

Pemahaman Pajak E-Commerce Pada Pemilik *Online Shop* Di Kecamatan Sunggal

Sumardi Adiman, Junawan

Perpajakan, Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi, Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Sei Sikambang 20122
Kota Medan Sumatera Utara, Indonesia

sumardiadiman@dosen.pancabudi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pemahaman pelaku bisnis online atas pajak e commerce di Kecamatan Sunggal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data primer yang diperoleh dari wawancara kepada pelaku bisnis online di Kecamatan Sunggal. Dengan menggunakan responden target sebanyak 15 orang. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif, dengan menggunakan tahapan-tahapan pengumpulan data, analisis data dan pengambilan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa Pada pelaku bisnis online di Kecamatan Sunggal, mayoritas responden belum memahami terkait dengan perpajakan secara umum. Pada pelaku bisnis online di Kecamatan Sunggal, mayoritas responden belum memahami terkait dengan pemberlakuan pajak e commerce. Pada pelaku bisnis online di Kecamatan Sunggal, mayoritas responden belum memahami terkait dengan NPWP. Dan Pada pelaku bisnis online di Kecamatan Sunggal, mayoritas responden belum memahami terkait dengan sanksi perpajakan. Pemahaman tentang perpajakan akan memberikan pengaruh terhadap 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 didapatkan jika tidak membayar pajak.

Kata Kunci: Pajak; E-Commerce.; Online Shop.

PENDAHULUAN

Pemanfaatan teknologi informasi, media, dan komunikasi sebagai salah satu dampak globalisasi telah mengubah baik perilaku masyarakat maupun peradaban manusia dalam berbagai aspek, salah satunya adalah penggunaan media elektronik atau internet. Semakin hari pengguna internet terus bertambah dan semakin banyak kegiatan yang dilakukan melalui media internet karena internet mudah diakses dan digunakan. Salah satu kegiatan yang dimaksud adalah berkaitan dengan keberadaan jual beli barang dan/atau jasa. Secara konvensional (sebelum adanya internet), jual beli barang dan/atau jasa hanya bisa dilakukan apabila konsumen mendatangi langsung tempat yang menyediakan barang dan/atau jasa tersebut. Sedangkan pada era revolusi industri 4.0 saat ini, akses internet menjadi lebih mudah dan cepat karena transaksi hanya dilakukan pada perangkat yang telah tersambung ke internet.

Seiring perkembangan teknologi dan informasi, kini berbagai transaksi perdagangan barang atau jasa dapat dilakukan secara online. Berkembangnya perdagangan secara online didasarkan atas kemudahan bagi pelaku bisnis dalam mempromosikan barangnya serta tidak memerlukan biaya yang lebih karena tidak dibutuhkan adanya toko secara fisik. Kegiatan jual beli barang dan/atau jasa melalui media internet dikenal dengan electronic commerce (selanjutnya disebut e-commerce) yang merupakan bagian dari electronic business, yaitu bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic transmission. E-commerce digunakan sebagai transaksi bisnis antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, antara perusahaan dengan pelanggan, dan/atau antara perusahaan dengan institusi yang bergerak dalam pelayanan publik. E-commerce menjadi semakin populer karena selain kemudahan dan kecepatan akses ke jaringan internet melalui berbagai media elektronik seperti laptop, komputer, bahkan gadget, transaksi e-commerce dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun sehingga menjadikan bisnis melalui media elektronik (internet) semakin menjamur, dapat dilihat dari terus meningkatnya ecommerce di era digital saat ini. Tahun 2017, e-commerce menyumbang 10,2 persen dari total penjualan ritel global, meningkat menjadi 11,9 persen di tahun 2018, diperkirakan pada tahun 2019 ini mencapai 13,7 persen dan diprediksi akan mencapai 17,5 persen pada tahun 2021 mendatang dengan total penjualan retail dari ecommerce mencapai US\$ 4,9 miliar (Clement, 2019).

Kemudahan yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi pada era globalisasi ini bukan tanpa risiko, kekurangan, dan kendala. Selain menghadapi permasalahan kejahatan dalam cyber space, juga memiliki permasalahan

dalam bidang pajak. Pemerintah menghadapi tantangan tersendiri dalam menangani permasalahan pajak, khususnya pajak penghasilan dari e-commerce, karena kemajuan yang pesat di dunia usaha tidak selalu diikuti dengan kemajuan yang sama dalam bidang hukum. Begitu pula dengan kondisi Indonesia, hingga saat ini pemerintah masih belum memiliki data pasti terkait total transaksi secara keseluruhan mengenai belanja melalui internet, sehingga masih ada kesulitan untuk melakukan penghitungan jumlah pajak dan pengawasan dalam kegiatan e-commerce. Untuk itu diperlukan adanya regulasi yang mengatur masalah perpajakan e-commerce sehingga terdapat payung hukum yang jelas mengenai transaksi e-commerce.

Suatu kegiatan bisnis yang mendatangkan keuntungan, seperti transaksi jual beli melalui internet tidak akan terlepas dari pengenaan pajak, khususnya pajak penghasilan pihak penjual. Berbeda dengan transaksi perdagangan konvensional, transaksi e-commerce memiliki beberapa karakteristik khusus, sehingga mengakibatkan implikasi pajak yang agak rumit dari kegiatan tersebut, misalnya dalam hal pengawasan. Jumlah pelaku e-commerce dan berapa jumlah nominal transaksi e-commerce tidak mudah untuk diketahui dan dipantau, sehingga berdampak juga dalam hal pajak. Kendala tersebut disebabkan karena kemampuan teknologi informasi dalam bidang pengawasan masih minim dan kendala dalam kemampuan sumber daya manusia.

Direktorat Jenderal Pajak memiliki sekitar 6.690 orang account representative yang salah satu tugasnya adalah melakukan pengawasan kepatuhan perpajakan wajib pajak. Wajib pajak yang dapat diawasi oleh account representative hanya yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (selanjutnya disebut NPWP) saja. Hingga saat ini, dimungkinkan masih banyak wajib pajak yang melakukan transaksi e-commerce tapi tidak terdaftar sebagai wajib pajak karena tidak membuat dan tidak memiliki NPWP. Menurut Kepala Subdit Manajemen Transformasi Nufransa Wira Sakti dalam Seminar Perpajakan “Pemenuhan Kewajiban Perpajakan Bagi Pelaku E-Commerce di Indonesia” yang diadakan oleh Direktorat Jenderal Pajak, mengungkapkan bahwa meskipun pasar e-commerce berkembang pesat di Indonesia namun masih sedikit pelaku e-commerce yang sudah memiliki NPWP. Sebanyak 1.600 pelaku e-commerce yang dijadikan sampling, 1.000 diantaranya sudah teridentifikasi, dan 600 belum teridentifikasi. Dari 1.000 yang sudah teridentifikasi tersebut hanya 620 yang memiliki NPWP. Artinya hanya 38,75% pelaku e-commerce yang memiliki NPWP dari total 1.600 pelaku e-commerce yang dijadikan sampling (Sakti, 2014).

Fenomena jual beli e-commerce telah mengubah proses bisnis tradisional menjadi bisnis berbasis digital dengan menghilangkan inefisiensi pasar sehingga terbentuk suatu bisnis dengan dimensi baru. E-commerce merubah proses pemasaran yang sebelumnya dilakukan secara konvensional beralih ke model pemasaran melalui sistem digital. Pemerintah telah mengatur aturan terkait e-commerce dalam beberapa kajian hukum. Diantaranya tercantum pada Undang-undang (UU) No. 7 tahun 2014 tentang perdagangan yang menjelaskan kepastian hukum serta kesepahaman mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik.

Demikian juga Peraturan mengenai perpajakan e-commerce juga telah dijelaskan oleh pemerintah melalui Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE/62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi e-commerce dan Surat Edaran SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi e-commerce. Peraturan tersebut terdiri dari Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi e-commerce yang meliputi Pajak atas proses bisnis jasa penyediaan tempat dan/atau waktu (online market place), pajak atas proses bisnis penjualan barang dan/atau jasa (classified ads), pajak atas proses bisnis penyerahan hasil penjualan kepada online market place merchant oleh penyelenggara online market place (daily deals) dan pajak atas online retail.

Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE/62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi e-commerce dan Surat Edaran SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas transaksi e-commerce merupakan bentuk penegasan hukum atas pengenaan pajak transaksi e-commerce yang mengisyaratkan bahwa ketentuan perpajakan terkait dengan transaksi atas e-commerce sama ketentuannya dengan perpajakan konvensional yang terdiri dari mendaftarkan, menghitung, membayar dan melapor bagi setiap pelaku usaha yang melakukan kegiatan e-commerce.

Bahwa menurut Surat Edaran PMK.010/2018 telah ditegaskan secara efektif berlaku pada 1 April 2019. Dalam peraturan perpajakan terkait Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (e-commerce) ini, penyedia platform marketplace wajib memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sekaligus wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Kewajiban pengukuhan sebagai Pengusaha Kena Pajak juga diberlakukan kepada penyedia platform marketplace meskipun memenuhi kriteria sebagai pengusaha kecil. Pada

penelitian ini, Surabaya merupakan lokasi penelitian, dan merupakan salah satu desa di wilayah kota Medan yang masyarakatnya gemar melakukan transaksi jual beli secara online. Penelitian ini akan berfokus pada pengenalan pajak untuk online shop, yang dimana akan menganalisa perkembangan kebijakan pajak e-commerce yang berkontribusi untuk pemasukan pajak negara.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan termasuk kategori penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2005) adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Adapun prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi adanya permasalahan yang signifikan untuk dipecahkan melalui metode deskriptif.
2. Membatasi dan merumuskan permasalahan secara jelas.
3. Menentukan tujuan dan manfaat penelitian.
4. Melakukan studi pustaka yang berkaitan dengan permasalahan.
5. Menentukan kerangka berpikir, dan pertanyaan penelitian
6. Membuat laporan penelitian.

Adapun parameter yang diamati adalah bagaimana pajak *E-Commerce* pada *online shop* di Kecamatan Sunggal dengan tujuan untuk meningkatkan perekonomian desa dan peningkatan pendapatan pajak negara.

Lokasi penelitian adalah tempat di mana si peneliti melakukan penelitian terhadap objek yang diteliti. Pada penelitian ini lokasi penelitian adalah di Kecamatan Sunggal, adapun Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2022

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan data yang digunakan merupakan jenis data kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian tanpa harus melalui pihak ketiga. Metode yang dilakukan adalah wawancara dan observasi merupakan tanya jawab yang dilaksanakan kepada pihak Masyarakat di Kecamatan Sunggal. Hasil dari wawancara tersebut peneliti mendapatkan penjelasan mengenai bagaimana pajak *E-Commerce* pada *online shop* di desa itu. Penulis juga mendapatkan keterangan mengenai permasalahan yang dihadapi oleh Masyarakat sebagai dampak dari sistem yg sudah dijalani selama ini. Obyek dalam penelitian kali ini adalah Masyarakat di Kecamatan Sunggal.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi data yang berkaitan dengan pajak *E-Commerce* pada *online shop* di desa itu dan wawancara langsung oleh masyarakat di Kecamatan Sunggal.

Menurut Salim (2006) istilah sampel dalam penelitian kualitatif lazim disebut sebagai kasus atau informan. Lebih lanjut menurut Salim, karakter penelitian kualitatif yang bersifat investigatif mengakibatkan pengambilan sampel dalam studi kualitatif lebih menekankan pada kualitas sampel dan bukan pada jumlah/kuantitasnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel masyarakat di Kecamatan Sunggal.

Model Miles and Huberman dalam Sugiyono (2015:246) mengemukakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Berdasarkan penjelasan di atas, maka analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa komponen yaitu:

Data reduction (Reduksi Data)

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan.. Untuk memperjelas data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan wawancara, observasi, dan hasil studi dokumentasi yang ditujukan kepada masyarakat Di Kecamatan Sunggal

Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan, untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

Conclusion Drawing/Verivication

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemahaman Pelaku Bisnis Online Shop Tentang Peraturan Pajak

Hasil penelitian penulis dengan pemilik bisnis online shop mikada.id mengatakan definisi dari pajak secara umum adalah pungutan wajib dari warga negara (orang pribadi) maupun badan atau perusahaan yang diberikan kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang. Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang nantinya akan digunakan untuk kepentingan umum dan negara.

Hasil penelitian penulis dengan pemilik bisnis online shop hijabonline mengatakan bahwa definisi dari pajak secara umum adalah kewajiban setiap warga negara Indonesia yang sudah memiliki penghasilan dan memiliki NPWP bagi karyawan. Dan uang hasilnya bisa dibuat untuk kepentingan orang banyak seperti jalan ataupun fasilitas umum dan kebijakan-kebijakan yang menguntungkan kita sebagai masyarakat yang bayar pajak.

Hasil penelitian penulis dengan pemilik bisnis online shop secondstuff mengatakan bahwa definisi dari pajak secara umum yaitu Pajak adalah pemungutan wajib dari rakyat untuk negara atau dengan kata lain kewajiban pembayaran sumbangan wajib terhadap negara yang dilakukan secara paksa dan tidak mendapatkan imbalan jasa secara langsung.

Hasil penelitian penulis dengan pemilik bisnis online shop mikashop mengatakan bahwa definisi pajak secara umum adalah kontribusi wajib 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.

Hasil penelitian penulis dengan pemilik bisnis online shop Co.babyshop dan humairahshop mengatakan bahwa definisi pajak secara umum adalah iuran tahunan yang harus dibayarkan sesuai peraturan yang ada kepada negara untuk kepentingan pemerintah dan kesejahteraan rakyat Indonesia.

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang pemahaman pajak secara umum dari beberapa narasumber menunjukkan hasil positif dan signifikan, karena semua pemilik bisnis online shop yang telah diteliti mengerti dan memahami dengan jelas mengenai pengertian pajak secara umum.

2. Pengetahuan Pelaku Online Shop atas Pemberlakuan Pajak Terhadap Transaksi E-Commerce

Hasil penelitian penulis dengan pemilik bisnis online shop mengenai adanya pemberlakuan transaksi pajak e-commerce mengatakan bahwa pemilik bisnis online shop mengetahui tentang adanya pemberlakuan pajak namun masih kurang memahami secara mendetail.

Hasil penelitian penulis dengan pemilik bisnis online shop mengenai adanya pemberlakuan transaksi pajak e-commerce mengatakan bahwa tidak mengetahui sama sekali tentang adanya pemberlakuan kebijakan pajak terhadap transaksi e-commerce.

Kesimpulan dari hasil penelitian mengenai pemberlakuan pajak terhadap transaksi e-commerce menunjukkan bahwa masih ada beberapa online shop yang masih kurang mengetahui tentang adanya pemberlakuan pajak terhadap transaksi e-commerce.

3. Tanggapan Pelaku Online Shop Tentang Adanya Pemberlakuan Pajak Terhadap Transaksi E-Commerce

Hasil penelitian penulis dengan pemilik bisnis online shop mengatakan bahwa sebaiknya untuk pelaku usaha berskala kecil dan baru merintis tidak perlu dikenakan pajak e-commerce karena pendapatan masih tergolong rendah.

Hasil penelitian penulis dengan pemilik bisnis online shop mengatakan bahwa selama itu menguntungkan untuk kedua belah pihak antara Pemerintah dengan pemilik bisnis online shop, tidak masalah jika diberlakukan pajak e-commerce karena bagi mereka membayar pajak adalah suatu kewajiban bagi rakyat Indonesia demi kepentingan bersama.

Hasil penelitian penulis dengan pemilik bisnis online shop mengatakan bahwa pemberlakuan pajak terhadap e-commerce dinilai tidak memberatkan apabila pendapatan sudah melebihi omset yang seharusnya dan sudah memenuhi kewajiban seperti membayar gaji karyawan dan biaya sewa.

Kesimpulan mengenai hasil penelitian penulis dengan pemilik bisnis online shop tentang tanggapan adanya pemberlakuan pajak terhadap transaksi e-commerce mengatakan bahwa tidak keberatan membayar pajak apabila tidak merugikan, omset penjualan sudah tinggi dan sudah memenuhi kewajiban seperti membayar gaji karyawan dan biaya sewa.

Seharusnya dengan banyaknya bisnis online, Dinas Pajak bisa menerima pendapatan dari sektor e-commerce. Namun dengan minimnya pengetahuan para pelaku bisnis online membuat Dinas Pajak harus melakukan tindakan secara efektif agar pemerintah dan para pelaku bisnis ini bisa mendapatkan keuntungan kedua belah pihak tanpa ada yang dirugikan. Sesuai dengan definisi pajak Teori Seomitro (2014:1) mengatakan pajak adalah iuran masyarakat kepada Kas Negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) langsung. Kalau belum, apa alasan anda? Karna tidak ada sosialisasi yang jelas. Karna belum mengetahui secara jelas. Karna belum pernah mendapat sosialisasi tentang adanya pajak tersebut. Dan juga penghasilan saya juga belum mendapatkan laba yang begitu besar. Karna penghasilan saya belum bisa mencakup semua pengeluaran yang ada. Adakah saran untuk perpajakan Indonesia terutama di bidang ecommerce? Sebelum memperlakukan pajak untuk ecommerce mungkin harus memikirkan dampak pendapatan penjual jika harus membayar pajak otomatis jika ada pajak, tentu laba semakin sedikit/ harga terlalu mahal utk pembeli dan penjualan bisa jadi menurun. Jika omset besar yg bisa dikenakan pajak. Lebih ditingkatkan mengenai sosialisasi kepada setiap pelaku bisnis online shop. Kalau memang akan memperlakukan pajak untuk e-commerce harus ada pemberitahuan, pengetahuan terlebih dahulu terhadap pemilik e-commerce. Dan mungkin juga harus memikirkan dampak pendapatan penjual jika harus membayar pajak otomatis jika ada pajak tentu saja laba semakin sedikit. Kalau pun harga barang dinaikkan harga barang akan terlalu mahal untuk pembeli dan penjualan bisa jadi menurun. Jadi, lebih baik dipilah terlebih dahulu untuk e-commerce yang wajib pajak. Lebih menegaskan peraturan yang ada, agar pelaku bisnis online shop pun tau harus bertindak seperti apa jika ada peraturan yang memang harus dilakukan. dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum yang gunanya untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara dalam menyelenggarakan tugas pemerintahan.

KESIMPULAN

Pelaku bisnis online di Kecamatan Sunggal belum memahami terkait dengan pemberlakuan pajak e-commerce apalagi terkait dengan adanya sanksi yang diberlakukan jika pelaku usaha online shop tidak membayar pajak. Pemahaman akan perpajakan tidak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan akan membayar pajak bagi pelaku online shop di Kecamatan Medan Sunggal, hal tersebut dikarenakan pelaku usaha online shop merasa bahwa penghasilan mereka masih tergolong kecil dan jika membayar pajak maka penghasilan mereka makin berkurang. Dari kesimpulan diatas diharapkan pihak DJP agar lebih gencar melakukan sosialisasi akan pemahaman pajak e-commerce agar menambah pengetahuan pajak bagi pelaku usaha online shop, agar pihak pelaku usaha tidak merasa mengalami kerugian akan ada nya sanksi bagi yang tidak membayar pajak.

REFERENCES

- Aprilia, Anita, Astuti & Nuzula, 2014. Penanganan dan Pengawasan Perpajakan dalam Intensifikasi di Bidang e-Commerce (Studi pada KPP Pratama Malang Selatan). Jurnal Mahasiswa Perpajakan Vo.2, No.1
- Baptista Husada, Y., Tegar Kurniawan, S., & Fatmawati, D. (2020). Analisis Perbandingan Penerapan Pajak E-Commerce Dengan Konvensional.
- Clement, J. (2019). Penjualan E-Commerce Ritel Global 2014-2021. Retrieved March 21, 2019, from <https://www-statistica.com/statistics/379046/worldwide-retail-ecommerce-sales/>
- Cahyana, R. J. 2015. Fungsi dan Peranan Teknologi Informasi (Aplikasi/Software) Bagi Perusahaan, Retrieved from http://www.compasyana.com/raffiansyahjc/fungsi-dan-peranan-teknologiinformasi-aplikasi-software-bagi-perusahaan_5656f3cb159373db144f054d
- Eviera, Maharani Utomo. 2013. Transaksi E-Commerce Sebagai Potensi Penerimaan Pajak di Indonesia. Jurnal Akuntansi Unesa, Vol.2 No.1, 01- 20
- Handriman Jamain, T. (2019). Analisis Kesadaran Wajib Pajak Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) Yang Merupakan Pelaku E-Commerce Di Kota DKI Jakarta (Vol. 2, Issue 2). <https://databoks.katadata.co.id>

- Sakti, N. W. (2014). Seminar Perpajakan “Pemenuhan Kewajiban Perpajakan Bagi Pelaku e- Commerce Di Indonesia” yang diadakan oleh Direktorat Jenderal (Ditjen) Pajak di Jakarta, 27 Agustus 2014.
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian. Alfabeta.
- Rochmat Soemitro, S.H dalam Resmi (2014:1), Pengertian pajak, Menurut ahli.
- 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.
- Wicaksono, M. (2018). Bisnis Online. Kompas Gramedia