar pajak?
- c Apakah anda tahu tahap dalam melakukan pembayaran pajak UMKM?
- d Bagaimana sistem pelaksanaan pajak terhadap transaksi *online* ?
- e Bagaimana kendala yang dihadapi dalam dalam penerapan pajak terhadap transaksi *online* ?
- f Adakah saran untuk perpajakan Indonesia terutama di bidang pajak UMKM?

2.5 Teknik Analisa Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Teknik analisis penelitian deskriptif adalah menyajikan konsep teoritis dan gambaran umum mengenai objek penelitian. Analisis data dilakukan secara manual oleh penulis, dan penulis akan mendeskripsikan mengenai Pemahaman Pajak UMKM Oleh Pelaku Bisnis Online di Makassar sesuai apa yang didengar penulis pada saat penulis melakukan wawancara dan apa yang dilihat saat kegiatan observasi tanpa melebihhkan ataupun mengurangi.

Adapun tahapan dalam melakukan analisis data yaitu:

1. Mengidentifikasi responden penelitian yang akan diwawancara
2. Melakukan survey
3. Mewawancarai Responden
4. Menganalisis data penelitian
5. Mendeskripsikan hasil penelitian
6. Menentukan kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambaran Umum Transaksi *Online* melalui *e-commerce* di Makassar yang dimana sebagian masyarakatnya melakukan transaksi jual beli secara online melalui marketplace. Pelaku bisnis online di Makassar merupakan pengusaha muda yang berasal dari kalangan masyarakat yang memanfaatkan peluang bisnis melalui platform marketplace/e-commerce.

Adapun pebisnis *online* di Makassar sudah sangat banyak namun mayoritas pebisnis *online* tersebut belum mengetahui adanya pemberlakuan pajak atas transaksi *online*. Selain itu, mayoritas pebisnis *online* di Makassar belum mendaftarkan usaha yang mereka miliki sehingga belum memiliki NPWP dan surat izin usaha sedangkan Direktorat Jenderal Pajak telah menegaskan adanya pemberlakuan pajak atas transaksi *online* dengan menerbitkan Surat Edaran yakni SE-62/PJ/2013 dan SE-06/PJ/2015.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti di bulan Agustus dengan responden sebanyak 22 orang yang merupakan pelaku bisnis *online* di Makassar, diperoleh informasi bahwa sebagian besar pemilik bisnis *online* di Makassar belum mengetahui adanya pemberlakuan pajak UMKM untuk *online shop* di Makassar. Pelaku bisnis *online* di Makassar masih sangat awam dan tidak mengenal adanya pajak UMKM yang berlaku, demikian pula sebagian besar pelaku bisnis *online* tersebut belum mendaftarkan usaha mereka sehingga belum memiliki NPWP.

4.1.2 Daftar Data Dan Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada pemilik bisnis *oline shop* domisili Makassar sebanyak 22 Responden. Adapun daftar data dan karakteristik responden sebagai berikut yaitu:

No.	Nama	Jenis Marketpalce	Lama Beroperasi	Usia Pengusaha	Pendidikan Terakhir
1	Brand No Brand	Shopee	>5Tahun	>30 Tahun	S1
2	Aminda	Shopee, Tokopedia	2 Tahun	<30 Tahun	S1
3	East Rose	Shopee, Tiktokshop	>2 Tahun	<30 Tahun	S1
4	D2store	Shopee	5 Tahun	<30 Tahun	S1
5	YHI Shop	Shopee	3 Tahun	>30 Tahun	D3
6	Jeck Store	Shopee, Tiktokshop	5 Tahun	>30 Tahun	S1
7	Unishop	Shopee	5 Tahun	>30 Tahun	D3
8	Higirlslabel	Shopee	4 Tahun	<30 Tahun	S1
9	Gallery_Brandedq	Shopee	8 Tahun	>30 Tahun	S1
10	Laqumi Gallery	Shopee	3 Tahun	<30 Tahun	SMA
11	Bien Official	Shopee, Tokopedia	2 Tahun	<30 Tahun	S1
12	Nocan.id	Shopee	2 Tahun	<30 Tahun	S2
13	Chuisun Shop	Shopee	5 Tahun	>30 Tahun	S1
14	Rawls Choice	Shopee	>3 Tahun	<30 Tahun	S1
15	Getstylish.id	Shopee	2 Tahun	>30 Tahun	SMA

16	Manekin.appareal	Shopee, Tokopedia	3 Tahun	<30 Tahun	S1
17	Ainun Kids	Tokopedia	>4 Tahun	>30 Tahun	S1
18	Ohana Tenue	Shopee	>2Tahun	<30 Tahun	S1
19	Alzara	Shopee	6 Tahun	>30 Tahun	S1
20	Sissy.Cloo	Shopee	2 Tahun	<30 Tahun	SMA
21	Rach.idkids	Shopee	3 Tahun	>30 Tahun	S1
22	Trickntricky_Makassar	Shopee	>5Tahun	>30 Tahun	S1

4.2 Hasil Dan Data Analisis

4.2.1 Pengetahuan Pajak Secara Umum Oleh Pelaku Bisnis Online

Makassar

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis melalui wawancara kepada pengusaha *online* Kota Makassar, yang terkait dengan pengetahuan mengenai perpajakan mayoritas dari mereka menjawab paham sebanyak 2 responden, Dan 20 responden lainnya mengaku tidak paham mengenai perpajakan yang berlaku. Pada pelaku bisnis *online* di Kota Makassar, 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.

Ketidaktahuan tersebut dikarenakan pelaku bisnis *online* belum memiliki pengetahuan yang baik terkait dengan perpajakan dikarenakan orientasi pelaku bisnis *online* di Kota Makassar 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 membayar pajak, hal ini yang membuat pelaku

bisnis *online* di Kota Makassar 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, hal ini tentunya sangat berdampak pada kesadaran mereka dalam membayar pajak.

4.2.2 Pengetahuan Pemilik Online Shop Mengenai Pemberlakuan Pajak UMKM Untuk *Online Shop*

Hasil penelitian berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan pemilik bisnis online di Makassar terkait dengan pengetahuan mereka mengenai Pajak UMKM dengan beberapa pertanyaan yang terkait dengan pemahaman pemilik *online shop* dengan pertanyaan mengenai “Pajak yang dikenakan terhadap *online shop* sama dengan pajak yang dikenakan kepada toko konvensional”, responden yang menjawab paham sebanyak 2 dan responden yang menjawab tidak paham sebanyak 20 responden yang mengatakan bahwa mereka sama sekali tidak paham mengenai adanya Pajak UMKM untuk online shop. Kemudian pertanyaan mengenai “Apakah anda tahu bahwa membayar pajak itu wajib dan sanksi yang diberikan jika tidak membayar pajak?” dari pertanyaan ini semua responden menjawab tidak tahu mengenai sanksi tersebut karena pada dasarnya mereka belum mengetahui adanya Pajak UMKM untuk *online shop*. Dan selanjutnya terkait pemahaman prosedur pembayaran pajak *e-commerce* mayoritas menjawab paham sebanyak 3 responden dan 19 responden menjawab tidak paham.

4.2.3 Tanggapan Pelaku Bisnis Online Terhadap Pajak UMKM untuk *Online Shop*.

Hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada pemilik bisnis *online* di Makassar sebanyak 22 responden terkait dengan pertanyaan mengenai tanggapan mereka terhadap adanya pemberlakuan pajak UMKM untuk *online shop*., mengatakan bahwa sebaiknya untuk pelaku usaha skala kecil tidak perlu dikenakan pajak UMKM karena pendapatan masih tergolong rendah, dan ada juga yang mengatakan bahwa tidak masalah adanya pemberlakuan tersebut selama itu menguntungkan kepada kedua belah pihak dan hal itu merupakan suatu kewajiban yang harus dibayarkan sebagai warga negara yang baik.

4.2.4 Sistem Pelaksanaan Pajak UMKM untuk *Online Shop*.

Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis yang terkait dengan pertanyaan mengenai sistem pelaksanaan pajak UMKM untuk *online shop*., para responden mengatakan sama sekali tidak mengetahui tentang bagaimana sistem pelaksanaan pajak UMKM tersebut dikarenakan tidak adanya sosialisasi dari Dinas Pajak mengenai hal tersebut, sehingga mayoritas dari pelaku bisnis online di Makassar tidak mengetahui bagaimana sistem pelaksanaan atau pembayaran pajak UMKM untuk *online shop*..

4.2.5 Permasalahan Yang Dihadapi Dalam Penerapan Pajak UMKM Untuk *Online Shop*.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada pemilik bisnis *online* di Makassar, penulis menyimpulkan bahwa adapun kendala yang dihadapi oleh 22 pemilik bisnis online tersebut dalam penerapan pajak UMKM untuk *online shop*. dikarenakan kurangnya pengetahuan mereka mengenai adanya pajak UMKM yang dikarenakan tidak adanya sosialisasi dari pihak perpajakan mengenai Pajak UMKM untuk *online shop* tersebut. Hal tersebut tentunya berpengaruh pada

kepatuhan wajib pajak, dimana kurangnya pengetahuan terhadap pajak maka hal itu akan mempengaruhi para pelaku bisnis *online* tidak melakukan pembayaran pajak.

4.2.6 Saran Untuk Perpajakan Di Indonesia

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis bersama ke 22 responden pemilik bisnis online mengenai saran mereka terhadap perpajakan di Indonesia yakni mereka mengharapkan adanya sosialisasi dari pihak perpajakan mengenai pemberlakuan pajak UMKM dan sistem pemberlakuannya agar mereka memahami terkait adanya pemberlakuan pajak tersebut serta bagaimana prosedur pembayaran, tarif, serta sanksi yang akan dikenakan apabila tidak melakukan kewajiban tersebut. Dengan demikian mereka memiliki kesadaran diri terhadap kewajiban bayar pajak tersebut.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pemahaman Pelaku *Online Shop* Mengenai Peraturan Perpajakan

Dari hasil penelitian diatas menjawab rumusan masalah yang menyatakan bahwa pelaku bisnis *online* di Kota Makassar belum memahami terkait dengan peraturan 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 terkait pajak UMKM untuk *online shop*..

Ketika seseorang pelaku bisnis *online* memahami bahwa dia merupakan wajib pajak karena telah melakukan kegiatan jual beli secara umum yang merupakan sebuah landasan di Indonesia untuk menjadi wajib pajak, maka ia

harus memiliki pengetahuan luas terkait peraturan perpajakan tersebut sehingga secara tidak langsung timbul kesadaran pribadi terhadap kewajiban tersebut.

Wajib pajak yang memahami hak dan kewajiban maka wajib pajak tersebut akan mengetahui kewajiban – kewajiban apa saja yang harus dilakukan seorang wajib pajak. Semakin tinggi pengetahuan akan pajak yang dimiliki wajib pajak maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan teori atribusi, dinyatakan bahwa pemahaman wajib pajak tentang peraturan perpajakan merupakan penyebab internal yang dapat mempengaruhi persepsi wajib pajak dalam membuat keputusan terkait perilaku kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Masyarakat yang paham tentang perpajakan tentunya akan membayar pajak karena merasa tidak adanya kerugian dalam pemungutan pajak yang dilakukan dan tidak terdapat paksaan, artinya wajib pajak membayar pajak secara sukarela dan sadar akan kewajibannya sebagai warga negara yang taat pajak. Namun, pemahaman terhadap perpajakan seringkali diartikan salah oleh masyarakat, karena masyarakat merasa terbebani dengan adanya pengeluaran tambahan dalam hal membayarpajak. (Lestari & Damayanti, 2019).

4.3.2 Pengetahuan pelaku bisnis *online* tentang pemberlakuan pajak UMKM untuk *online shop*.

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.

Pada pelaku bisnis *online* di Kota Makassar, mayoritas responden belum memahami terkait dengan pemberlakuan pajak UMKM, 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 memahami Pajak UMKM untuk *online shop*.. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setyarini & Triono, 2021) dan (Lestari & Damayanti, 2019) bahwa pelaku bisnis *online* mayoritas belum memahami pajak UMKM.

4.3.3 Dampak Pemahaman Perpajakan Dalam Keinginan Membayar Pajak Pada Pelaku Bisnis *Online*

Hasil penelitian ini menjawab rumusan masalah bahwa pemahaman terkait Pajak UMKM untuk *online shop* akan berdampak kepada keinginan membayar pajak bagi pelaku bisnis *online*, Untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak maka perludanya peningkatan pemahaman seorang wajib pajak terhadap peraturan perpajakan dan wajib pajak diharapkan dapat menyadari bahwa peran pajak sangat penting dan digunakan untuk membiayai pengeluaran umum pemerintah untuk pencapaian tujuan pembangunan yang dapat memberikan kesejahteraan rakyat . Menurut penelitian (Arisandy, 2017) dan (Wahyudi & Sanjaya, 2018) menunjukkan hasil bahwa pemahaman perpajakan akan memberikan dampak positif kepada wajib pajak dalam kepatuhannya membayar pajak.

Pentingnya aspek pengetahuan sangat mempengaruhi sikap wajib pajak terhadap sistem perpajakan yang adil. Kualitas pengetahuan yang semakin baik akan memberikan sikap memenuhi kewajiban dengan benar melalui adanya

sistem per pajakan suatu Negara yang dianggap adil. Kesadaran wajib pajak akan meningkat apabila dalam masyarakat muncul persepsi positif terhadap pajak.

(Wahyudi & Sanjaya, 2018) mengatakan percayalah bahwa pengetahuan pajak memainkan peran penting, orang harus dilengkapi dengan pendidikan pajak sehingga setiap orang memiliki pengetahuan yang cukup terhadap wajib pajak yang kompeten, artinya apabila wajib pajak telah memiliki pengetahuan yang cukup akan meningkatkan kepatuhan dalam melaksanakan pemenuhan kewajiban perpajakannya. Bagaimana wajib pajak akan mematuhi peraturan perpajakan apabila mereka tidak mengetahui bagaimana aturan perpajakan yang berlaku.

Permasalahan tingkat kepatuhan wajib pajak merupakan permasalahan yang menjadi perhatian dalam bidang perpajakan. Di Indonesia tingkat kepatuhan wajib pajak masih dapat dikatakan rendah. Rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sangat memprihatinkan jika dibandingkan dengan tingkat pertumbuhan usaha di Indonesia.

Menurut Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan menyampaikan bahwa *e-commerce* berkembang pesat di Indonesia, tetapi hanya sedikit bahkan hanya 30% saja pelaku bisnis *online* yang memiliki NPWP, yang artinya banyak pelaku bisnis *online* yang mendaftarkan diri atau melapor sebagai wajib pajak. Hal ini terjadi karena 2 faktor, yaitu karena kurang pengetahuan dan pemahaman pelaku bisnis *online* terhadap pajak atau sengaja menghindari pajak yang ada di Indonesia atau faktor lainnya yaitu ketetapan pemerintah yang masih belum tegas terhadap para pelaku bisnis *online*. Karena dimana kita tau bisnis *online* masih terus berkembang beberapa tahun belakangan dan masih belum ada pengumuman resmi dari menteri keuangan tentang kewajiban membayar pajak oleh pelaku bisnis *online*. Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan Menyampaikan bahwa saat ini pasar *e-commerce* berkembang pesat di Indonesia

tetapi baru beberapa pelaku bisnis *online* yang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) (DJP2022).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai bagaimana Pemahaman dan penerapan Pajak *UMKM* Pada Pemilik *Online Shop* Di Makassar, maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara umum mayoritas pelaku bisnis *online* di Makassar belum mengetahui mengenai penerapan kebijakan Pajak *UMKM* untuk *online shop* meskipun mereka telah melakukan transaksi penjualan secara *online* selama lebih 2 tahun. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelaku bisnis *online* di Makassar belum memahami terkait adanya pemberlakuan Pajak *UMKM* untuk *online shop*, sehingga hal tersebut berdampak pada penerapan pajak *UMKM*
2. Penerapan Pajak *UMKM* untuk *online shop* di Makassar oleh pelaku bisnis *online* masih nihil dikarenakan mayoritas pelaku bisnis *online* di Kota Makassar tidak paham mengenai pemberlakuan pajak tersebut dikarenakan tidak adanya sosialisasi dari pihak perpajakan mengenai hal tersebut. Minimnya pengetahuan pelaku bisnis *online* di Makassar membuat dinas pajak harus melakukan tindakan yang efektif.
3. Ketidaktahuan pemilik *online shop* di Makassar dikarenakan kurang maksimalnya sosialisasi dari pihak Dinas Pajak kepada pelaku bisnis *online* mengenai pemberlakuan pajak tersebut serta peraturan-peraturan yang harus dipatuhi dan apa sanksi yang akan diterima apabila tidak mematuhi kewajiban tersebut.
4. Sebagian dari pemilik bisnis *online* di Makassar tidak keberatan terkait kebijakan mengenai Pajak *UMKM* untuk *online shop* tersebut apabila kebijakan

tersebut dianggap menguntungkan tanpa merugikan salah satu pihak, namun ada beberapa juga yang tidak setuju terkait adanya kewajiban tersebut karena merasa penghasilan mereka akan berkurang karena adanya kewajiban pajak tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Direktorat Jenderal Pajak

Diharapkan agar Dirjen Pajak untuk dapat melakukan sosialisasi mengenai Pajak UMKM untuk *online shop* kepada para pelaku bisnis online di Makassar agar memahami terkait adanya pemberlakuan pajak tersebut serta bagaimana prosedur pembayaran, tarif, serta sanksi yang akan dikenakan apabila tidak melakukan kewajiban tersebut. Hal ini dapat dilakukan melalui seminar-seminar sehingga informasi mengenai pajak UMKM tersebut dapat tersampaikan dengan efektif. Minimnya pengetahuan pelaku bisnis *online* di Makassar membuat dinas pajak harus melakukan tindakan yang efektif agar pemerintah dan pelaku bisnis *online* ini bisa mendapatkan keuntungan kedua belah pihak tanpa ada yang dirugikan.

2. Bagi Pelaku Usaha Bisnis *Online*

Diharapkan agar lebih memperhatikan dan mencari tahu tentang ketentuan-ketentuan sebagai pemilik usaha bisnis, serta lebih meningkatkan respon keingintahuan dan pemahaman terkait dengan perpajakan, agar dapat mengembangkan usaha yang dimiliki dengan baik untuk menghindari kerugian akibat sanksi perpajakan yang diberikan

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Agar saat melakukan penelitian diharapkan ikut serta dalam mensosialisasikan setiap peraturan tentang kebijakan Pajak UMKM untuk *online shop* yang berlaku.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dialami oleh penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Jumlah responden masih kurang sehingga hasil penelitian kurang maksimal dikarenakan kurangnya ketersediaan pemilik bisnis online untuk dilakukan wawancara saat penulis melakukan penelitian.
2. Isu pembahasan masih belum luas sehingga pengetahuan Pajak UMKM untuk *online shop* tersebut masih sangat awam bagi pemilik bisnis online.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2022, Januari 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>
- Antariksa, B. (2020). *Analisis Tingkat Kepatuhan Pajak Atas Transaksi Online (E-commerce Di Jawa Timur*
- Arisandy, N. (2017). Pengaruh pemahaman wajib pajak, kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan bisnis online di pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 62-71
- Baptisda Husada, Y., Tegar Kurniawan, S., dan Fatmawati, D. (2020). *Analisis Perbandingan Penerapan Pajak E-commerce Dengan Konvensional*
- Elviera, Maharani Utomo. 2013. *Transaksi E-commerce Sebagai Potensi Penerimaan Pajak di Indonesia*. *Jurnal Akuntansi Unesa*, Vol.2No. 1,01-20
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivarite*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Handriman Jamain, T. (2019). *Analisis Kesadaran Wajib Pajak Dalam Menjalankan Transaksi E-commerce (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) Yang Meruoakan 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).
- Idris, M. (2021, June). *Mengenai Pajak: Defenisi, 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-belanja-pakai-ecommerce>
- Lestari, A. M., & Damayanti, T. W. (2019). Pemahaman Pelaku Bisnis Online Aras Aturan Perpajakan: Sebuah Preliminary Study. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing dan Perpajakan)*, 4(1), 29-43.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan*, Andi Offset
- Purba, O. W., dan Wahyudi, A. A. 2001. *Mengenal E-commerce*. Jakarta : Elex Media

- Republik Indonesia. Undang-undang No. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan yang menjelaskan kepastian hukum serta pemahaman mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik.
- 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, . (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-202juta>
- Sakti, N. W. (2014). *Buku Pintar Pajak E-commerce*. Jakarta: Visi Media
- Sari, A. Y. (2018). *Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi E-commerce*.
- Sarwono, J., dan Prihartono, A. H. 2010. *Perdagangan online : Cara bisnis di internet* . Jakarta : Elex media
- Waluyo. (2002). *Perpajakan Indonesia*. Salemba Empat.
- Widodo, D. W. (2020). *Moralitas, Budaya, dan Kepatuhan Wajib Pajak*. Bandung: Alfabeta

LAMPIRAN

Dokumentasi

