

Analisis Penerapan Peraturan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Atas Transaksi Online (E-Commerce) (Studi Kasus pada UMKM di Kota Malang)

Juanita Dinda Oktavia^{1*}, Abdul Wahid Mahsuni², Hariri³

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Korespondensi: junitadinda12@gmail.com

ABSTRACT

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are needed as state assets that play an important role for the country's economy, and can increase household resilience, influence economic growth, create jobs, and support equitable income distribution. So that the emergence of e-commerce is increasingly popular as a purchasing choice among the public. This also has an impact on the application of tax regulations and the fulfillment of taxpayer needs for online stores. The purpose of this study is to provide an overview of the implementation of tax regulations and the level of taxpayer compliance in online shopping among small and medium enterprises in Malang City. E-Commerce refers to the transaction, receipt, exchange and distribution of goods or services through electronic networks such as the Internet, TV, World Wide Web (WWW) and other computer systems. The concept of e-commerce began to emerge along with the adoption of Electronic Data Interchange (EDI) by the business community in the 1960s, business people began using EDI when e-commerce began to develop. Currently, Indonesia has the highest e-commerce growth rate in the world, at 78%.

Keywords : E-commerce, income tax, UMKM

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) diperlukan sebagai aset negara yang berperan penting untuk perekonomian negara, serta dapat meningkatkan ketahanan rumah tangga, mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mendukung distribusi pendapatan yang adil. Sehingga munculnya e-commerce yang semakin populer menjadi pilihan pembelian di kalangan masyarakat. Hal ini juga berdampak pada penerapan peraturan perpajakan dan pemenuhan kebutuhan wajib pajak terhadap toko online. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memberikan gambaran mengenai implementasi peraturan perpajakan dan tingkat kepatuhan wajib pajak dalam belanja online pada kalangan usaha kecil dan menengah di Kota Malang.

E-Commerce mengacu pada transaksi, penerimaan, pertukaran dan distribusi barang atau jasa melalui jaringan elektronik seperti internet, tv, world wide web (www) dan sistem komputer lainnya. Konsep e-commerce mulai muncul seiring dengan diadopsinya Electronic Data Interchange (EDI) oleh komunitas bisnis pada era 1960-an, para pebisnis mulai menggunakan Electronic Data Interchange (EDI) ketika e-commerce mulai berkembang pesat. Saat ini, Indonesia memiliki tingkat pertumbuhan e-commerce tertinggi di dunia, yaitu sebesar 78%.

Selain itu, penyederhanaan tarif pajak sebesar 0,5% dimaksudkan untuk memudahkan usaha kecil dan menengah dalam memenuhi kewajibannya, terlepas dari apakah mereka sudah memiliki NPWP. Penyederhanaan pajak 0,5% bertujuan untuk menyederhanakan perlakuan perpajakan bagi seluruh pengusaha menengah dan menyelaraskan sistem hukum.

Penerimaan pajak penting bagi Indonesia, namun Direktorat Jenderal Pajak kesulitan mencapai target karena rendahnya tarif pajak. Direktorat Jenderal Pajak (Ditjen) Kementerian Keuangan mengatakan banyak pengusaha online atau e-commerce dengan pendapatan tahunan

kurang dari Rp 4,8 miliar tidak mematuhi kewajiban perpajakannya, baik berupa Pajak Penghasilan (Pph) maupun Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: bagaimana tingkat kepatuhan wajib pajak dalam penerapan peraturan pajak atas transaksi online (e-commerce) pada UMKM di Kota Malang dan bagaimana tingkat pengetahuan wajib pajak dalam melakukan penerapan peraturan perpajakan atas transaksi online (e-commerce) pada UMKM di Kota Malang.

Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi lebih luas kepada para pemilik usaha online mengenai bagaimana wajib pajak seperti wajib pajak e-commerce dalam memenuhi kewajiban perpajakannya terkait dengan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan peraturan perpajakan, dapat menjadi bahan referensi bagi para pelaku usaha e-commerce dalam hak mendalami kebijakan dan pelaksanaan pertukaran informasi dan menjadi bahan bacaan dalam ilmu perpajakan.

2. Praktis

Untuk memberikan informasi bagi para pelaku UMKM untuk mengetahui tentang peraturan pajak dan cara untuk memenuhi kewajibannya dalam melakukan transaksi online. Serta dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang penerapan peraturan pajak dan kepatuhan wajib pajak dalam melakukan transaksi online.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pajak

Pajak menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan, adalah iuran wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang didasarkan pada paksaan berdasarkan undang-undang/hukum yang merupakan kompensasi langsung dan digunakan sesuai dengan kebutuhan bangsa untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyatnya. Dapat disimpulkan pengertian pajak adalah kewajiban menyerahkan sebagian kekayaan yang dimiliki wajib pajak ke kas negara yang sifatnya memaksa.

Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah

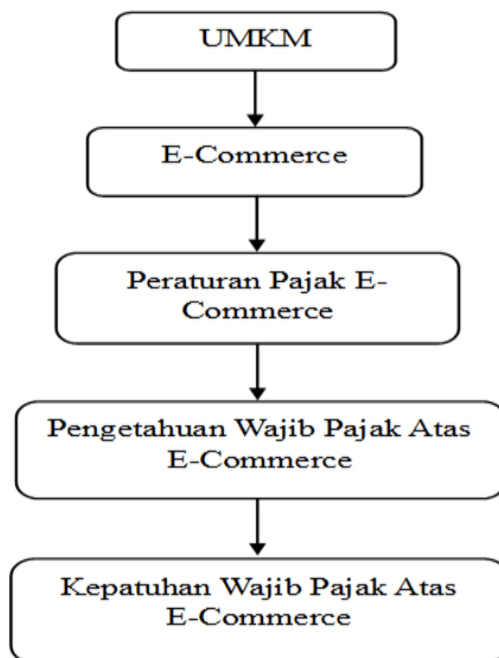
Sesuai dengan Peraturan No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai berikut, usaha mikro, kecil dan menengah adalah organisasi yang berguna yang diklaim oleh orang dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi ukuran usaha kecil sebagaimana ditentukan dalam Undang-undang.

Pengertian E-Commerce

E-Commerce adalah pengiriman digital transaksi komersial antara organisasi dan individu, e-commerce menggambarkan perdagangan elektronik sebagai proses pembelian, penjualan, transfer, dan pertukaran barang, jasa dan/informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. Perdagangan elektronik adalah transaksi bisnis rutin yang menggunakan transmisi pertukaran data elektronik (EDI), email, faks, dan transfer dana elektronik sehubungan dengan transaksi pembelian melalui internet.

Kerangka Konseptual

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Kurniadi (2011) mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif sebagai “penelitian yang tidak perlu terikat teori sejak awal”. Penelitian kualitatif memberikan peluang yang cukup besar untuk mencapai kesimpulan melalui interpretasi data yang diperoleh dari pola pikir yang jelas. Lokasi dalam penelitian ini dilakukan oleh peneliti terhadap pelaku UMKM yang menggunakan platform shopee dan sistem perdagangan online (e-commerce) di media sosial instagram dan facebook untuk berbagai barang dan jasa di Kota Malang dengan waktu penelitian dimulai bulan September 2023 sampai selesai.

Subjek Penelitian

Surokim dkk (2016) subjek penelitian adalah “seseorang, objek, lembaga atau organisasi yang menjadi subjek penelitian”. Suatu masalah penelitian pada dasarnya adalah pokok suatu kesimpulan penelitian, dan di dalam masalah penelitian itu terdapat objek penelitian. Ini memberikan batas-batas objek penelitian seperti lokasi orang, objek, data variabel unik, dan lokasi masalah.

Objek Penelitian

Surokim dkk (2016) objek penelitian adalah “masalah yang sedang diselidiki”. Sifat situasi yang dimaksud adalah sifat kuantitas dan kualitas, yang dapat mencakup perilaku, tindakan, penilaian, sikap pro-menyontek, serta suka dan tidak suka. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling dan bersifat snowball sampling.

Definisi dan Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu :

1. E-Commerce

Merupakan bagian transaksi atau pertukaran informasi antara pembeli dan penjual di seluruh dunia, penggunaan e-commerce digunakan melalui jaringan internet gadget, komputer dan lain sebagainya.

2. Pajak

Adalah iuran wajib yang terutang kepada negara oleh orang perseorangan atau badan hukum dan diwajibkan menurut undang-undang.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan data sekunder :

1. Data primer yakni data yang diperoleh dari narasumber dengan melakukan wawancara secara online dengan narasumber melalui Google form dan WhatsApp. Hasil wawancara dengan narasumber berupa data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yakni produk yang dihasilkan, pendapatan penjualan sebelum dan sesudah mengikuti marketplace Shopee serta keuntungan yang diperoleh saat melakukan penjualan secara online.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur, buku, dokumen pendukung lainnya serta referensi yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tak langsung serta melalui perantara media-media (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

Metode dan Analisis Data

Metode yang digunakan peneliti untuk menganalisis data yang diperoleh adalah metode segitiga/triangular yang bertujuan untuk mengurangi sebanyak mungkin bias yang timbul selama pengumpulan dan analisis data serta untuk memeriksa keakuratan data yang diperoleh peneliti dari sudut pandang yang berbeda. Langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data :

- a. Peneliti mengevaluasi permasalahan yang diteliti melalui sumber data sekunder, setelah itu peneliti melakukan interview, observasi, dan survei terhadap narasumber tersebut untuk memperoleh data terkait permasalahan yang dibicarakan peneliti. Setelah pengumpulan data dimulai, dilakukan proses analisis.
- b. Peneliti kemudian mengkaji data yang diperoleh selama analisis teori, wawancara, dan observasi untuk memastikan tidak terdapat data atau informasi yang bertentangan antara hasil kajian teori dengan hasil wawancara dan observasi.
- c. Menguji kembali informasi sebelumnya, terutama informasi dari sumber lain seperti informan dan data sekunder. Peneliti kemudian menggunakan bahan dokumenter para pemangku kepentingan untuk mengoreksi keakuratan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi.
- d. Langkah terakhir adalah menghilangkan informasi yang kurang penting dan membuat suatu kesimpulan.

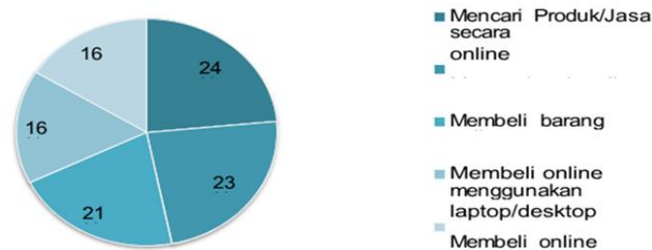
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

E-commerce tempat masyarakat melakukan jual beli online di kota Malang. Mereka biasanya adalah para pengusaha muda yang mencari peluang bisnis melalui media online. Banyak sekali pedagang online di Kota Malang, namun sebagian besar pedagang online masih belum memahami bahwa mereka harus membayar pajak atas transaksi jual beli online.

Identifikasi Permasalahan pada Pemahaman terhadap Pajak dalam Transaksi E-Commerce

E-commerce di Indonesia telah memasuki tahap baru, dimana transaksi jual beli melalui perdagangan elektronik (e-commerce) menjadi lebih mudah dan nyaman bagi konsumen.



Dikutip dalam laporan tahun 2017 oleh We Are Social dan Hootsuite Digital, internet penggunaan di sektor keuangan menyumbang 45% dari penjualan online dalam 30 hari terakhir tahun 2017. Event, 45% menggunakan belanja online, 40% membeli barang secara online, 31% berbelanja online melalui laptop/PC, 31% berbelanja online melalui gawai.

Deskripsi Data Penelitian

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner yang mencantumkan karakteristik responden yakni :

Tabel 4.1. Karakteristik Responden

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

Sumber data primer diolah (2024)

Klasifikasi usia responden menurut usia pemilik toko online berdasarkan tabel di atas menunjukkan mayoritas berusia di atas 30 tahun yaitu sebanyak 16 responden dan dibawah 30 tahun, yaitu 9 responden. Tingkat pendidikan wirausahawan online didasarkan pada mayoritas dari mereka yang telah menyelesaikan gelar sarjana atau lebih rendah, yaitu sebanyak 13 responden bergelar SMA/ sederajat dan 12 responden bergelar sarjana atau lebih tinggi. Kedua, pengklasifikasian responden berdasarkan lamanya pelaku usaha online menjadi wirausaha, karena sebagian besar responden (18 responden) baru berbisnis kurang dari lima tahun, dan 7 responden sudah berwirausaha lebih dari 5 tahun. Selain itu, jika dilihat dari bidang kegiatan responden, responden terbanyak adalah perseorangan sebanyak 21 orang, disusul perkumpulan sebanyak 4 orang.

Tabel 4.2 Pertanyaan terkait pemahaman perpajakan secara umum

No	Instrumen	Jawaban		Jumlah
		Faham	Tidak	
1.	Pajak merupakan sumber pendapatan daerah untuk pembangunan daerah	10	15	25
2.	Tarif pajak yang dibayarkan sesuai dengan jumlah pendapatan wajib pajak dikalikan dengan persentase tarif pajak	6	19	25
3.	Jika memiliki usaha <i>online</i> shop pemilik wajib mendaftarkan usaha di Kantor Pelayanan Pajak berdomisili	5	20	25

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Pada tabel di atas, mengenai tingkat pemahaman responden terhadap pertanyaan bahwa pajak merupakan sumber keuangan daerah untuk pembangunan daerah, 15 orang menjawab

“Saya tidak mengerti”, 10 orang menjawab “Saya mengerti”. Selanjutnya terkait dengan tarif pajak dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak yang dibayarkan menurut penghasilan wajib pajak dengan persentase tarif pajak, namun yang menjawab “Saya tidak mengerti” sebanyak 19 orang dan yang menjawab “Saya mengerti” sebanyak 6 orang. Dan pertanyaan tentang pemilik usaha wajib mendaftarkan usahanya ke kantor pajak setempat 5 orang menjawab “Saya tidak mengerti”, dan sekitar 20 orang menjawab “Saya mengerti”.

Tabel 4.3 Pertanyaan terkait pemahaman pajak e commerce

No	Instrumen	Jawaban		Jumlah
		Faham	Tidak	
1.	Pajak yang dikenakan bagi <i>online shop</i> sama dengan pajak toko konvensional	16	9	25
2.	Pajak penghasilan (PPh) atas UMKM kepada penjual baik melalui e- commerce ataupun toko retail, tarifnya 0,5 persen dari penghasilan bruto jika penghasilan brutonya belum melebihi Rp4,8 miliar	4	21	25
3.	Saya memahami prosedur pembayaran pajak <i>e-commerce</i>	7	18	25

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Pada tabel diatas, mengenai tingkat pemahaman responden terhadap pertanyaan bahwa pajak yang dikenakan pada toko online sama dengan pajak toko tradisional, sebanyak 9 orang menjawab “Saya tidak mengerti” dan 16 orang menjawab “Saya mengerti”. Selanjutnya, terkait pajak penghasilan (PPh) atas UMKM bagi penjual melalui e-commerce atau gerai ritel, tarif pajaknya sebesar 0,5% dari penghasilan bruto jika penghasilan bruto tidak melebihi Rp 4,8 miliar yang menjawab “Saya tidak mengerti” yaitu sebanyak 21 orang dan telah merespons dan yang menjawab “Saya mengerti” yaitu 4 orang, disusul dengan yang memahami prosedur pembayaran pajak e-commerce yaitu sebanyak 18 orang yang menjawab “Saya tidak mengerti” dan 7 orang yang menjawab “Saya mengerti”.

Tabel 4.4 Pertanyaan terkait pemahaman NPWP

No	Instrumen	Jawaban		Jumlah
		Faham	Tidak	
1.	Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) adalah identitas yang harus dimiliki oleh setiap wajib pajak	11	14	25
2.	Kewajiban wajib pajak adalah mendaftarkan diri untuk mendapatkan NPWP, menghitung sendiri pajak, mengisi dan melaporkan SPT	9	16	25
3.	Batas waktu pelaporan SPT selambat lambatnya 3 Bulan setelah tahun akhir pajak	7	18	25

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Dari hasil tabel diatas yang berkaitan dengan pemahaman responden terhadap pertanyaan bahwa Nomor Pokok Wajib Pajak Nasional (NPWP) merupakan tanda pengenal yang wajib dimiliki oleh setiap wajib pajak. Mayoritas menjawab “Saya tidak mengerti” yaitu sebanyak 14 orang dan 11 orang menjawab “Saya mengerti.” Selanjutnya terkait dengan kewajiban wajib pajak, anda perlu melakukan registrasi untuk mendapatkan NPWP, menghitung sendiri pajaknya, serta mengisi dan melaporkan SPT. Sebanyak 16 orang menjawab “Saya tidak mengerti” yang merupakan mayoritas dan 9 orang menjawab “Saya mengerti,”. Dan laporan SPT jatuh tempo dalam waktu tiga bulan setelah akhir tahun pajak. 18 orang menjawab “Saya tidak mengerti” yang merupakan mayoritas dan 7 orang menjawab “Saya mengerti,”.

Tabel 4.5 Pengetahuan pelaku bisnis online akan sanksi perpajakan

No	Instrumen	Jawaban		Jumlah
		Faham	Tidak	
1.	Sanksi administrasi berupa denda 50% dari pajak yang kurang dibayar, apabila pengisian SPT (Surat Pemberitahuan) dilakukan dengan tidak benar.	6	19	25
2.	Membayar kekurangan pajak penghasilan sebelum dilakukan pemeriksaan dari aparat pajak adalah hal yang wajar.	7	18	25
3.	Mengisi SPT sesuai dengan peraturan yang berlaku agar tidak terkena sanksi Perpajakan	11	14	25

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Dari hasil tabel diatas yang berkaitan dengan pemahaman responden terhadap pertanyaan bahwa apabila salah mengisi SPT (Formulir Pemberitahuan), maka sanksi administrasinya berupa denda sebesar 50% dari jumlah pajak yang kurang dibayar. 19 orang menjawab ``Saya tidak mengerti`` dan 6 orang menjawab ``Saya mengerti,`` yang merupakan mayoritas adalah yang tidak mengerti. Hal ini kemudian berkaitan dengan pertanyaan apakah normal untuk membayar kekurangan pajak penghasilan sebelum otoritas pajak melakukan penyelidikan. 18 orang menjawab ``Saya tidak mengerti`` dan 7 orang menjawab ``Saya mengerti,``. Berikutnya mengenai pertanyaan apakah pengisian SPT sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk menghindari sanksi perpajakan, sebanyak 14 responden menjawab ``Saya tidak mengerti`` dan 11 orang menjawab ``Saya mengerti``.

Analisis Data Penelitian

Hal ini berdasarkan temuan yang diperoleh peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai pengetahuan perpajakan, pengetahuan perpajakan mengenai e-commerce, dan pengetahuan tentang sanksi perpajakan. Hasil survei menunjukkan bahwa secara keseluruhan masih banyak masyarakat yang belum memahami pajak secara umum. Hal ini dikarenakan orientasi esensial para pengusaha dan pelaku bisnis online adalah mencari keuntungan dari produk dan jasa yang mereka tawarkan, dan mereka masih terkesan cuek dalam hal perpajakan, sehingga sosialisasi perpajakan dan kebijakan yang mendukung hal ini terjadi karena perlunya penerapan Transaksi online oleh pemerintah yang dapat disinkronkan dengan aktivitas. Misalnya, kami telah bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk mengeluarkan kebijakan tentang kewajiban pengusaha online untuk mendapatkan NPWP, dan pengusaha tanpa NPWP tidak akan bisa mengaksesnya secara online. Kedua, berdasarkan pertanyaan mengenai tarif pajak bagi penyelenggara e-commerce, sebagian besar pelaku bisnis online di Kota Malang masih belum memahami hal tersebut baik dari segi prosedur, tarif pajak, klasifikasi orang yang dikenai pajak e-commerce, dan lain-lain. Hal ini juga disebabkan karena sosialisasi dan kebijakan yang dilakukan Direktorat Jenderal Pajak terhadap pelaku usaha online masih kurang ketat. Padahal, sebelum beralih ke tarif pajak, hal terpenting yang harus dilakukan adalah mengumpulkan data online yang baik dan jelas. Pemangku kepentingan dunia usaha disosialisasikan agar mudah menerapkan kebijakan.

PEMBAHASAN

Pemahaman Pelaku Bisnis Online tentang peraturan perpajakan

Temuan ini merupakan hasil jawaban dari pertanyaan bahwa para pebisnis e-commerce di Kota Malang masih belum memahami pajak e-commerce dan jika hal ini terus berlanjut, para pebisnis online berisiko mengalami kerugian akibat sanksi pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian Setyarini & Triono (2021) dan Lestari & Damayanti (2019) bahwa mayoritas pebisnis online belum memahami pajak e-commerce. Menurut Mardiasmo (2016), peningkatan pengetahuan perpajakan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Wajib Pajak yang mengetahui

hak dan kewajibannya mengetahui kewajiban mana yang harus dipenuhinya. Semakin tinggi pengetahuan perpajakan wajib pajak maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan pajaknya.

Berdasarkan dari teori atribusi, pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perundang-undangan perpajakan merupakan penyebab internal yang dapat mempengaruhi persepsi wajib pajak ketika mengambil keputusan mengenai perilaku kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Masyarakat yang paham tentang pajak memahami bahwa memungut pajak bukanlah suatu hal yang buruk, mereka tidak dipaksa, mereka membayar pajak dengan sukarela, dan mereka membayar pajak dengan tetap sadar akan kewajibannya sebagai wajib pajak. Namun seringkali masyarakat mempunyai persepsi yang salah mengenai pajak karena merasa terbebani dengan biaya tambahan saat membayar pajak (Lestari & Damayanti, 2019).

Dampak Pemahaman Perpajakan dalam Keinginan Membayar Pajak

Pemahaman pajak dilihat dari sudut pandang hukum adalah merupakan kewajiban yang timbul karena undang-undang yang mewajibkan warga negara untuk membayarkan atau menyeter sejumlah penghasilannya kepada negara. Dalam hal ini negara mempunyai kewenangan untuk menegakkan hal tersebut yang harus dipergunakan untuk penyelenggaraan pemerintahan dan permasalahan dalam bidang perpajakan. Permasalahan tingkat kepatuhan pajak di Indonesia masih rendah dibandingkan dengan laju pertumbuhan dunia usaha di Indonesia, rendahnya tingkat kepatuhan pajak wajib pajak sangatlah mengkhawatirkan. Jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terus meningkat setiap tahunnya. Namun peningkatan jumlah masyarakat yang melakukan bisnis online tidak dibarengi dengan pengetahuan para pengelola UMKM mengenai pemenuhan kewajiban perpajakan (Riswanto et al.2017).

Hasil penelitian ini adalah jawaban tentang rumusan masalah bahwa pemahaman tentang pajak e-commerce akan berdampak terhadap kemauan dalam membayar pajak bagi pelaku bisnis online di Kota Malang, guna meningkatkan adanya kepatuhan wajib pajak maka perlu adanya upaya dalam meningkatkan pemahaman dan kepatuhan seorang wajib pajak terhadap peraturan perpajakan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Pelaku usaha online di Kota Malang masih belum memahami mengenai pajak e-commerce, dan terdapat kekhawatiran bahwa pelaku usaha online sendiri akan mengalami kerugian akibat adanya sanksi perpajakan.
2. Pemahaman tentang pajak menjadikan wajib pajak lebih mengetahui fungsi dan manfaat pembayaran pajak serta mengetahui tata cara dan tahapan serta tarif pajak dan denda yang dikenakan jika tidak membayar pajak.

Keterbatasan

1. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah responden atau informan yang hanya terbatas adanya untuk dilakukan penelitian, tidak mudah mencari waktu luang dan kesempatan kepada para responden untuk di wawancarai atau mendokumentasikan dalam melakukan bisnis usaha e-commerce yang sedang dijalankan.
2. Ruang lingkup penelitian ini hanya dilakukan pada platform atau media online yang hanya mencakup pada wilayah di kota Malang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, maka peneliti menggunakan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya jika ingin menggunakan beberapa informan sebagai subjek penelitian disarankan untuk melakukan observasi terlebih dahulu, untuk mengetahui apakah informan yang sesuai dengan penelitian telah sesuai atau tidak.

2. Bagi peneliti selanjutnya barangkali menemukan kasus lain atau unik terkait penerapan peraturan atas transaksi online (e-commerce), sehingga mengetahui bagaimana para pelaku bisnis meningkatkan dan mematuhi peraturan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adenia, Q. S. (2019). Analisis Penerapan Digitalisasi Laporan Keuangan Pada Usaha Kecil (Studi pada Usaha Kecil Kuliner di Kota Denpasar) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Antariksa, B. (2020). Analisis tingkat kepatuhan pajak atas transaksi online (e-commerce) di Jawa Timur: Studi Kasus Pada Situs Belanja Bukalapak dan Tokopedia (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Chandra, G., & Kesaulya, F. A. (2022). Pengaruh Pemahaman Tarif PPH Final Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku Usaha Online. *Jurnal Informasi Akuntansi (JIA)*, 1(2).
- Fiqkri, M., Abdullah, N. A. P., Fiba, I. R., & Winata, R. H. (2023). Analisis Penerapan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Pemungutan Pajak Digital Game Online DiIndonesia. *Prosiding Simposium Nasional Perpajakan*, 2(1), 113-123.
- Hasanah, R. A. (2016). Pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna e-commerce: Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shopping (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Hasanudin, A. I., Ramdhani, D., & Giyantoro, M. D. B. (2020). Kepatuhan wajib pajak online shopping di Jakarta: urgensi antara e-commerce dan jumlah pajak yang disetor. *Tirtayasa Ekonomika*, 15(1), 65-85.
- Hasanudin, A. I., Ramdhani, D., & Giyantoro, M. D. B. (2020). Kepatuhan wajib pajak online shopping di Jakarta: urgensi antara e-commerce dan jumlah pajak yang disetor. *Tirtayasa Ekonomika*, 15(1), 65-85.
- Hamdan, M., & Andini, I. Y. (2022). ANALISIS PENERAPAN PAJAK ATAS TRANSAKSI E-COMMERCE. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi (JABE)*, 8(2), 2268-2281.
- Lubis, M. R. (2017). Kebijakan Pengaturan Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Transaksi E-Commerce.
- Limanita, S. (2019). ANALISIS PERATURAN PAJAK E-COMMERCE, TARIF PAJAK E-COMMERCE, KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK YANG MELAKUKAN USAHA DENGAN SISTEM E-COMMERCE (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta).
- Romana, R. N., Simangunsong, T., & Saprudin, S. (2023). Analisis Penerapan Perhitungan, Penyetoran dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada PT. Arkstarindo Artha Makmur. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan Jayakarta*, 4(2), 90-102.
- Suriyati, S., Lannai, D., & Junaid, A. (2022). Analisis Penerapan Sistem Elektronik (Online) Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Pada KPP Makassar Barat. *Journal of Accounting and Finance (JAF)*, 3(2), 58-73.
- Solichah, N. N., Soewarno, N., & Isnalita, N. I. D. N. (2019). Pengaruh Penerapan E-Filling, Tingkat Pemahaman Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Formal Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 4(2), 728-744.
- Sihombing, G. A. (2021). Analisis tentang Laporan Pajak Terutang terhadap Perdagangan Online (E-Commerce). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 5(2).
- Sari, R. P. (2018). Kebijakan perpajakan atas transaksi e-commerce. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 15(1), 67-72.