

Optimalisasi Penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas Transaksi E-Commerce (Studi Kasus pada UMKM Kecamatan Blimbing Kota Malang)

Devi Ulandari^{1*}, Abdul Wahid Mahsuni², Moh Amin³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Korespondensi : ulandaricantikdevi@gmail.com

ABSTRACT

This study discusses the optimization of Value Added Tax (VAT) implementation on e-commerce transactions in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Blimbing District, Malang City. Along with the increasing e-commerce activities, it is essential for MSMEs to understand and comply with applicable tax regulations. This study uses a descriptive qualitative method with data collection techniques through interviews, observations, and document studies. The results show that the main challenges in VAT implementation are the lack of MSME understanding of tax regulations and administrative complexity. Optimization efforts can be carried out through increased socialization, technical guidance, and simplification of the tax system for MSMEs.

Keywords : Value added tax, e-commerce, msme, optimization, tax compliance

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dunia usaha saat ini dapat dilakukan baik secara langsung maupun melalui media komputer yang terhubung dalam sebuah jaringan yang disebut internet. Dengan adanya koneksi internet, para pelaku bisnis memiliki kesempatan untuk menjual dan menawarkan layanan mereka secara *online*. Internet, sebagai jaringan komputer terbesar di dunia, kini digunakan oleh jutaan orang di seluruh penjuru dunia. Perkembangan ini juga ditunjukkan oleh munculnya internet sebagai media perdagangan, di mana perusahaan dan konsumen dapat melakukan transaksi tanpa batasan. Setiap individu kini memiliki hak dan kemampuan untuk terhubung dengan orang lain di belahan dunia mana pun. Kemajuan teknologi yang pesat di berbagai sektor membawa dampak signifikan dalam dunia usaha. Salah satu dampaknya dapat dilihat dalam kegiatan usaha melalui *e-commerce*, yang merupakan hasil dari kemajuan di sektor komunikasi dan teknologi informasi. Fenomena jual beli di *e-commerce* telah merevolusi proses bisnis tradisional menjadi bentuk bisnis digital, menghilangkan inefisiensi pasar, dan menciptakan dimensi baru dalam berbisnis. E-commerce juga telah mengubah proses pemasaran yang dulunya dilakukan secara konvensional, kini beralih ke sistem pemasaran digital. (Indriyani dan Furqon, 2021).

UMKM merupakan kategori usaha yang mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah. Kriteria suatu usaha untuk menjadi UMKM berbeda-beda di setiap negara, namun secara umum UMKM dibedakan berdasarkan besaran aset, pendapatan tahunan, dan jumlah karyawan (Mulyani, 2021).

Analisis Penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi *E-commerce* pada UMKM dapat memberikan informasi bagi para pelaku UMKM pengetahuan tentang peraturan pajak dan cara untuk memenuhi kewajibannya dalam melakukan transaksi *online*. Masalah utama yang diteliti pada penelitian ini adalah kurangnya edukasi dan sosialisasi tentang sistem pemungutan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada transaksi e-commerce. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti, maka peneliti akan melakukan penelitian tugas akhir yang berjudul optimalisasi penerapan pajak pertambahan nilai (PPN) atas transaksi *e-commerce* (Studi Kasus pada UMKM Kecamatan Blimbing Kota Malang).

Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada transaksi *e-commerce* di kalangan UMKM di Kecamatan Blimbing, Kota Malang ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi UMKM dalam memenuhi kewajiban PPN pada transaksi *e-commerce* ?
3. Apa manfaat penerapan PPN atas transaksi *e-commerce* bagi UMKM dan penerimaan pajak negara ?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada transaksi *E-commerce* di UMKM Kecamatan Blimbing, Kota Malang.
2. Mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan PPN pada transaksi *e-commerce*.
3. Menjelaskan manfaat penerapan PPN atas transaksi *e-commerce* bagi perkembangan UMKM dan peningkatan penerimaan pajak negara.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini memberikan pemahaman kebijakan PPN dirancang dan ditetapkan pada transaksi *e-commerce*. Hal ini penting untuk mempelajari sejauh mana regulasi pajak dapat disesuaikan untuk mendukung UMKM di era digital.
2. Penelitian ini dapat memberikan informasi bagi para pelaku UMKM pengetahuan tentang peraturan pajak dan cara untuk memenuhi kewajibannya dalam melakukan transaksi *online*.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Penelitian mengenai “Analisis penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas Transaksi E-Commerce pada UMKM di Kecamatan Blimbing Kota Malang” menggunakan teori *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang di kembangkan oleh Ajzen (1991). Teori ini untuk memahami perilaku kepatuhan wajib pajak dalam penerapan PPN pada transaksi *e-commerce*. *Theory of planned Behavior (TPB)* menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat untuk bertindak, yang dibentuk melalui tiga faktor utama :

1. *Attitude Toward the Behavior* (sikap terhadap perilaku)
2. *Subjective Norms* (Norma subjektif)
3. *Perceived Behavioral Control* (Kontrol perilaku yang dirasakan)

Pajak

Pajak menurut Undang-Undang Nomor 7 tahun 2021 mengenai Harmonisasi Peraturan Perpajakan merupakan kewajiban yang ditunaikan untuk negara oleh perorangan maupun badan dengan sifat memaksa didasari peraturan perundang-undangan tanpa adanya imbalan secara langsung dan digunakan untuk kebutuhan negara guna menjamin kemakmuran warganya (ningrum et al., 2020).

Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Pajak Pertambahan nilai (PPN) didefinisikan sebagai pajak konsumsi yang ditunjukkan atas barang dan jasa kena pajak dalam daerah pabean. Pajak ini dikenakan atas setiap nilai teridentifikasi yang beredar dari produsen hingga konsumen (Putri & Wijaya, 2022).

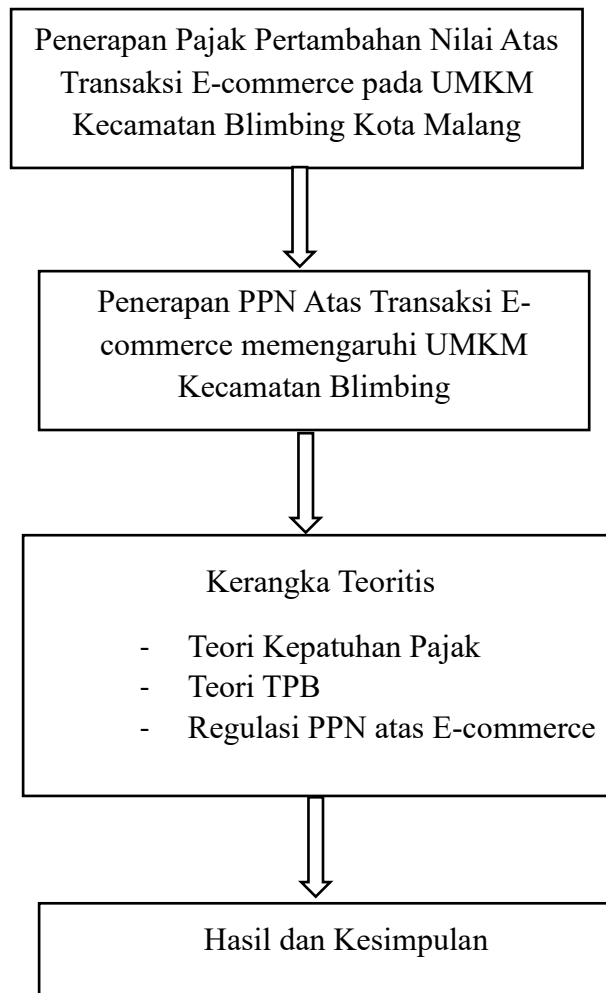
E-Commerce

E-commerce adalah suatu teknologi, aplikasi-aplikasi dan proses yang dinamis untuk menghubungkan Perusahaan, konsumen, dan Masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik (Dewi & Irawan 2023).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk usaha yang bergerak dibidang perekonomian Masyarakat yang mempunyai jiwa pengusaha untuk berinovasi dengan mengembangkan usahanya dilibatkan sebagai bentuk usaha produktif untuk mencapai hasil yang ingin dicapai yaitu peningkatan ekonomi (Kusmawati & Furqon 2021).

Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Dari hasil rumusan masalah dan tujuan penelitian maka dapat diperoleh jenis penelitian yang digunakan penelitian ini yakni dengan metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Analisis data bersifat induktif/kualitatif lebih menekankan makna daripada generasi. (Sugiono 2022:18). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 yakni data primer dan data sekunder.

Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini yakni UMKM di Kecamatan Blimbing Kota Malang yang mempunyai penjualan Platform Grabfood, Shopeefood dan Gofood.

Metode Analisis Data

Data yang terkumpul dari hasil observasi dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa untuk menjawab persoalan-persoalan dan diajukan dalam kajian lapangan. Dengan demikian

peneliti menggunakan metode analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Hubberman and Saldana (2024:33), dimana komponen analisisnya digambarkan sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi
2. Kondensasi Data merupakan proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstrak, transkrip wawancara, dan dokumentasi
3. Penyajian Data dilakukan dengan bentuk uraian singkat
4. Penarikan Kesimpulan memberikan jawaban terhadap rumusan masalah

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada wajib pajak UMKM kuliner di Kecamatan Blimbing, Kota Malang, yang memiliki omset di bawah 4,8 miliar dan menggunakan *e-commerce* sebagai media penjualan. Wilayah ini memiliki aktivitas ekonomi tinggi dengan pusat perdagangan, pemukiman padat, dan aksesibilitas yang baik. Informan mencakup berbagai jenis usaha kuliner, seperti pedagang makanan ringan, restoran kecil, kedai kopi, warung tradisional, dan layanan katering rumahan. Mereka dipilih berdasarkan skala usaha, lama beroperasi, variasi produk, dan inovasi dalam bisnis. Sebagian besar merupakan usaha mandiri atau keluarga dengan pengalaman usaha yang beragam. Penelitian ini mengeksplorasi keberagaman UMKM kuliner di Blimbing, tantangan yang dihadapi seperti persaingan dan keterbatasan modal, serta adaptasi terhadap teknologi. Melalui wawancara dan pengamatan langsung, penelitian ini mengkaji bagaimana mereka beradaptasi dengan pasar, memanfaatkan peluang, dan menghadapi hambatan demi meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

a. Identitas Informan

Penelitian ini meneliti pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Blimbing, Kota Malang, yang mayoritas berusia 25–45 tahun dengan tingkat pendidikan bervariasi dari sekolah menengah hingga perguruan tinggi. Mereka menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, pemasaran digital, dan fluktuasi daya beli masyarakat. Namun, mereka tetap bersemangat dalam berwirausaha dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan aplikasi pesan-antar makanan. Selain itu, banyak di antara mereka yang memiliki hubungan erat dengan komunitas lokal melalui acara pasar rakyat. Berikut data informan :

1. Bapak Rohmad – Penjual Mie Ayam Solo (Jl. Raya Sulfat No. 68)
2. Bapak Nyoman – Penjual Depot Mesem Gado-Gado (Pujasera Sulfat, Jl. Raya Sulfat No. 68)
3. Ibu Maryam – Penjual Nasi Pecel (Jl. Raya Sulfat No. 68)
4. Bapak Santoso – Penjual Ayam Geprek (Jl. Raya Sulfat No. 68)
5. Bapak Warsan – Penjual Batagor (Jl. Raya Sulfat No. 68)
6. Ibu Delfi – Penjual Lalapan Belut Wanto (Jl. Raya Sulfat No. 70)
7. Ibu Nur – Penjual Pangsit Mie (Jl. Silikat Gang 7 No. 36A)
8. Ibu Wita – Penjual Jus Buah & Seblak (Jl. Pospat No. 52)
9. Ibu Irmatul – Penjual Jajanan Kekinian (Jl. Silikat No. 10)
10. Ibu Qurotul Akyun – Penjual Pempek (Jl. Silikat No. 15)

b. Persepsi pelaku UMKM kecamatan Blimbing Kota Malang terhadap pemahaman tentang PPN

Pemahaman tentang PPN adalah pemahaman tentang konsep, mekanisme, dan penerapan pajak yang dikenakan pada setiap pertambahan nilai dari barang atau jasa dalam proses produksi atau distribusi hingga ke konsumen akhir.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara, tingkat pemahaman tentang Pajak Pertambahan Nilai mereka sudah banyak yang mengerti dengan konsep Pajak Pertambahan Nilai (PPN), dan setelah dilakukan wawancara dengan pertanyaan apa tujuan diberlakukannya PPN mereka sudah cukup paham mengenai tujuan di diberlakukannya PPN dalam bisnis *e-commerce*, dan cukup mengetahui bahwa transaksi *e-commerce* seperti Gofood, Shopeefood

dan Grabfood di kenakan Pajak Pertambahan Nilai. Pemahaman responden tentang tujuan PPN bervariasi, mayoritas informan menyatakan bahwa sebagai sumber pendapatan negara. Beberapa juga mengaitkannya dengan Pembangunan infrastruktur, pembukaan lapangan pekerjaan, atau pendapatan dari *e-commerce*. Namun, terdapat satu informan yang tidak mengetahui tujuan PPN, dan satu lainnya memberikan jawaban kurang jelas terkait tujuan PPN. Secara keseluruhan, wawancara ini menunjukkan bahwa Sebagian besar pelaku usaha kecil memiliki pemahaman dasar mengenai PPN dan kesadaran akan penerapannya pada transaksi *e-commerce*. Namun, masih diperlukan edukasi lebih lanjut untuk meningkatkan pemahaman sebagian kecil pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami konsep dan tujuan PPN.

c. Persepsi pelaku UMKM kecamatan Blimbing Kota Malang terhadap kesadaran dan kepatuhan

Kesadaran dan kepatuhan adalah dua konsep penting dalam konteks perpajakan yang berhubungan dengan peran wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya. Kesadaran pajak merujuk pada pemahaman dan kesadaran individu atau badan usaha mengenai pentingnya membayar pajak sebagai kontribusi terhadap Pembangunan negara. Sedangkan kepatuhan pajak merupakan sikap dan tindakan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada para pelaku UMKM khususnya di kuliner, banyak pelaku usaha, terutama di sektor *e-commerce*, masih menghadapi tantangan dalam hal kesadaran dan kepatuhan pajak. Salah satu masalah utama adalah masih banyaknya pelaku usaha belum terdaftar sebagai pengusaha kena pajak (PKP). Hal ini disebabkan oleh dua faktor utama : pertama, mereka belum memenuhi kriteria untuk dikukuhkan sebagai PKP, seperti jumlah peredaran usaha yang masih di bawah batas minimal yang ditetapkan. Kedua, kurangnya pemahaman mengenai prosedur perpajakan, khususnya terkait pelaporan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi yang dilakukan secara digital. Ketidaktahuan ini menyebabkan rendahnya tingkat kepatuhan dalam pelaporan pajak, yang berimplikasi pada potensi hilangnya penerimaan pajak negara. Beberapa informan juga mengakui tidak mengurus pendaftaran karena kurangnya pemahaman atau merasa usaha mereka belum memerlukan pendaftaran PKP. Pengetahuan tentang kewajiban memungut dan pembayaran PPN pada transaksi *e-commerce*, Sebagian besar responden memahami kewajiban memungut dan pembayaran PPN, hal ini diketahui melalui mekanisme potongan otomatis dari platform *e-commerce* seperti Gofood, Shopeefood dan Grabfood. Pelaporan PPN atas transaksi *e-commerce* hanya salah satu dari sepuluh informan yang secara langsung melaporkan PPN atas transaksinya. Untuk mengatasi hal ini ,diperlukan upaya edukasi yang berkelanjutan dari pihak otoritas pajak. Sosialisasi mengenai pentingnya PPN, kriteria PKP, dan tata cara pelaporan pajak dalam transaksi *e-commerce* perlu ditingkatkan agar pelaku usaha dapat memahami kewajiban mereka. Diharapkan dengan langkah seperti sosialisasi tentang perpajakan dan pelatihan-pelatihan untuk UMKM, serta panduan teknis pelaporan PPN bagi pelaku usaha kecil. Tingkat kesadaran dan kepatuhan pajak di sektor *e-commerce* dapat meningkat, mendukung terciptanya sistem perpajakan yang lebih adil dan merata.

d. Persepsi pelaku UMKM Kecamatan Blimbing Kota Malang terhdap implementasi PPN dalam E-commerce

Implementasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dalam *e-commerce* di Indonesia bertujuan untuk memastikan bahwa transaksi digital dikenakan pajak secara adil, sejalan dengan transaksi konvensional. Hal ini diatur melalui beberapa peraturan yang menekankan peran platform *e-commerce* sebagai pemungut PPN. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan wawancara mengenai Implementasi PPN dalam *e-commerce* mereka mengatakan bahwa platform *e-commerce* sudah memfasilitasi perhitungan dan pemungutan PPN, tetapi beberapa orang yang langsung mendaftarkan usahanya belum mengerti berapa persen yang diambil oleh *e-commerce* untuk pajak PPNnya, jadi mereka hanya langsung memasukkan harga produk

sesuai dengan harga aslinya di *e-commerce*, pelaku UMKM tidak mengetahui bahwa harga produk sebenarnya harus di naikan terlebih dahulu sebelum di masukkan ke sistem penjualan *e-commerce* karena nantinya langsung di potong oleh sistemnya secara langsung, agar mereka tidak rugi dengan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang sudah di tetapkan oleh pemerintah.

e. Persepsi pelaku UMKM Kecamatan Blimbing Kota Malang terhadap kendala dan tantangan

Kendala dan tantangan adalah hambatan atau masalah yang dihadapi dalam mencapai tujuan atau dalam melaksanakan suatu proses. Secara umum, kendala adalah halangan atau batasan yang menghambat kemajuan atau pencapaian suatu kegiatan atau tujuan. Sedangkan tantangan adalah situasi atau kondisi yang memerlukan usaha lebih untuk mengatasinya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada informan kendala dan tantangan yang di hadapi oleh para pelaku UMKM adalah nilai pajak yang tinggi, salah satu masalah utama yang mereka hadapi adalah beban finansial yang harus di tanggung akibat pajak yang cukup besar, seperti Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Bagi banyak UMKM, yang umumnya memiliki modal terbatas, pajak yang tinggi bisa menjadi hambatan yang signifikan dalam menjalankan usaha mereka. pajak yang tinggi sering kali mengurangi margin keuntungan yang mereka per oleh dari penjualan produk atau jasa. Hal ini dapat mempengaruhi daya saing UMKM, karena mereka harus menambah harga jual produk atau jasa yang untuk menutupi biaya pajak, yang pada gilirannya dapat mengurangi daya tarik bagi konsumen. Apabila di sisi lain para pelaku UMKM jika tidak menambah harga jual, keuntungan yang di dapat akan tergerus oleh kewajiban pajak yang harus dipenuhi. Selain itu, tidak sedikit UMKM yang merasa kesulitan dalam menghitung dan melaporkan pajak, terutama bagi mereka yang baru memulai usaha dan belum memiliki sistem akuntansi yang terstruktur. Ketidaktahuan mengenai peraturan perpajakan yang berlaku juga memperburuk keadaan, sehingga mereka merasa terbebani dengan kewajiban administratif yang rumit. Beban pajak yang tinggi ini dapat menjadi faktor penghambat bagi pertumbuhan UMKM. Beberapa pelaku usaha bahkan terpaksa menunda pengembangan bisnis atau merencanakan pengurangan tenaga kerja agar dapat menyeimbangkan antara kewajiban perpajakan dan kelangsungan usaha. Untuk itu, penting bagi pemerintah untuk memberikan dukungan berupa kebijakan pajak yang lebih yang lebih ramah terhadap UMKM, seperti insentif pajak atau pemangkasan tarif pajak, sehingga mereka dapat berkembang tanpa terbebani oleh kewajiban perpajakan yang memberatkan.

f. Interpretasi Hasil Penelitian

Penelitian ini menganalisis penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada transaksi *e-commerce* bagi UMKM di Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM tentang kewajiban PPN masih beragam. Meskipun Sebagian menyadari kewajiban pajak, mereka menghadapi kendala dalam pencatatan transaksi dan kepatuhan terhadap regulasi. Kesadaran pajak UMKM dipengaruhi oleh edukasi, sosialisasi dari otoritas pajak, serta kemudahan sistem pelaporan. Banyak pelaku UMKM belum melaporkan penghasilan karena kurangnya pemahaman atau merasa belum memenuhi syarat sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Oleh karena itu, mereka mengharapkan lebih banyak edukasi dan pelatihan terkait PPN dalam transaksi *e-commerce*. Penelitian ini juga menemukan bahwa penerapan PPN dapat meningkatkan transparansi perpajakan dan kontribusi negara. Namun, UMKM merasa kebijakan ini menambah beban administratif dan operasional, terutama usaha kecil yang berkembang. Pajak yang tinggi juga berdampak pada kenaikan harga jual di platfrom *e-commerce*, yang dapat mempengaruhi minat konsumen. Sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzwn, 1991), kepatuhan pajak dipengaruhi oleh niat dan sikap wajib pajak. Interpretasi hasil penelitian menegaskan bahwa meskipun PPN bertujuan meningkatkan penerimaan negara dan keadilan fiskal, UMKM masih menghadapi tantangan dalam administrasi pajak. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi

intensif serta dukungan pemerintah, seperti penyederhanaan prosedur pajak dan insentif fiskal, agar UMKM dapat beradaptasi dengan kebijakan pajak di era digital.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sebagian besar pelaku UMKM di kecamatan Blimbing, Kota Malang, telah memahami konsep dan tujuan PPN, terutama dalam transaksi digital melalui platform seperti Grab Food, Shopee Food dan Gofood.. Namun, masih banyak yang belum memahami secara rinci mekanisme pengenaan dan pelaporannya. Meskipun pemahaman tentang pentingnya pajak cukup baik, tingkat kesadaran dan kepatuhan masih rendah. Banyak pelaku usaha belum terdaftar sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) dan kurang memahami prosedur pelaporan PPN. Platform *e-commerce* memang telah memfasilitasi perhitungan dan pemungutan PPN, tetapi banyak pelaku UMKM belum menyadari bahwa harga produk perlu disesuaikan untuk mengimbangi potongan pajak, sehingga merasa dirugikan. Beban pajak yang dianggap tinggi menjadi kendala utama, terutama bagi UMKM dengan modal terbatas, karena berdampak pada margin keuntungan, daya saing produk, dan pertumbuhan usaha. Selain itu, kurangnya sistem akuntansi yang terstruktur serta pemahaman terhadap regulasi perpajakan juga menjadi tantangan signifikan.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini Lingkup wilayah yang terbatas, penelitian hanya dilakukan di Kecamatan Blimbing, Kota Malang, sehingga hasil penelitian mungkin tidak dapat digeneralisasi ke wilayah lain yang memiliki karakteristik ekonomi dan sosial yang berbeda.

Saran

Saran yang dapat diberikan dari peneliti untuk penelitian selanjutnya disarankan agar penelitian di masa depan mencakup wilayah yang lebih luas, melibatkan sektor UMKM lain di luar kuliner, serta mempertimbangkan konsumen dan perubahan regulasi terkini.

DAFTAR PUSTAKA

- Indriyani, E. K., & Furqon, I. K. (2021). Analisis Penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Atas Transaksi E-commerce pada Platform Marketplace PT. Bukalapak. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v4i1.3326>
- Mulyati, Y., & Ismanto, J. (2021). Pengaruh Penerapan E-filing, Pengetahuan Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Pegawai Kemendikbud. *JABI (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia)*, 4(2), 139–155. <https://doi.org/10.32493/jabi.v4i2.y2021.p139-155>
- Ningrum, I. T., Amin, M., & Junaidi. (2020). Analisis Pengaruh, Pemahaman dan Kesadaran Wajib Pajak Badan Atas Perubahan Tarif PPH Badan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan di KPP Pratama Malang Utara. *E-Jra*, 09(02), 53–72.
- Putri, D. H., & Wijaya, S. (2022). Pajak Pertambahan Nilai Final: belajar dari ghana dan china. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 3(2), 360–374. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v3i2.1646>
- Dewi, A. S., & Irawan, B. (2023). Strategi Sosialisasi Perpajakan Atas Transaksi E-commerce Pada UMKM (Studi Kasus pada KPP Jakarta Pademangan). *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 3(3), 312–320.
- Kusmawati, R., & Furqon, I. K. (2021). Pemanfaatan Teknologi E-commerce Bagi Wajib pajak. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 12(02), 119–130.
- Sugiono.(2022). Metode Penelitian kuantitatif,Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta