

Pemahaman Pajak E-Commerce Pada Pemilik Bisnis Online Shop

Indira Febrini¹, Novi Fadhila²

Department of Accounting, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 30 Nov 2022

Revised: 10 Dec 2022

Accepted: 23 Dec 2022

Keywords:

Online Business Actors E-Commerce Taxes

ABSTRACT

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman pelaku bisnis online terhadap pajak e-commerce di Kota Medan, dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data primer diperoleh dari wawancara dengan para pelaku bisnis online di Kota Medan. Jumlah responden sebanyak 25 orang. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif, dengan tahapan: pengumpulan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa para pebisnis online di Kota Medan mayoritas responden belum memahami perpajakan secara umum atau penerapan pajak e-commerce. Hal ini mengakibatkan pertumbuhan bisnis e-commerce dan penerimaan pajak negara tidak proporsional.

This research was conducted to determine the level of understanding of online business people on e-commerce taxes in Medan City, using a qualitative approach with primary data sources obtained from interviews with online business people in Medan City. The number of respondents was 25 people. The analysis carried out in this study included descriptive statistical analysis, with stages: data collection, data analysis, and conclusion. Based on the results of the study, it was concluded that online business people in Medan City, the majority of respondents did not understand taxation in general or the application of e-commerce taxes. Which results in disproportionate growth of e-commerce businesses and tax revenues by the state.

This is an open-access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.



Corresponding Author:

Novi Fadhila

Department of Accounting,

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,

Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238 Email:

novifadhila@umsu.ac.id

PENDAHULUAN

Perubahan terjadi sejalan dengan berkembangnya era globalisasi, dimana perubahan ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat dunia. Semua bidang tidak terlepas dari dampak globalisasi, salah satunya bidang bisnis e-commerce yang sekarang sedang populer dan menjadi tren baru untuk berbelanja dimasa kini bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Pada masa krisis di era pandemi Covid-19, UMKM merupakan sektor yang perlu perhatian serius. Untuk masalah ini, butuh pewirausaha yang memiliki jiwa entrepreneur yang mampu menjalankan UMKM agar dapat tumbuh berkembang, serta menggairahkan sektor usaha dengan memberikan kemudahan-kemudahan dan inovasi-inovasi untuk masyarakat kota (Hafsah & Hanum, 2021). Inovasi UMKM dengan menggunakan sistem e-commerce akan sangat mempermudah konsumen, karena dihubungkan melalui jaringan internet, dimana kita melakukan kegiatan perjual-belian tanpa bertatap muka secara langsung serta sangat memudahkan masyarakat yang ingin mempersingkat waktu untuk mendapatkan sesuatu. Proses belanjapun menjadi lebih mudah dan cepat, terlebih produk dari berbagai macam negara dapat didapatkan hanya dengan mencarinya diberbagai aplikasi yang telah tersedia dan hanya dengan bertransaksi *online*. Disamping memperluas jangkauan penjualan dengan cepat, penjualan secara *online* juga menghemat waktu tanpa mengharuskan penjual untuk bertemu secara langsung dengan konsumen. Konsumen sangat menjunjung tinggi nilai kepraktisan dalam hal jual-beli, yang disebabkan sifat sabar

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

Toko *online* di Indonesia pertama kali terbentuk pada tahun 1994. Pesatnya pertumbuhan internet di Indonesia telah mempermudah masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari, salah satu keuntungan memanfaatkan internet adalah untuk melakukan kegiatan jual-beli. Internet sudah cukup terkenal dalam kalangan masyarakat Indonesia, baik yang tinggal didaerah perkotaan maupun perdesaan. Pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan setiap tahunnya. Dengan jumlah pengguna pada awal tahun 2021 sebanyak 202,6 juta jiwa, dengan peningkatan 15,5 persen atau 27 juta jiwa dari jumlah pengguna internet pada tahun 2020 (Riyanto, 2021). Sehingga peralihan pengoperasian

bisnis dari offline ke *online* mulai ramai dilakukan pebisnis sekarang, terlebih banyak keuntungan yang lebih mudah dengan tidak memerlukan toko fisik ataupun kemudahan dalam mencari pelanggan.

E-Commerce adalah distribusi, akuisisi, perdagangan, dan promosi barang dan jasa menggunakan jaringan elektronik seperti internet, televisi, www, atau jaringan komputer lainnya dikenal sebagai e-commerce. Transfer keuangan elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventaris otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis adalah semua kemungkinan komponen e-commerce (Rahmawati, 2017). Disaat Electronic Data Interchange (EDI) yang berfungsi membagikan dokumen bisnis ke perusahaan lain mulai digunakan oleh pebisnis, disaat yang sama e-commerce mulai berjalan, atau lebih tepatnya pada tahun 1960-an. Tingkat pertumbuhan e-commerce di Indonesia termasuk yang tertinggi antara negara-negara lain di dunia yaitu mencapai 78 persen. Berdasarkan laporan ini juga, Deputi Komisioner OJK Institute dan Keuangan Digital Imansyah mengatakan bahwa layanan e-commerce telah digunakan oleh 88,1 persen masyarakat Indonesia yang merupakan pengguna internet, dimana penggunaan ini digunakan untuk transaksi sejumlah produk (Intan, 2021).

Pada tahun 2020 pengguna e-commerce dilaporkan sebanyak 39.2 juta, sebanyak 42.1 juta pada tahun berikutnya dan sebanyak 43.9 juta 2 tahun setelahnya atau tahun 2022, yang mana hal ini menandakan peningkatan pesat jumlah pengguna e-commerce (Anisa, 2021). E-commerce memberikan kesempatan untuk terjadinya aktivitas jual-beli secara global, tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu (Murni, Diniati, Mustakim, Kusumanto, & Anwardi, 2020). Semakin meningkatnya bisnis e-commerce seharusnya pendapatan pajakpun semakin meningkat. Perkembangan e-commerce di Indonesia yang meningkat dengan laju menyebabkan pemerintah mengambil kesempatan untuk mengoptimalkan potensi pajaknya. Disebabkan oleh hal itu, pemerintah mengeluarkan peraturan tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui sistem Elektronik (e-commerce) dalam wujud PMK No. 210/PMK.010/2018. Peraturan tersebut mengharuskan pebisnis untuk melaporkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) kepada penyedia marketplace dalam PMKNo 210/PMK.010/2018

KAJIAN TEORI

Konsep Perpajakan

Menurut Mardiasmo (2016) Pajak adalah iuran yang berupa uang dari rakyat kepada Negara berdasarkan Undang-Undang yang dapat dipaksakan dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjuk atau digunakan untuk membayar pengeluaran umum Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan: Pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Menurut Waluyo (2016) Pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh wajib pajak membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi-kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.

Dari beberapa pendapat menurut para ahli di atas, maka pengertian pajak menurut penulis adalah kontribusi wajib pajak baik orang pribadi maupun badan kepada negara yang bersifat memaksa dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk kemakmuran masyarakat. Masa Pajak adalah sama dengan satu bulan kalender. Tahun Pajak adalah sama dengan satu tahun kalender atau tahun

takwin. Tahun Pajak bisa menggunakan jangka 26 waktu Januari hingga Desember. Namun bisa dikecualikan jika mengajukan izin untuk menggunakan jangka waktu lain (Harahap, 2021).

E Commerce

Menurut (Rerung, 2018) E-commerce dapat didefinisikan sebagai arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya. Tidak dapat dipungkiri bahwa arena jual beli di dunia maya terbentuk karena terhubungnya berjuta-juta komputer ke dalam satu jaringan raksasa (internet). E-commerce sering juga dikatakan *Market-Making* karena keberadaannya secara langsung telah membentuk pasar di dunia maya yang dapat mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai belahan dunia maya dengan bermodalkan akses internet. Menurut (Harmayani et al., 2020) E-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Menurut (Sarwono & Prihartono, 2016) E-Commerce berkaitan dengan transaksi jual beli yang dilakukan secara digital dengan menggunakan komputer yang tersambung dengan internet. Oleh karena itu peranan internet dalam e-commerce sangat penting karena komputer yang digunakan untuk bertransaksi antara pihak pembeli dan penjual.

Tarif Pajak E-commerce

Tarif merupakan suatu pedoman dasar dalam menetapkan betapa besarnya utang pajak orang pribadi maupun badan, selain sebagai sarana keadilan dalam penetapan utang pajak. Untuk menentukan besarnya persentase tarif tersebut kebijaksanaan pemerintah memegang peran penting. Tercantum pada Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce, menyatakan bahwa "Untuk penyelenggara *Online Marketplace* sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk wajib pajak orang pribadi dikurangi dengan penghasilan tidak kena pajak

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Jenis Data yang digunakan data primer, berupa wawancara dan kuesioner (angket) kepada 25 orang pelaku bisnis *on line*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman pelaku bisnis online atas Pajak *E Commerce*

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

Tabel 1. Pertanyaan terkait pemahaman perpajakan secara umum

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

mendaftarkan usaha di Kantor Pelayanan Pajak Berdomisili	
Faham	5
Tidak	20

Sumber : Data Primer diolah (2022)

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

Tabel 2. Pertanyaan terkait pemahaman pajak *e commerce*

No	Instrumen	Jumlah
1	Pajak yang dikenakan bagi <i>online shop</i> sama dengan pajak toko konvensional. Faham Tidak	6 19
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 Rp 4,8 miliar Faham	4
	Tidak	21
3	Saya memahami prosedur pembayaran pajak <i>e Commerce</i> Faham Tidak	7 18

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas terkait dengan pemahaman responden terkait dengan pertanyaan bahwa Pajak yang dikenakan bagi *online shop* sama dengan pajak toko konvensional, mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 19 responden dan menjawab faham sebanyak 6 responden. Kemudian terkait Pajak penghasilan (PPh) atas UMKM kepada penjual baik melalui e-commerce ataupun toko retail, tarifnya 0,5 persen dari penghasilan bruto jika penghasilan brutonya belum melebihi Rp 4,8 miliar, mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 21 responden dan menjawab faham sebanyak 4 responden, dan selanjutnya terkait Saya memahami prosedur pembayaran pajak *e commerce*, mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 18 responden dan menjawab faham sebanyak 7 responden.

Tabel 3. Pertanyaan terkait pemahaman NPWP

No	Instrumen	Jumlah
1	Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) adalah identitas yang harus dimiliki oleh setiap wajib pajak.	

	Faham	11
	Tidak	14
2	Kewajiban wajib pajak adalah mendaftarkan diri untuk mendapatkan NPWP, menghitung sendiri pajak, mengisi dan melaporkan SPT.	
	Faham	9
	Tidak	16
3	Batas waktu pelaporan SPT selambatlambatnya 3 bulan setelah tahun akhir pajak	
	Faham	7
	Tidak	18

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel dengan pertanyaan bahwa Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) adalah identitas yang harus dimiliki oleh setiap wajib pajak. mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 14 responden dan menjawab faham sebanyak 11 responden. Kemudian terkait Kewajiban wajib pajak adalah mendaftarkan diri untuk mendapatkan NPWP, menghitung sendiri pajak, mengisi dan melaporkan SPT, mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 16 responden dan menjawab faham sebanyak 9 responden. Dan selanjutnya Batas waktu pelaporan SPT selambatlambatnya 3 bulan setelah tahun akhir pajak. mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 18 responden dan menjawab faham sebanyak 7 responden.

Tabel 4. Pengetahuan pelaku bisnis *online* akan sanksi perpajakan

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

Sumber : Data Primer diolah (2022)

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

perpajakan, mayoritas menjawab tidak faham yaitu sebanyak 14 responden dan menjawab faham sebanyak 11 responden

PEMBAHASAN

Pemahaman Pelaku *e commerce* tentang peraturan perpajakan

Pemahaman pajak adalah proses pengubahan sikap dan tata laku seorang wajib pajak atau kelompok wajib pajak dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Pengetahuan akan peraturan perpajakan masyarakat melalui pendidikan formal maupun non formal akan berdampak positif terhadap kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak (Waluyo, 2016). Menurut (Mardiasmo, 2016) apabila pengetahuan tentang pajak seseorang ditingkatkan maka kepatuhan wajib pajak juga akan meningkat. 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.

Secara singkat, perkembangan pesat dari *e-commerce* di Indonesia akan menghasilkan pendapatan Indonesia meningkat. Namun, hal tersebut belum sepenuhnya berbanding lurus dengan pendapatan pajak di Indonesia walaupun pemerintah telah mengeluarkan beberapa peraturan terkait dengan transaksi digital ini. Hal tersebut dikarenakan minimnya kesadaran para pedagang atau penyedia jasa digital akan membayar pajak dan sulitnya pemerintah mencari para pedagang atau penyedia jasa tersebut karena mereka tidak memiliki toko fisik. Padahal jika mereka sadar akan pentingnya membayar pajak tentunya akan berdampak baik untuk ekonomi di Indonesia karena manfaat pajak sangat banyak untuk pembangunan negara. Peraturan pemerintah yang mengatur tentang transaksi digital ini dapat meningkatkan pendapatan pajak di Indonesia apabila diiringi dengan kesadaran para penjual atau penyedia jasa digital akan membayar pajak (Ayuningtias, 2021).

Hasil penelitian ini menjawab rumusan masalah yang menyatakan bahwa pelaku bisnis *online* di Kota Medan belum memahami terkait dengan pajak *e commerce*, 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 *e commerce*.

Dampak Pemahaman Perpajakan dalam Keinginan Membayar Pajak Pelaku *e commerce*

Tingkat pemahaman pajak apabila dilihat dari perspektif hukum adalah suatu perikatan yang timbul karena adanya undang-undang yang menyebabkan timbulnya kewajiban warga negara untuk menyetorkan sejumlah penghasilan tertentu kepada negara dan negara mempunyai kekuatan untuk memaksa dan uang pajak tersebut harus dipergunakan untuk penyelenggaraan pemerintahan. Pendekatan hukum ini memperlihatkan bahwa pajak yang dipungut harus berdasarkan undang-undang sehingga menjamin adanya kepastian hukum, baik bagi fiskus sebagai pemungut pajak maupun wajib pajak sebagai penyetor pajak (Pratiwi, 2020).

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. Pertumbuhan jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Namun, peningkatan jumlah pelaku bisnis online ini tidak diimbangi dengan pengetahuan para pemilik UMKM untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya (Riswanto et al., 2017).

Hasil penelitian ini menjawab rumusan masalah bahwa pemahaman terkait pajak *e commerce* akan berdampak kepada keinginan membayar pajak bagi pelaku bisnis *online*, Untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak maka perlu adanya 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

PENUTUP

Pelaku bisnis *online* di Kota Medan belum memahami terkait dengan pajak *e commerce*, jika ini terus berlanjut dikhawatirkan akan terjadi kerugian sendiri bagi pelaku bisnis *online* terkait dengan sanksi perpajakan. Pemahaman tentang perpajakan akan memberikan dampak keinginan dan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, karena mereka akan lebih sadar fungsi dan manfaat membayar pajak serta tau prosedur dan tarif serta sanksi perpajakan yang didapatk jika tidak membayar pajak. Bagi Direktorat Jenderal Pajak, hendaknya melakukan sosialisasi perpajakan kepada para pelaku bisnis *online* agar memahami terkait dengan perpajakan, prosedur pembayaran, tarif serta sanksi yang akan diberikan, hal ini dapat dilakukan melalui iklan, penyebaran brosur, spanduk, acara-acara khusus dan seminar-seminar sehingga informasi dapat tersampaikan dengan efektif. Bagi pelaku usaha bisnis *online*, untuk dapat meningkatkan respon terkait dengan keingintahuan dan pemahaman terkait dengan perpajakan, agar dapat mengembangkan usahanya dengan baik dan tidak mendapatkan kerugian akibat sanksi perpajakan yang diberikan. Bagi penelitan selanjutnya, untuk dapat menambahkan jumlah responden serta instrumen pertanyaan agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik

REFERENCES

- Anisa, T. (2021, November 10). Semakin berkembang, ini potensi e-commerce di Indonesia. <https://www.ekrut.com/media/semakin-berkembang-ini-potensi-e-commerce-di-indonesia>
- 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.
- Ayuningtias, A. (2021, Agustus). <https://www.pajak.com/pwf/perkembangan-ecommerce-untung-atau-rugi-pajak/>.
- Retrieved Juli 15, 2022, from <https://www.pajak.com>
- Hafsah, H., & Hanum, Z. (2021). Penggunaan Akuntansi Dalam Menjalankan Usaha Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Di Kelurahan Gedung Johor Kecamatan Medan Johor. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 307–318.
- Harahap, R. U. (2021). Pelaporan Pajak Penghasilan (Pph) Terutang Wajib Pajak Badan Pada KPP Pratama Binjai.
- UMSU.
- Harmayani, Marpaung, D., Hamzah, A., & Mulyani, N. (2020). E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digita. *Yayasan Kita Menulis*.
- Intan, N. (2021, November 13). OJK: 88,1 Persen Pengguna Internet Belanja Pakai E-Commerce. <https://www.republika.co.id/berita/r2i9wt320/ojk-881-persen-pengguna-internet-belanjapakai-ecommerce>
- Keuangan, K. (2018, Desember 31). <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2018/210~PMK.010~2018Per.pdf>. Retrieved Juli 2, 2022 from <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2018/210~PMK.010~2018Per.pdf>
- Lestari, A. M., & Damayanti, T. W. (2019). Pemahaman Pelaku Bisnis Online Atas Aturan Perpajakan: Sebuah Preliminary Study. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 4(1), 29–43.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan*. Andi Offset.
- Murni, E., Diniati, D., Mustakim, M., Kusumanto, I., & Anwardi, A. (2020). Perancangan dan Implementasi Sistem Website E-commerce dalam Bisnis Bakery Upaya Meningkatkan Penjualan dan Pemasaran Menggunakan Metode Waterfall Pada Pabrik Prima Sari Bakery. *Jurnal Rekayasa Sistem dan Industri*.
- Pratiwi, I. W. (2020). Analisis Tentang Pemahaman Pajak E-Commerce Pada Pemilik Online Shop di Surabaya.
- Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara.
- 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.
- Riswanto, A., Ningsih, S. R., & Daryati, D. (2017). Pengendalian Intern Dan Pemberian Kredit Usaha: Analisis Peranan Dan Efektifitas Sistem. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 419–428. <https://doi.org/10.17509/jrak.v4i3.4670>
- Riyanto, G. P. (2021, February 23). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta. *Kompas.Com*. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Sarwono, & Prihartono. (2016). *Perdagangan Online Cara Bisnis Di Internet*. PT. Elex Media Komputindo.
- Setyarini, Y., & Triono, D. (2021). Pemahaman Peraturan Perpajakan Pada Pelaku Bisnis E-Commerce Di Indonesia (Study Preliminary). *E-Jurnal Kewirausahaan*, 4(1), 60
- Wahyudi, H., & Sanjaya, S. S. S. (2018). Efek Mediasi Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pengaruh Pemahaman Dan Kesadaran WAjib Pajak Terhadap Keberhasilan Penerimaan Pajak Penghasilan. *Kumpulan Penelitian Dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Waluyo. (2016). *Perpajakan Indonesia*. Salemba Empat