

**ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK
ATAS TRANSAKSI *ONLINE (E - COMMERCE)*
DI JAWA TIMUR
(Studi Kasus Pada Situs Belanja Bukalapak dan Tokopedia)**

SKRIPSI



Oleh

BAGAS ANTARIKSA

NIM: 15520001

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

**ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK
ATAS TRANSAKSI *ONLINE (E - COMMERCE)*
DI JAWA TIMUR
(Studi Kasus Pada Situs Belanja Bukalapak dan Tokopedia)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi (S.Akun)



Oleh

BAGAS ANTARIKSA

NIM: 15520001

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK
ATAS TRANSAKSI *ONLINE (E-COMMERCE)*
DI JAWA TIMUR
(Studi Kasus Pada Situs Belanja Bukalapak dan Tokopedia)**

SKRIPSI

Oleh

BAGAS ANTARIKSA

NIM : 15520001

Telah disetujui pada tanggal 5 Mei 2020

Dosen Pembimbing,

**Sri Andriani, SE., M.Si
NIP.197503113 200912 2 001**

Mengetahui :
Ketua Jurusan

**Dr.Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 19720322 200801 2 005**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK ATAS TRANSAKSI *ONLINE (E-COMMERCE)* DI JAWA TIMUR (Studi Kasus Pada Situs Belanja Bukalapak dan Tokopedia)

SKRIPSI

Oleh
BAGAS ANTARIKSA
NIM: 15520001

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Pada 19 Mei 2020

Susunan Dosen Penguji

Tanda Tangan

- | | |
|---|--------------------------|
| 1. Ketua Penguji
<u>Sulis Rochayatun, M.Akun., CA., Ak., CSA., CSRA</u>
NIDT. 1976031320180201 2 188 | () |
| 2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
<u>Sri Andriani, SE., M.Si</u>
NIP.197503113 200912 2 001 | () |
| 3. Penguji Utama
<u>Dr.Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA</u>
NIP. 19720322 200801 2 005 | () |

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan

Dr.Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 19720322 200801 2 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : Bagas Antariksa
NIM : 15520001
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa “**skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK ATAS TRANSAKSI ONLINE (E - COMMERCE) DI JAWA TIMUR (STUDI KASUS PADA SITUS BELANJA BUKALAPAK DAN TOKOPEDIA)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 5 Mei 2020
Hormat saya.



Bagas Antariksa
NIM: 15520001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan saya kelancaran

dan kemudahan sehingga karya ini terselesaikan dengan baik.

Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad

SAW yang membawa kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang

benderang. Sebuah hasil sempurna tidak pernah didapat dengan perjuangan

yang hebat, dengan penuh kerendahan hati saya persembahkan karya

sedehana ini untuk:

KELUARGA BESARKU

Bapak (Siradjul Anam) dan Ibu (Mustri)

Yang sudah mendidik dengan kesabaran serta keikhlasan yang selalu

mendoakan untuk kesuksesan saya, serta kakak saya (Bagas Adi Makayasa)

yang selalu memberikan motivasi dan materil.

Kepada teman-teman khususnya (Lila Ayu Fauziah) yang sudah berjuang

menempuh pendidikan, merasakan pahitnya perantauan selama empat tahun

dalam menyandang gelar sarjana. Serta kepada seluruh guru, dosen, dan

seluruh pembimbing yang bersedia berbagai pengetahuan, ilmu kehidupan,

dan seluruh ilmu yang belum pernah saya dapatkan.

Malang, 5 Mei 2020



Bagas Antariksa

HALAMAN MOTTO

**“Sebagus Apapun Karya yang Kalian Miliki, Percayalah Bahwa Tidak
Ada Satu Karyapun yang Hebat, yang Ada Hanyalah Karya Ulang yang
Dibuat”**

“Bagas Antariksa”

**“Berkarya merupakan hal yang paling mudah, Amati, Tiru, dan
Modifikasi”**

“Bagas Antariksa”

**“Jangan Pernah Berpikir Apresiasi Atas Hasil Karya yang Dibuat, Jika
Belum Bermanfaat Oleh Semua Orang”**

“Bagas Antariksa”

**Semua Alat yang Kalian Pergunakan Merupakan Benda Bodoh, Hanya
Seseoranglah Yang Mampu Menjadikannya Pintar”**

“Bagas Antariksa”

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK ATAS TRANSAKSI *ONLINE (E-COMMERCE)* DI JAWA TIMUR (STUDI KASUS PADA SITUS BELANJA BUKALAPAK DAN TOKOPEDIA)”.

Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang sudah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni *Din al-Islam*.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan serta keikhlasan dalam mengajarkan ilmu pengetahuan. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abd. Haris, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE, M.Si., Ak., CA, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Sri Andriani, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing skripsi.
5. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

6. Bapak, Ibu, dan Kakak seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moral dan materil.
7. Para pelaku usaha *online* di situs belanja Bukalapak dan Tokopedia yang bersedia menjadi responden peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Angkatan 2015 Jurusan Akuntansi, Teman seperjuangan dalam mengejar gelar S.Akun yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
9. Keluarga besar Ikatan Mahasiswa Bojonegoro (IKAMARO), terimakasih telah memberikan kesempatan berproses bersama untuk menjadi pribadi yang lebih baik lewat pengembangan *Character Building*.
10. Segenap Takmir dan Remas Musholla Shohihul Muttaqien Kota Malang, terima kasih atas didikan selama ini dalam belajar bermasyarakat yang baik
11. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penulisan ini. Peneliti berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal Alamin...

Malang, 5 Mei 2020



Bagas Antariksa

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Arab).....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan.....	10
1.4 Manfaat.....	10
1.5 Batasan Penelitian	11
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis.....	19
2.2.1 Pajak.....	19
2.2.1.1 Subjek Pajak.....	21
2.2.1.2 Pajak dalam syariat islam.....	24
2.2.1.3 Pajak menurut para ulama	25
2.2.1.4 Kepatuhan pajak.....	28
2.2.2 Perdagangan Online (<i>E-Commerce</i>)	29
2.2.2.1 Definisi <i>E-Commerce</i>	30
2.2.2.2 <i>E-Commerce</i> di Indonesia	31
2.2.2.3 Profil <i>Marketplace</i> Tokopedia	32
2.2.2.4 Profil <i>Marketplace</i> Bukalapak	33
2.2.3 Peraturan Perundang-undangan	35
2.2.3.1 Peraturan Menteri Keuangan	
Nomor 192 Tahun 2007	35
2.2.4 Integrasi Islam.....	39
2.2.4.1 Penerapan Akad <i>As-salam</i>	
Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i>	42
2.3 Kerangka Berfikir.....	47

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	48
3.2 Lokasi Penelitian	48
3.3 Subjek Penelitian.....	49
3.4 Data dan Jenis Data	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.6 Analisis Data	53

BAB 4 PEMAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Pemaparan Data Hasil Penelitian	54
4.1.1 <i>Marketplace</i> Tokopedia	55
4.1.2 <i>Marketplace</i> Bukalapak	56
4.1.3 Proses Pencarian Responden.....	57
4.1.4 Teknik Penyebaran Kuisisioner.....	61
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	62
4.2.1 Analisis Skala <i>Guttman</i>	62
4.2.2 Hasil Uji Koefisien Reprodusibilitas Kuisisioner	63
4.2.3 Hasil Uji Koefisien Skalabilitas Kuisisioner	68
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan NPWP	71
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Omzet</i>	76
4.2.9 Kriteria Wajib Pajak Tepat Waktu Menyampaikan SPT	77
4.2.10 Kriteria Wajib Pajak Tidak Mempunyai Tunggakan Pajak.....	80
4.2.11 Kriteria Wajib Pajak Dalam Mengaudit Laporan Keuangan	80
4.2.12 Kriteria Wajib Pajak Tidak Pernah Terlibat Tindakan Kriminal.....	82
4.3.13 Integrasi Akad <i>As-salam</i> Pada Transaksi <i>E-commerce</i>	84

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran dan Rekomendasi	87

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Realisasi Penerimaan Negara Tahun 2014-2019.....	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian-Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Ciri-Ciri Studi Kasus	48
Tabel 3.2 Daftar Responden	49
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuisisioner <i>Online</i>	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Tokopedia dan Bukalapak Berdasarkan Kepemilikan NPWP	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Tokopedia Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Bukalapak Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Tokopedia Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Bukalapak Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Tokopedia Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.8 Hasil Responden Bukalapak Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Tokopedia Berdasarkan <i>Omzet</i> yang Diterima	64
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Bukalapak Berdasarkan <i>Omzet</i> yang Diterima	64
Tabel 4.12 Karakteristik Wajib Pajak Patuh	65
Tabel 4.13 Karakteristik Wajib Pajak Patuh	67
Tabel 4.14 Karakteristik Wajib Pajak Patuh	68

Tabel 4.15 Karakteristik Wajib Pajak Patuh.....	70
Tabel 4.16 Hasil Distribusi Skor Kuisisioner.....	73



DAFTAR GAMBAR, DIAGRAM, & GRAFIK

	Halaman
Diagram 1.1 <i>E-Commerce</i> Paling Banyak Di Kunjungi Di Indonesia	8
Gambar 2.1 Rumus Uji Validitas dan Realibilitas	
Menggunakan Skala Guttman.....	45
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	46
Gambar 4.1 Halaman Dashbord Tokopedia	52
Gambar 4.2 Halaman Dashbord Bukalapak	53
Gambar 4.3 Halaman Kategori Tokopedia	54
Gambar 4.4 Halaman Kategori Bukalapak	55
Gambar 4.5 Halaman Filter Lokasi di Tokopedia	56
Gambar 4.6 Halaman Filter <i>Best Seller</i> Bukalapak	57
Gambar 4.7 Halaman <i>Chatting</i> Bukalapak	57
Gambar 4.8 Rumus Koefisien Reprodusibilitas	71
Gambar 4.9 Rumus Koefisien Skalabilitas	72
Gambar 4.10 Uji Koefisien Reprodusibilitas	74
Gambar 4.11 <i>Output</i> Uji Koefisien Reprodusibilitas dan Skalabilitas	75
Gambar 4.12 Siklus Transaksi Jual Beli <i>Online</i>	76

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Bukti Konsultasi
- Lampiran 2 Kuisioner Penelitian
- Lampiran 3 Formulir Perubahan Judul Skripsi
- Lampiran 4 Biodata Peneliti



ABSTRAK

Bagas Antariksa. 2019, SKRIPSI. Judul: "Analisis Tingkat Kepatuhan Pajak Atas Transaksi *Online (E-Commerce)* di Jawa Timur (Studi Kasus Pada Situs Belanja Bukalapak dan Tokopedia)"

Pembimbing : Sri Andriani, SE., M.Si

Kata Kunci : Kepatuhan Wajib Pajak, Transaksi *Online*, Situs Belanja Bukalapak dan Tokopedia

Perkembangan teknologi sudah memunculkan inovasi baru dalam melakukan banyak hal melalui jaringan internet. Salah satunya adalah transaksi jual beli untuk memulai suatu usaha. Para pelaku usaha sangat antusias dalam menyambut bisnis *online*, sehingga mengakibatkan potensi besar untuk para pelaku. Contohnya adalah transaksi *E-Commerce* yang dijadikan wadah untuk memulai usaha. Dampaknya, aktivitas para pelaku belum bisa dikontrol dengan baik terlebih untuk besarnya penerimaan pajak Negara. *Marketplace* dengan pasar paling diminati adalah Bukalapak dan Tokopedia, hal ini adalah tugas dari pemerintah untuk mengatur regulasi perpajakan dari transaksi *E-Commerce* yang ada. Upaya pemerintah untuk menggali potensi penerimaan pajak dari *E-Commerce* masih terbilang kurang. Tidak semua pelaku memahami peraturan pajak dan kesadaran dalam membayar, hal ini tentu berpengaruh atas kepatuhan wajib pajak dalam mematuhi regulasi perpajakan yang ditetapkan.

Penelitian kali ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan teknik studi kasus, data yang diperoleh berasal dari proses survey, wawancara, dan kuisioner. Responden pada penelitian ini berada di *Marketplace* Bukalapak dan Tokopedia yang memiliki usaha di lingkup Jawa Timur yang nantinya akan dipilih secara acak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir semua responden termasuk kategori patuh menurut PMK 192 Tahun 2007 pasal 1, pemahaman peraturan perpajakan tentu berpengaruh atas kesadaran yang dilakukan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya dan akan berdampak pada kepatuhan dalam membayar pajak.

ABSTRACT

Bagas Antariksa. 2019, THESIS. Title: "Analysis of Tax Compliance Levels for Online Transactions (E-Commerce) in East Java (Case Study on Bukalapak Shopping Sites and Tokopedia)"

Advisor : Sri Andriani, SE., M.Si

Keywords : Compliance Taxpayer, Online Transactions, Shopping Sites
Bukalapak and Tokopedia

Technological developments have led to new innovations in doing many things through the internet network. One of them is buying and selling transactions to start a business. Business people are very enthusiastic in welcoming online businesses, thus resulting in huge potential for the perpetrators. An example is an E-Commerce transaction that is used as a container to start a business. The impact is, the activities of the perpetrators have not been well controlled, especially for the amount of state tax revenue. Marketplaces with the most popular markets are Bukalapak and Tokopedia, this is the duty of the government to regulate tax regulations from existing E-Commerce transactions. Government efforts to explore the potential of tax revenue from E-Commerce are still lacking. Not all actors understand tax regulations and awareness of paying, this certainly affects the compliance of taxpayers in complying with established tax regulations.

This research uses descriptive research with a qualitative approach and case study techniques, the data obtained comes from the process of surveys, interviews, and questionnaires. Respondents in this study are in the Bukalapak Marketplace and Tokopedia who have businesses in East Java that will be randomly selected.

The results showed that almost all respondents included in the category of compliance according to PMK 192 Year 2007 article 1, understanding tax regulations certainly affects the awareness of taxpayers to fulfill their tax obligations and will have an impact on compliance in paying taxes.

مسئلة خلاص البحث

بجس أنترنسة. ٢٠١٩ ، أطروحة. العنوان: "تحليل مستويات الالتزام الضريبي للمعاملات عبر الإنترنت (التجارة الإلكترونية) في
"جاوة الشرقية (دراسة حالة عن مواقع تسوق بوكالاباك وتوكوبيديا

المشرف : سري أندرياني ، ماجستير

الكلمات المفتاحية : امتثال دافعي الضرائب ، المعاملات عبر الإنترنت ، مواقع التسوق
بوكالاباك وتوكوبيديا

أدت التطورات التكنولوجية الحالية إلى العديد من الابتكارات في القيام بالعديد من الأشياء التي يمكن الوصول إليها من خلال شبكة الإنترنت ، وأحد هذه الأنشطة هو معاملات البيع والشراء أو بدء أعمال أخرى. إن رجال الأعمال في هذا النشاط هم جميع جوانب المجتمع العالمي ، وخاصة إندونيسيا ، المتحمسين للترحيب بوجود الشركات عبر الإنترنت ، مما يخلق الكثير من الفرص الضخمة المحتملة. معاملات التجارة الإلكترونية هي الأنشطة التي يتابعها كثير من الناس ، بحيث يصعب التحكم فيها من خلال أعمال التجارة الإلكترونية التي تظهر دائماً كل شهر ، ويكون التأثير هو مقدار الإيرادات الضريبية المستلمة . بوكالاباك وتوكوبيديا هما أحد الأسواق التي غالباً ما تستخدمها الجهات الفاعلة في الأعمال عند بدء عمل تجاري ، لذلك يجب أن تكون هذه مهمة الحكومة لبدء تنظيم الجوانب الضريبية لوجود معاملات التجارة الإلكترونية ، أحد الجهود لاستكشاف إيرادات الدولة لا يزال يواجه العديد من المشكلات ، وهي الافتقار إلى مستوى فهم اللوائح الضريبية ووعي دافعي الضرائب التي يمكن أن تؤثر على امتثال دافعي الضرائب.

يستخدم هذا البحث البحث الوصفي مع منهج نوعي وأساليب دراسة الحالة ، والبيانات التي تم الحصول عليها تأتي من عملية المسوحات والمقابلات والاستبيانات. المجيبون في هذه الدراسة هم في سوق بوكالاباك وتوكوبيديا الذين لديهم شركات في جاوة الشرقية التي سيتم اختيارها بشكل عشوائي

أظهرت النتائج أن جميع المجيبين تقريباً المدرجة في فئة الامتثال وفقاً للمادة ١ لعام ١٩٢٢PMK عام ٢٠٠٧ ، فهم اللوائح الضريبية بالتأكيد يؤثر على وعي دافعي الضرائب بالوفاء بالتزاماتهم الضريبية وسيكون لها تأثير على الامتثال في دفع الضرائب.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia adalah satu dari sekian Negara yang sedang dalam tahap berkembang, masih perlu dijalankannya beberapa program kerja demi kesejahteraan rakyatnya baik itu bangunan fisik maupun non fisik. Indonesia jelas membutuhkan biaya yang cukup besar dalam rangka menyelenggarakan serta menjalankan pembangunan, ataupun kegiatan Negara dan pemerintahan, untuk itu dibutuhkan pembiayaan yang besar demi mewujudkannya. (Friskianti, 2015:2).

Kementerian Keuangan Republik Indonesia mencatat bahwa penyumbang biaya paling tinggi dalam APBN selama 5 tahun terakhir bersumber dari pajak. Besarnya peranan pajak dalam menyalurkan kontribusinya untuk Negara masih perlu adanya perbaikan-perbaikan demi meningkatkan pendapatan dari sektor perpajakan, upaya tersebut tidak harus mengandalkan Direktorat Jenderal Pajak (Dirjen Pajak) saja, melainkan dari antusias para wajib pajak itu sendiri. (Friskianti, 2015:2).

Pemerintah Indonesia terus melaksanakan berbagai solusi alternatif untuk mengoptimalkan besarnya pemasukan dari sektor perpajakan, diantaranya adalah dengan membentuk sistem pemungutan yang baru dan dikenal dengan istilah *Self Assessment* yang sudah resmi dijalankan mulai tahun 1983, hal ini tentu sangat berpengaruh bagi wajib pajak ketika mereka diberikan sebuah

kepercayaan mulai dari mendaftar, menghitung, menyetor, dan melaporkan sendiri pajak terutang. Adanya kebijakan baru semacam ini dimaksudkan untuk menjadikan wajib pajak sebagai subjek pajak itu sendiri dalam pemenuhan hak dan berkontribusi dalam pembiayaan pembangunan administrasi Negara dalam sektor perpajakan. (Suhendra, 2015:2)

Priambodo (2017:4) berpendapat bahwa dijalankannya kebijakan *Self Assessment* berarti menjadikan perubahan sikap dari setiap wajib pajak dalam membayar pajak sesuai dengan apa yang mereka miliki. Setiap wajib pajak juga bertanggung jawab dalam menentukan sendiri berapa kewajiban perpajakan yang harus mereka penuhi serta kapan mereka harus melaporkan pajak tersebut. (Khasanah, 2016:110).

Setiap kali adanya perubahan kebijakan baru, tentu mempunyai kelebihan dan kekurangan masing – masing. Bukan berarti kebijakan *Self Assessment* sudah berjalan dengan baik, bisa jadi kebijakan ini malah membebani wajib pajak dalam mengurus perpajakan. Untuk menentukan seberapa berkualitasnya dan efektifnya kebijakan ini diterapkan, kantor pajak harus memberikan pelayanan yang baik dan diproses secara berkelanjutan. Kantor pajak harus memberikan pengarahan kepada wajib pajak yang masih awam terhadap perpajakan, diakhiri dengan bagaimana cara mengerjakan dan melapor. (Boediono, 2015:3).

Ketidapatuhan wajib pajak terhadap kebijakan *Self Assessment* bisa saja bertambah buruk jika tidak ada perlakuan dari kantor perpajakan. Hal tersebut bisa mencapai pada tingkatan bahwa sistem perpajakan menjadi lemah

dan lumpuh. Kantor pajak perlu mewaspadai dengan serius permasalahan semacam ini dan memeriksa wajib pajak yang masuk pada kriteria pemungutan agar masih berada dalam koridor perpajakan yang tepat. Ketika pemeriksaan pajak sudah dijalankan sebagaimana mestinya tentu akan meningkatnya jumlah pemasukan dari sektor perpajakan dan pada akhirnya akan masuk dalam kas negara. Akibat dari kendala tersebut, jelas akan semakin bertambah menunggaknya pajak yang terhutang. Permasalahan seperti inilah yang semakin merugikan Negara, terlebih melihat Indonesia adalah Negara yang selalu melakukan berbagai pembangunan setiap tahunnya, oleh karena itu pemerintah menerbitkan peraturan No 19 Tahun 1997 Tentang Penagihan Pajak dan sudah dilengkapi dengan surat paksa, peraturan ini sudah dilaksanakan tanggal 1 Januari 2001.

Model penagihan pajak menggunakan surat paksa adalah langkah kantor pajak dalam membangun kesejahteraan rakyat serta menumbuhkan sifat bertanggung jawab dan turut serta berkontribusi dalam setiap adanya pembangunan. Pembayaran pajak dilakukan tak lain adalah untuk meningkatkan ekonomi negara, hal ini dapat berjalan dengan baik apabila masyarakat sadar akan tugasnya sebagai wajib pajak. Diberikannya sebuah hukuman dari pemerintah adalah salah satu bukti ketegasan mereka dalam menjalankan tugasnya sebagai aparatur pemerintahan, hal ini karena mereka sendirilah yang lupa atau sengaja tidak melaksanakan tugasnya sebagai wajib pajak (Sally, 2016:17).

Jumlah data yang diperoleh dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2012) tentang Pendapatan Terbesar Dari Sektor Perpajakan. Penerimaan yang diperoleh dari pajak tentu melebihi jumlah penerimaan atas hasil bumi di Indonesia, penerimaan yang diperoleh dari perpajakan dibagi menjadi beberapa bagian yaitu PPh non Migas, PPh Migas, PPnBM dan PPN, BPHTB dan pajak yang lain. Berikut adalah tabel survey yang dilakukan Badan Pusat Statistik Nasional Realisasi Penerimaan Negara Tahun 2012 – 2017,

Tabel 1.1
Realisasi Penerimaan Negara Tahun 2014 - 2019

Sumber Penerimaan	2014 ¹⁾	2015 ¹⁾	2016 ¹⁾	2017 ¹⁾	2018 ²⁾	2019 ³⁾
I. Penerima	1 545 456.30	1 496 047.33	1 546 946.60	1 654 746.10	1 897 643.40	2 164 676.50
Penerimaan Perpajakan	1 146 865.80	1 240 418.86	1 284 970.10	1 343 529.80	1 548 485.00	1 786 378.70
Pajak Dalam Negeri	1 103 217.60	1 205 478.89	1 249 499.50	1 304 316.30	1 506 436.20	1 743 056.90
Pajak Penghasilan	546 180.90	602 308.13	657 162.70	637 859.30	761 200.30	894 448.70
Pajak Pertambahan Nilai	409 181.60	423 710.82	412 213.50	480 724.60	564 682.40	655 394.90
Pajak Bumi dan Bangunan	23 476.20	29 250.05	19 443.20	16 770.30	17 433.90	19 103.60
Beban Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan	0	0	0	0	0	0
Cukai	118 085.50	144 641.30	143 525.00	153 288.10	155 504.80	165 501.00
Pajak Lainnya	6 293.40	5 568.30	17 154.50	15 672.60	7 614.90	8 608.70
Pajak Perdagangan Internasional	43 648.10	34 939.97	35 470.70	39 213.60	42 048.80	43 321.80
Beban Masuk	32 319.10	31 212.82	32 472.10	35 066.20	37 600.40	38 899.30
Pajak Ekspor	11 329.00	3 727.15	2 998.60	4 147.40	4 448.40	4 422.50
Penerimaan Bukan Pajak	398 590.50	255 628.48	261 976.30	311 216.30	349 158.30	378 297.90
Penerimaan Sumber Daya Alam	240 848.30	100 971.87	64 901.90	111 132.00	169 196.30	190 754.80
Bagian laba BUMN	40 314.40	37 643.72	37 133.20	43 904.20	44 695.40	45 589.30
Penerimaan Bukan Pajak Lainnya	87 746.80	81 697.43	117 995.40	108 834.60	91 962.10	94 069.30
Pendapatan Badan Layanan Umum	29 681.00	35 315.46	41 945.90	47 345.50	43 304.60	47 884.50
II. Hibah	5 034.50	11 973.04	8 987.70	11 629.80	5 383.20	435.30
Jumlah	1 550 490.80	1 508 020.37	1 555 934.20	1 666 375.90	1 903 026.60	2 165 111.80

Sumber : Badan Pusat Statistik Nasional (www.bps.go.id)

Hal ini berarti pajak penghasilan masih menjadi pendapatan Negara yang paling besar dan menjadi kontribusi paling penting atas pembangunan dan perkembangan Negara. Survei tersebut sekaligus menjelaskan bahwa peran perpajakan tidak dapat dipisahkan dengan pertumbuhan dan percepatan ekonomi dari suatu Negara.

Di era digital saat ini perkembangan teknologi sudah membuat berbagai perubahan di kehidupan masyarakat. Masyarakat saat ini sudah dimanjakan oleh berbagai macam bentuk teknologi yang memudahkan seseorang dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Terlebih atas model transaksi perdagangan *Online (E-Commerce)*. Transaksi *E-Commerce* tersebut sudah difasilitasi dengan adanya sistem elektronik atau yang biasa dikenal dengan istilah *internet*. (Wardani, 2018:16)

Wahyuni (2016:102) menjelaskan bahwa berjalannya transaksi *E-Commerce* di Indonesia sudah mulai dikenal masyarakat pada tahun 1996 ditambah lagi dengan adanya situs web <http://www.sanur.com/> menjadi salah satu toko *online* yang pertama kali ada. Transaksi *E-Commerce* sudah membuat perlakuan bisnis perdagangan dari konvensional berubah menjadi era teknologi dengan dihilangkannya tingkat efisiensi pasar dan muncullah dimensi yang baru. Pemerintah sudah membuat peraturan terkait transaksi *online* menjadi beberapa kaidah hukum. Seperti pada Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha yang menjelaskan mengenai peraturan hukum dan kesepahaman atas perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Ada pula kebijakan pemerintah melalui Peraturan Pemerintah No 46 Tahun 2013 tentang pajak penghasilan atas penghasilan dari adanya usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang mempunyai penghasilan tertentu. Peraturan semacam ini dilakukan pemerintah dengan berlandaskan hal-hal berikut ini

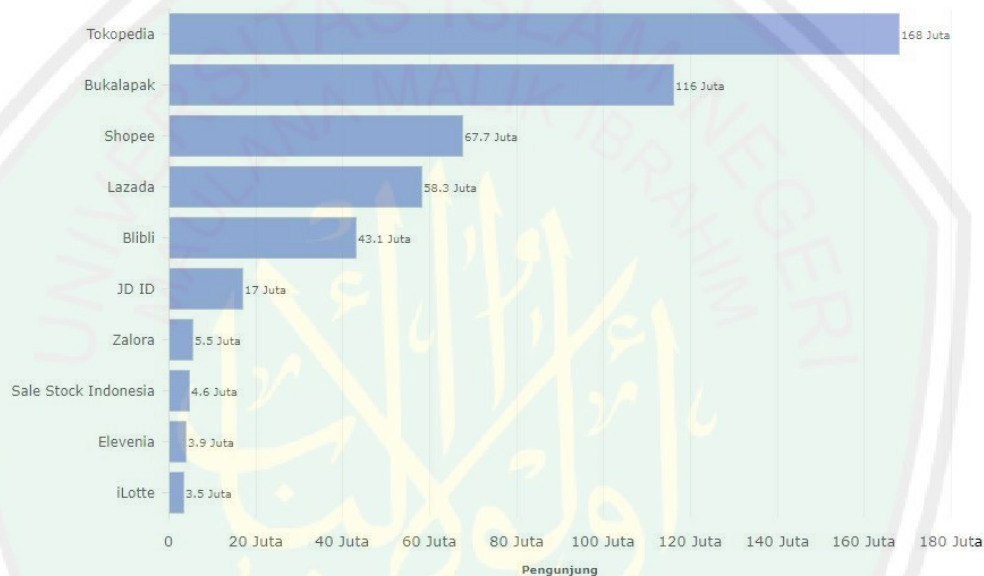
Meski sudah terdapat peraturan tentang pajak *E-Commerce*, pemerintah Indonesia masih saja melakukan beberapa pembaharuan lagi dari transaksi *E-Commerce*. Seperti pada akhir tahun lalu pemerintah menerbitkan aturan pajak *E-Commerce* dan seharusnya berlaku pada tanggal 1 April 2019, namun aturan tersebut sudah resmi dibatalkan. Keputusan untuk menarik ulang peraturan tersebut, diakui oleh Menteri Keuangan Sri Mulyani, karena dianggap akan memicu kesalahpahaman di beberapa kalangan. (Chandra, 2019:17).

Sri Mulyani menjelaskan bahwa penerbitan peraturan pajak *E-Commerce* dianggap akan menghasilkan bentuk pajak baru. Padahal, aturan tersebut hanya menjelaskan prosedur registrasi perdagangan *online* (*E-Commerce*). Pemerintah dirasa masih perlu mengkaji ulang adanya peraturan tersebut, “Saya ingin sampaikan kepada seluruh media, selama ini banyak yang memberitakan terkait PMK 210 seolah-olah pemerintah membuat aturan pajak baru, masih banyak simpang siur yang terjadi. Jadi saya memutuskan untuk menarik ulang peraturan PMK 210/2018, dengan demikian peraturan mengenai pajak *E-Commerce* PMK 210 resmi saya tarik kembali,” tegas Sri Mulyani pada media. (Chandra, 2019:17).

Ini berarti aturan pajak terkait perdagangan *online* (*E-Commerce*) akan kembali pada aturan lama, yaitu penghasilan yang mencapai Rp 4,8 miliar dikenakan pajak final 4 ayat (2) sebesar 5% atau mengacu pada peraturan perundang-undangan tentang pelaku UMKM. Nufransa yang menjabat sebagai Subdit Manajemen Transformasi berpendapat bahwa transaksi *online* di Indonesia sudah berkembang cepat, akan tetapi masih sedikit ditemui mereka

yang mempunyai identitas seperti NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak. Setidaknya terdapat 1,600 (seribu enam ratus) *sampling* (pelaku *E-Commerce*) yang dilakukan uji coba, dari jumlah itu ada 600 (enam ratus) yang belum teridentifikasi dan 1,000 (seribu) sudah teridentifikasi. (Leonard, 2016:118)

Diagram 1.1
***E-Commerce* Paling Banyak Dikunjungi di Indonesia Tahun 2018**



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Menurut data hasil riset yang dilakukan oleh *databok* diatas menunjukkan bahwa Tokopedia dan Bukalapak menjadi *E-Commerce* lokal yang mampu menarik perhatian masyarakat Indonesia pada tahun 2018, serta kunjungan pada situs Tokopedia tercatat sebesar 153,6 juta kunjungan/bulan sementara Bukalapak tercatat mencapai 95,93 juta pengunjung/bulan. Hal ini menunjukkan bahwa era *digital* sudah merubah pola kehidupan masyarakat untuk berbelanja secara *online* daripada membelinya di toko fisik.

Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Rudiantara menyatakan bahwa dalam waktu dekat Indonesia akan mempunyai *Start-Up Decacorn* yang mempunyai valuasi di atas 147 triliun rupiah, akan tetapi *Start-Up* tersebut masih mencatatkan kerugian. Saat ini sudah ada tujuh *Unicorn* di Asia Tenggara, empat diantaranya *Start-Up* Indonesia, *Start-Up* Filipina, *Start-Up* Vietnam, dan *Start-Up Singapura*. (Saripa, 2019:17)

Indonesia saat ini mempunyai 4 *E-Commerce* yang dinyatakan sebagai *Unicorn*, yaitu *Start-Up Go-Jek*, *Start-Up Tokopedia*, *Start-Up Bukalapak*, dan *Start-Up* pemesanan tiket *online*, Traveloka. Tokopedia dan Bukalapak menjadi situs belanja *online* yang menjadi andalan bagi masyarakat Indonesia, karena kedua *E-Commerce* ini adalah situs belanja yang mempunyai jutaan pelanggan tetap. Mereka mempunyai visi untuk membangun sebuah ekosistem dimana siapa pun dapat memulai dan menemukan apa pun, yang berarti bahwa *E-Commerce* ini ingin menunjukkan kepada masyarakat tentang suatu aplikasi yang bisa digunakan dalam banyak hal dan dalam kondisi apa pun. (Saripa, 2019:19)

Pernyataan Kementerian Perdagangan yang akan segera menerbitkan Peraturan Pemerintah (PP) yang mengatur regulasi perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) patut diapresiasi. Dalam pernyataannya ke media, Kementerian Perdagangan mengakui bahwa kesulitan untuk menyusun PP *e-commerce* ini adalah mengenai pengenaan pajaknya. Apakah, atas transaksi berbasis *e-commerce* ini nantinya akan dikenakan pajak atau tidak. Sementara itu, Ditjen Pajak (DJP) dengan tegas menyatakan bahwa *e-commerce* adalah merupakan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa

lainnya, tetapi hanya berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan saja.
(<http://kemenkeu.go.id>)

Sehingga, perlakukan pajak *e-commerce* sama dengan perlakuan pajak atas perdagangan lainnya, termasuk tidak ada aturan khusus perpajakan yang mengatur transaksi *e-commerce* ini. Setidaknya, akan terjadi kondisi dimana transaksi *e-commerce* akan sulit dikenakan pajaknya. Kondisi pertama adalah transaksi melalui *e-commerce* mampu menembus batas geografis antar negara (*borderless*). Kedua, bentuk barang atau jasa yang diperjual belikan dapat berformat digital seperti piranti lunak komputer, musik, majalah atau lainnya. (<http://kemenkeu.go.id>)

Sehingga, dapat dikatakan bahwa transaksi fisik tidak diperlukan lagi dan digantikan dengan perpindahan bentuk digital saja. Ketiga, transaksi *e-commerce* terjadi begitu cepat di seluruh dunia dalam waktu singkat. Untuk itulah, tantangan sebenarnya dalam mengenakan pajak transaksi *e-commerce* adalah bagaimana membuat aturan khusus yang mampu menangkap potensi pajak atas transaksi *e-commerce* dengan kondisi-kondisi tadi.
(<http://kemenkeu.go.id>)

Lain halnya dengan penelitian yang sudah dilaksanakan oleh Riris Rotua Sitorus mengenai Pajak *E-Commerce* dan tingkat kepatuhan pajak memperoleh hasil yang kurang maksimal. Sehingga peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai tingkat kepatuhan pajak atas transaksi *online* pada situs belanja Bukalapak dan Tokopedia.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas maka peneliti bermaksud untuk mengadakan penelitian mengenai “**Analisis Tingkat Kepatuhan Pajak Atas Transaksi Online (E-Commerce) Di Jawa Timur (Studi kasus pada situs belanja Bukalapak dan Tokopedia)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti fokuskan permasalahan menjadi bagaimana analisis memfokuskan permasalahan menjadi bagaimana analisis tingkat kepatuhan pajak atas transaksi *online (E-Commerce)* pada situs belanja Bukalapak dan Tokopedia di wilayah Jawa Timur.

1.3 Tujuan

Untuk mengetahui tingkat kepatuhan wajib pajak ketika melapor pajak terhutangnya atas transaksi *online (E-Commerce)* sesuai dengan materi yang peneliti peroleh selama perkuliahan perpajakan yang didapatkan.

1.4 Manfaat

Penelitian kali ini diharapkan dapat memberikan manfaat penting kepada beberapa pihak, seperti:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan bisa menjadi tambahan wawasan dalam sektor perpajakan khususnya dalam transaksi *online E-Commerce* dan masyarakat pada umumnya tentang tingkat kepatuhan pajak pada transaksi *online*

2. Manfaat Praktis

Peneliti bisa memahami bagaimana tingkat kepatuhan pajak atas penyelenggara *E-Commerce* di Jawa Timur dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat.

3. Manfaat Instansi

Penelitian ini bisa menjadi acuan dan pedoman oleh Kantor Perpajakan ketika dihadapi dengan perdagangan *online (E-Commerce)* di Jawa Timur dan bisa menambah kontribusi pendapatan Negara di sektor perpajakan.

Diharapkan bisa dijadikan sebagai bacaan tambahan dan hasil dari penelitian ini mampu menjadi referensi lebih lanjut ketika akan melaksanakan penelitian yang serupa.

1.5 Batasan Penelitian

Dibatasainya suatu permasalahan ditujukan oleh peneliti untuk mencegah terjadinya ketidaksesuaian ataupun semakin melebarnya inti permasalahan agar hasil penelitian lebih terarah dan mempermudah peneliti ketika melakukan pembahasan dan tujuan dari penelitian akan mudah tercapai. Batasan – batasan masalah yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Subjek penelitian hanya untuk pelaku bisnis atau pelapak yang menjalankan usahanya di situs belanja Bukalapak dan Tokopedia
2. Informasi yang disajikan peneliti hanya bagi pelaku bisnis yang taat dalam melaporkan pajak terhutangnya bukan dalam hal membayar pajak
3. Responden yang dipilih pelapak adalah dari kategori Elektronik untuk masing-masing situs belanja.

4. Responden yang peneliti tetapkan tidak mempunyai transaksi lain selain menjual barang dagangannya di situs belanja Bukalapak dan Tokopedia.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Tingkat kepatuhan pajak sudah dilakukan oleh peneliti lain berlandaskan PMK Nomor 192 Tahun 2007. Berikut adalah empat peneliti terdahulu yang mempunyai tujuan hampir sama dengan penelitian kali ini, antara lain :

Tabel 2.1
Hasil penelitian-penelitian terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1	Nurhasanah Wardani (2018)	Pengaruh <i>Self Assessment System</i> , <i>E-Commerce</i> dan Keterbukaan Akses Informasi Rekening Bank Terhadap Niat Melakukan Penghindaran Pajak	Kuantitatif	Terdapat beberapa faktor yang dilakukan oleh peneliti, yaitu <i>Self Assessment System</i> mempunyai pengaruh terhadap penghindaran pajak dan penggunaan <i>e-system</i> yang memudahkan wajib pajak. Keterbukaan sistem mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepatuhan wajib pajak badan

Tabel 2.1
(Lanjutan)
Hasil penelitian-penelitian terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
2	Riris Rotua Sitorus (2017)	Pengaruh <i>E-Commerce</i> Terhadap Jumlah Pajak Yang Disetor Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variable Intervening	Kualitatif	Dampak diberlakukannya peraturan pemerintah nomor 46 tahun 2013 memberikan kesulitan wajib pajak dalam hal perhitungan, penyetoran, dan pelaporan yang selain itu membuat pajak penghasilan dari usaha yang diterima wajib pajak dengan peredaran bruto tertentu telah menghasilkan pajak penghasilan terutang yang paling tinggi jika dibandingkan dengan menggunakan pembukuan dan norma perhitungan penghasilan neto
3	Nur Indah Wahyuni (2016)	Dampak <i>E-Commerce</i> dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Pada KPP Pratama Kota Bandung	Kuantitatif	Pemahaman peraturan pajak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Kota Bandung. Artinya semakin tinggi pemahaman wajib pajak terhadap peraturan pajak maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan.

Tabel 2.1
(Lanjutan)
(Hasil penelitian-penelitian terdahulu)

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
4	Leonard Makalalang (2016)	Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha Dalam Transaksi Perdagangan Online (<i>E-Commerce</i>)	Kualitatif	Pedagang Online (<i>E-Commerce</i>) dapat dikenakan pajak penghasilan dengan kriteria subjektif dan objektif pedagang Online (<i>E-Commerce</i>) sebagai wajib pajak penghasilan yang tentunya memenuhi syarat penghasilan melebihi Pengusaha Tidak Kena Pajak (PTKP)
5	Sugeng Santoso (2015)	Sistem Transaksi <i>E-Commerce</i> Dalam Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam	Kualitatif	Direktorat Jenderal Pajak harus mulai melihat potensi pemasukan Negara dari adanya penyelenggaraan transaksi <i>E-Commerce</i> sebagai pendapatan yang besar bagi Indonesia, karena ditinjau dari pengguna internet yang semakin tahun semakin meningkat akan sangat disayangkan apabila pemerintah mengabaikan fenomena ini berlanjut yang mana Indonesia juga termasuk Negara yang sedang berkembang.

Tabel 2.1
(Lanjutan)
(Hasil penelitian-penelitian terdahulu)

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
6	Nelsi Arisandy (2015)	Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Saksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Bisnis <i>Online</i> di Pekanbaru	Kuantitatif	Variabel pemahaman wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan bisnis <i>Online</i> di Pekanbaru. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi atau rendahnya pemahaman wajib pajak tidak akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak
7	Noviatul Riska Susanti (2015)	Relevansi Keadilan dan Kepatuhan Pajak Perspektif Ibnu Khaldun Dalam Rangka Pencapaian Target Pajak	Kualitatif	Dengan konsep-konsep yang sudah dijelaskan <i>ibnu kholdun</i> dalam kitab <i>muqoddimahnya</i> yaitu keadilan perpajakan dan kepatuhan perpajakan, program <i>tax amnesty</i> yang sudah diterapkan pemerintah sangat membantu peningkatan target pajak sebesar 39%

Terdapat beberapa perbedaan dan persamaan yang terjadi pada penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang. Peneliti deskripsikan pada tabel 2.2 dibawah ini

Tabel 2.2
(Persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu)

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Nurhasanah Wardani (2018) <i>Self Assessment System, E-Commerce, Keterbukaan Akses Informasi Bank, Penghindaran Pajak</i>	Metode survei dan kuisioner google form	Variabel berupa <i>self assessment</i>
2	Riris Rotua Sitorus, (2017) <i>E-Commerce, dan Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak</i>	Tingkat kepatuhan pajak berpengaruh dari transaksi E-Commerce atas pembayaran pajak yang disetor	Peneliti menggunakan metode <i>Resampling Bootsrap</i>
3	Nur Indah Wahyuni (2016) <i>E-Commerce, Pemeriksaan Pajak, Penerimaan Pajak</i>	Menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif	Variabel yang digunakan peneliti adalah pemeriksaan pajak dan penerimaan pajak
4	Leonard Makalalang (2016) <i>Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha Dalam Transaksi Perdagangan Online (E-Commerce)</i>	Metode pendekatan menggunakan Kualitatif	Terdapat variabel yang berbeda yaitu pajak penghasilan (PPh)

Tabel 2.2
(Lanjutan)
(Persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu)

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5	Sugeng Santoso (2015) <i>E-Commerce</i> , Perspektif Kuh Perdata dan Hukum Islam	Menggunakan jenis penelitian deskriptif	Variabel yang digunakan peneliti adalah Kuh Perdata dan Hukum Islam (Beberapa fokus variabel yang berbeda, seperti Kuh Perdata dan Hukum Islam)
6	Nelsi Arisandy (2015) Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Saksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Bisnis Online di Pekanbaru	Terdapat variabel kepatuhan yang sama	Cakupan dari objek penelitian yang berbeda yaitu di Pekanbaru
7	Noviatul Riska Susanti (2015) Relevansi Keadilan dan Kepatuhan Pajak Perspektif <i>Ibnu Kholdun</i> Dalam Rangka Pencapaian Target Pajak	Terdapat variabel yang sama yaitu tingkat kepatuhan	Menggunakan teori kepatuhan perspektif <i>ibnu kholdun</i>

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Pajak

Prof. Dr. Rochmat, SH menjelaskan bahwa pajak merupakan iuran wajib yang disalurkan ke Negara berlandaskan peraturan yang sudah ditetapkan (yang bersifat memaksa) tanpa mendapatkan kontrapestasi (imbal balik) yang sifatnya langsung ditunjukkan dan dijadikan sebagai pembiayaan atau keperluan yang lain”. Sedangkan Anastasisa dan Lilis (2016:1) “pajak merupakan iuran wajib kepada kas Negara yang bersifat hutang oleh orang pribadi ataupun badan yang mempunyai sifat memaksa berlandaskan undang-undang, disertai tidak adanya *kontrapretasi* dan digunakan sebagai kepentingan Negara dengan tujuan untuk kesejahteraan masyarakat”.

Sistem pemungutan pajak di Indonesia berpacu pada kebijakan *Self Assessment*, yang berarti semua hal terkait kewenangan, kepercayaan, dan pelaporan adalah tugas dari wajib pajak itu sendiri, dan hal ini berlaku untuk wajib pajak badan ataupun orang pribadi berupa pembayaran pajak, pemungutan pajak, pemotongan pajak dan mereka diberikan sebuah hak sesuai dengan peraturan yang berlaku. (Budiono, 2015:25)

Risiko dari adanya kebijakan *Self Assessment* adalah setiap wajib pajak yang memiliki pendapatan diharuskan untuk mendaftarkan sendiri ke Kantor Perpajakan. Tidak hanya itu, wajib pajak diharuskan menghitung jumlah pajak terhutangnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, dan tidak menggantungkan terdapatnya surat ketetapan pajak. Selain itu, kantor perpajakan tidak diharuskan untuk membuat surat ketetapan pajak

atas semua surat pemberitahuan yang disampaikan wajib pajak. Penerbitan surat ketetapan pajak tersebut hanya diberikan kepada wajib pajak tertentu, karena dirasa tidak adanya kebenaran dalam mengisi surat pemberitahuan atau karena adanya data-data fiskal yang belum dilaporkan oleh wajib pajak tersebut. (Budiono, 2015:45)

Secara umum, pajak yang terhutang muncul ketika terdapat objek pajak yang dikenai pajak. Hutang-hutang pajak tidak akan ada ketika sudah diterbitkannya surat ketetapan pajak. Akan tetapi, sebagai bentuk administrasi, terutangnya jumlah pajak bisa ditetapkan sebagai berikut, ketika pajak penghasilan dipotong oleh pihak ketiga dan ketika pada akhir masa pajak penghasilan yang dipotong oleh pemberi kerja, ataupun dipungut oleh pihak-pihak lain atas kegiatan usaha, bisa juga dilakukan oleh pengusaha kena pajak atas pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah ketika akhir tahun pajak untuk pajak penghasilan. (Budiono, 2015:75)

Jumlah pajak yang sudah terutang, dipotong, dipungut, dan harus dibayar oleh wajib pajak, maka wajib pajak berkewajiban untuk pelunasan pembayaran ketika sudah sampai pada masa pembayaran, selanjutnya wajib pajak diharuskan menyetor ke kas Negara melalui tempat yang sudah ditetapkan oleh Menteri keuangan. Oleh karena itu, ketika wajib pajak sudah menghitung dan membayar jumlah pajak terutangnya dengan benar sesuai dengan prosedur perundanga-undangan perpajakan, wajib pajak tidak perlu diberikan lagi surat ketetapan pajak ataupun surat tagihan pajak. (Budiono, 2015:77)

Dari hasil pemeriksaan dan informasi yang lain, jika diketahui terdapat kesalahan penetapan jumlah pajak yang terhitung pada surat pemberitahuan, contohnya ketika terlalu besar memberikan beban biaya yang seharusnya berbeda dengan sebenarnya, Direktorat Jenderal Pajak bisa saja melakukan perubahan atas jumlah pajak yang terhutang sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia. Syarat utama ditetapkannya sebagai wajib pajak adalah mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Nomor pokok itu berfungsi sebagai sarana dan sistem administrasi perpajakan dan dijadikan sebagai tanda pengenal atau identitas wajib pajak dalam hal yang berkaitan dengan dokumen perpajakan, maka wajib pajak diharuskan melampirkan NPWP yang dimilikinya. (Budiono, 2015:104)

2.2.1.1 Subjek Pajak

Pajak Penghasilan dikenakan terhadap Subyek Pajak atas Penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam tahun pajak. Dalam pembahasan segmen Badan Usaha ini, yang menjadi subjek pajak adalah badan dan bentuk usaha tetap yaitu Bukalapak dan Tokopedia. Bentuk usaha tetap merupakan subjek pajak yang perlakuan perpajakannya dipersamakan dengan subjek pajak badan. Subjek pajak dibedakan menjadi subjek pajak dalam negeri dan subjek pajak luar negeri (Dirjen Pajak:2019).

Subjek pajak dalam negeri adalah badan yang didirikan atau bertempat kedudukan di Indonesia, kecuali unit tertentu dari badan pemerintah yang memenuhi kriteria:

1. Pembentukannya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;

2. Pembiay`aannya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah;
3. Penerimaannya dimasukkan dalam anggaran Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah; dan
4. Pembukuannya diperiksa oleh aparat pengawasan fungsional negara; dan
5. Warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak.

Subjek pajak luar negeri adalah badan yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia, yang menjalankan usaha atau melakukan kegiatan melalui bentuk usaha tetap di Indonesia; dan badan yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia, yang dapat menerima atau memperoleh penghasilan dari Indonesia tidak dari menjalankan usaha atau melakukan kegiatan melalui bentuk usaha tetap di Indonesia (Dirjen Pajak:2019).

Bentuk usaha tetap (dalam pembahasan Badan Usaha) adalah bentuk usaha yang dipergunakan oleh badan yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia untuk menjalankan usaha atau melakukan kegiatan di Indonesia, yang dapat berupa:

1. Tempat kedudukan manajemen
2. Cabang perusahaan
3. Kantor perwakilan
4. Gedung kantor
5. Pabrik

6. Bengkel
7. Gudang
8. Ruang untuk promosi dan penjualan
9. Pertambangan dan penggalian sumber alam
10. Wilayah kerja pertambangan minyak dan gas bumi
11. Perikanan, peternakan, pertanian, perkebunan, atau kehutanan
12. Proyek konstruksi, instalasi, atau proyek perakitan
13. Pemberian jasa dalam bentuk apa pun oleh pegawai atau orang lain, sepanjang dilakukan lebih dari 60 (enam puluh) hari dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan
14. Badan yang bertindak selaku agen yang kedudukannya tidak bebas
15. Agen atau pegawai dari perusahaan asuransi yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia yang menerima premi asuransi atau menanggung risiko di Indonesia, dan
16. Komputer, agen elektronik, atau peralatan otomatis yang dimiliki, disewa, atau digunakan oleh penyelenggara transaksi elektronik untuk menjalankan kegiatan usaha melalui internet.

Sedangkan yang tidak termasuk subjek pajak adalah:

1. Kantor perwakilan negara asing
2. Pejabat-pejabat perwakilan diplomatik dan konsulat atau pejabat-pejabat lain dari negara asing dan orang-orang yang diperbantukan kepada mereka yang bekerja pada dan bertempat tinggal bersama-sama mereka dengan syarat bukan warga negara Indonesia dan di Indonesia tidak menerima atau

memperoleh penghasilan di luar jabatan atau pekerjaannya tersebut serta negara bersangkutan memberikan perlakuan timbal balik

3. Organisasi-organisasi internasional dengan syarat
4. pejabat-pejabat perwakilan organisasi internasional sebagaimana dimaksud pada huruf c, dengan syarat bukan warga negara Indonesia dan tidak menjalankan usaha, kegiatan, atau pekerjaan lain untuk memperoleh penghasilan dari Indonesia.

2.2.1.2 Pajak Dalam Syariat Islam

Pajak dalam bahasa Arab disebut dengan istilah *Dharibah*, yang berasal dari kata ضرب, يضرب, ضرب yang artinya: mewajibkan, menetapkan, menentukan, memukul, menerangkan atau membebankan, dan lain-lain, (Munawwir, 2016).

Dharaba adalah bentuk kata kerja (*fi'il*), sedangkan bentuk kata bendanya (isim) adalah *dharibah* yang dapat berarti beban. *Dharibah* adalah isim mufrad (kata benda tunggal) dengan bentuk jamaknya adalah *dharaib* ضرائب disebut beban, karena merupakan kewajiban tambahan atas harta setelah zakat, sehingga dalam pelaksanaannya akan dirasa sebagai sebuah beban (pikulan yang berat). Dalam contoh pemakaian, jawatan perpajakan disebut dengan masalah *adh-daraaib* الضرائب مسلحة. (Gusfahmi, 2015).

Secara bahasa maupun tradisi, *dharibah* dalam penggunaannya memang mempunyai banyak arti, namun para ulama memakai ungkapan

dharibah untuk membayar harta yang dipungut sebagai kewajiban. Hal ini tampak jelas dalam ungkapan bahwa *jizyah* dan *kharaj* dipungut secara *dharibah*, yakni secara wajib (Gusfahmi, 2015).

Jadi, *dharibah* adalah harta yang dipungut secara wajib oleh Negara untuk selain *jizyah* dan *kharaj*, sekalipun keduanya secara awam bisa dikategorikan *dharibah*. (Gusfahmi, 2015)

2.2.1.3 Pajak Menurut Para Ulama

Menurut Chapra, (2016) untuk memenuhi kebutuhan negara akan berbagai hal, seperti menanggulangi kemiskinan, menggaji tentara, dan lain-lain yang tidak terpenuhi dari zakat dan sedekah, maka harus muncul alternatif sumber baru. Pilihan kewajiban pajak ini sebagai solusi telah melahirkan perdebatan di kalangan para *fukaha* dan ekonom Islam, ada yang menyatakan pajak itu boleh dan sebaliknya. Sejumlah *fukaha* dan ekonom Islam yang menyatakan bahwa pemungutan pajak itu diperbolehkan, antara lain:

a. Abu Yusuf dalam kitabnya *Al- Kharaj*

Semua *khulafa Ar-Rasyidin*, terutama Umar, Ali dan Umar bin Abdul Aziz dilaporkan telah menekankan bahwa pajak harus dikumpulkan dengan keadilan dan kemakmuran, tidak diperbolehkan melebihi kemampuan rakyat untuk membayar, juga jangan sampai membuat mereka tidak mampu memenuhi kebutuhan pokok mereka sehari-hari. Abu Yusuf mendukung hak penguasa untuk meningkatkan atau menurunkan pajak menurut kemampuan rakyat yang terbebani (Chapra, 2016).

b. Ibn Khaldun dalam kitabnya *Muqaddimah*

Dengan cara yang sangat bagus merefleksikan arus pemikiran para sarjana Muslim yang hidup pada zamannya berkenaan dengan distribusi beban pajak yang merata dengan mengutip sebuah surat dari Thahir Ibn Husain kepada anaknya yang menjadi seseorang gubernur di salah satu provinsi: Oleh karena itu, sebarkanlah pajak oada semua orang dengan keadilan dan pemerataan, perlakuan semua orang sama dan jangan memberi perkecualian kepada siapa saja pun karena kedudukannya di masyarakat atau kekayaan, dan jangan mengecualikan kepada siapa pun sekalipun petugasmu sendiri atau kawan akrabmu atau pengikutmu. Dan jangan kamu menarik pajak dari orang melebihi kemampuan membayarnya (Chapra, 2016).

c. Abdul Qadim dalam kitabnya *Al-Amwal fi Daulah al-Khilafah*

Berbagai pos pengeluaran yang tidak tercukupi oleh baitul mal adalah menjadi kewajiban kaum Muslimin. Jika berbagai kebutuhan pos-pos pengeluaran itu tidak dibiayai, maka akan timbul kemudharatan atas kaum Muslimin, padahal Allah juga telah mewajibkan negara dan umat untuk menghilangkan kemudharatan yang menimpa kaum Muslimin. Jika terjadi kondisi tersebut, negara mewajibkan kaum Muslimin untuk membayar pajak, hanya untuk menutupi kekurangan biaya terhadap berbagai kebutuhan dan pos-pos pengeluaran yang diwajibkan, tanpa berlebihan. (Al-Baq, 2015).

Sesungguhnya yang wajib dari 1/10 atau 1/20 itu dari hasil bumi adalah harta zakat yang wajib dikeluarkan pada delapan sasaran (delapan ashnaf) menurut nash. Apabila dipungut oleh Amil dari Imam dalam negara Islam, maka bebaslah pemilik tanah itu dari keajibannya dan imam atau Amilnya wajib

membagikan zakat itu kepada mustahiknya. Apabila tidak dipungut oleh Amil, maka wajib kepada pemilik harta untuk mengeluarkannya, sesuai dengan perintah Allah. Harta yang dipungut oleh Nashrani tadi, dianggap sebagai pajak dan tidak menggugurkan kewajiban zakat. Orang itu tetap mengeluarkan zakat. Hal ini berarti bahwa pajak tidak dapat dianggap sebagai zakat, (Hasan, 2016)

Untuk bisa mewujudkan rasa keadilan dalam hal perpajakan yaitu baik sebagai hak Negara dan hak sebagai Warga Negara yang taat pajak, maka dibentuklah peraturan tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan yang sudah diakomodir sesuai dengan hak dan kewajibannya sebagai wajib pajak. Kewajiban disini berarti diharuskan untuk melaksanakan kewajibannya mulai dari mendaftarkan diri, membayar, memotong/memungut, hingga melaporkan pajaknya. (Dirjen Pajak, 2017)

Indonesia mempunyai sistem yang disebut dengan *Self Assessment*, yang dapat diartikan bahwa seseorang diberikan kepercayaan untuk mendaftar sendiri ke kantor perpajakan yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal wajib pajak dan kemudian akan diberikan tanda pengenal berupa NPWP. Nomor pokok ini bisa diperoleh secara langsung ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) ataupun Kantor Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP), selain itu bisa juga dikerjakan secara *online* melalui *e-register*. (Dirjen Pajak, 2017)

Kewajiban selanjutnya adalah menghitung sendiri jumlah pajak terutang yang kemudian harus dilaporkan. Mekanisme pembayaran pajak ini bisa dilakukan dengan membayar sendiri pajak terutangnya, misalnya atas angsuran pajak setiap bulan (PPh Pasal 25) dan pembayaran PPh Pasal 29. PPh

Pasal 25 merupakan pembayaran pajak yang dapat dikerjakan dengan metode angsuran, hal ini dimaksudkan agar meringankan beban wajib pajak ketika melunasi pajak terhutangnya dalam satu tahun masa pajak, sedangkan PPh Pasal 29 adalah pelunasan pajak penghasilan pada akhir tahun pajak, jika nantinya diketahui pajak terhutangnya dalam satu tahun masa pajak lebih besar dari jumlah pajak yang dibayar dan juga pajak yang sudah dipotong/dipungut oleh pihak lain. (Dirjen Pajak, 2017)

2.2.1.4 Kepatuhan Pajak (*Tax Compliance*)

Kepatuhan bisa diartikan sebagai kedisiplinan, dan kedisiplinan ini muncul karena adanya kekhawatiran menerima sanksi/hukuman apabila tidak dijalankan suatu tindakan sesuai sebagaimana mestinya. Berbeda dengan kesadaran yang berarti dorongan yang kuat untuk melaksanakan suatu tindakan, dan berasal dari diri sendiri. Dengan begitu, wajib pajak yang taat dalam melaksanakan kewajibannya berarti wajib pajak tersebut sudah memenuhi kriteria prosedur perpajakan yang sudah ditetapkan. (Supadmi, 2006:27)

Meskipun perpajakan adalah tulang punggung pembangunan Negara, berbagai persoalan perpajakan masih sulit di selesaikan termasuk kendala kepatuhan wajib pajak. Pembahasan mengenai konsep kepatuhan adalah langkah yang sangat penting dalam peningkatan penerimaan Negara dari sektor perpajakan. Hingga saat ini, kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak masih sangat rendah. Kejadian semacam ini tidak terjadi di kelompok masyarakat kelas bawah saja yang mempunyai keterbatasan/pengetahuan mengenai pajak, namun juga terjadi di kalangan masyarakat kelas atas yang sudah

mengerti/paham peran perpajakan. Rendahnya tingkat kesadaran pajak tentu juga menggambarkan semakin rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak, hal ini terjadi di kelompok intelektual misalnya di pemerintahan, politisi, maupun artis-artis. (Novaldi, 2018:29)

Negara kita bisa berkaca pada pengalaman empirik dari Negara-negara maju yang *notabenenya* mempunyai tingkat perekonomian lebih baik, namun kesadaran/kepatuhan wajib pajak masih menjadi persoalan utama dalam sistem perpajakan. Berhasil tidaknya kebijakan *Self Assessment* ini berawala dari tingkat kepatuhan dari wajib pajak. Dari kepatuhan tersebut, sistem administrasi pajak bisa dikembangkan lebih efektif dan efisien. Dirjen pajak nomor 1/pj/2008).

Wajib pajak patuh adalah wajib pajak yang dikukuhkan oleh Kantor Perpajakan sebagai wajib pajak yang memenuhi beberapa kriteria (sebagaimana yang dimaksud dalam Peraturan Menteri Keuangan No 192/pmk.03/2007 tentang cara penetapan wajib pajak dengan kriteria tertentu dalam rangka pengembalian pendahuluan kelebihan pembayaran pajak). Penetapan wajib pajak patuh berlaku dalam jangka waktu 2 (dua) tahun kalender (Dirjen pajak nomor 1/pj/2008).

2.2.2 Perdagangan Online (*E-Commerce*)

E-Commerce adalah salah satu dampak dari adanya internet, istilah lain menyebutnya dengan *Internet Commerce*, *Immerce*, dan *Ecom*, yang pada intinya mempunyai arti yang sama. Definisi dari istilah tersebut berarti sudah terjadinya suatu transaksi jual beli barang dagangan secara *online*, dan kegiatan

semacam itu hanya bisa dilakukan melalui koneksi *internet*. Tidak hanya masalah jual/beli saja, *E-Commerce* bisa juga terjadi pada pemasangan iklan, jual beli jasa ataupun permintaan tersendiri oleh masing-masing pelanggan. (Evierra, 2015:67)

2.2.2.1 Definisi *E-Commerce*

E-Commerce bisa sebagai satu paket teknologi/aplikasi yang menghubungkan proses bisnis digital dan dilakukan secara elektronik dari perdagangan barang, jasa, pelayanan, serta informasi-informasi lainnya. Transaksi yang terjadi pada *E-Commerce* bermula atas transaksi oleh penjual, apabila terdapat pembelian otomatis mereka harus mengisi pesanannya melalui form yang sudah di sediakan oleh penjual. Wardani (2018:5)

Sedangkan menurut Wardani (2018:11) menyatakan bahwa transaksi perdagangan *E-Commerce* mempunyai 3 indikator penting yaitu:

1. *Processes* adalah indictor dimana transaksi perdagangan *online* yang meliputi pemasarang, penjualan, serta pembayaran.
 - a. *Marketing* merupakan mekanisme berjalannya komunikasi yang berfungsi untuk memberikan informasi-informasi barang dagangan kepada konsumen.
 - b. *Penjualan* merupakan kegiatan pembelian suatu barang dagang kepada suatu pihak lain untuk memperoleh uang dari pihak tersebut. Semakin tinggi tingkat penjualan yang dilakukan, semakin besar pula pendapatan yang akan di terima perusahaan.

c. *Payment* merupakan dilunasinya transaksi penjualan oleh dibitur kepada kreditur.

2. *Institution* yang mencakup *governments* dan *bank*

- a. *Governments* merupakan suatu kelompok yang bekerja dengan menjalankan tugasnya dalam ranah pemerintahan, jika di sederhanakan lagi adalah suatu badan yang mempunyai peraturan sendiri dalam mengelola, mengatur, suatu sistem pemerintahan
- b. *Bank* merupakan instansi yang mengelola keuangan rakyat/nasabah, dalam wujud tabungan dan bentuk yang lain untuk ditingkatkannya taraf ekonomi rakyat tersebut

2.2.2.2 *E-Commerce di Indonesia*

Perlu diketahui bahwa Negara Indonesia saat ini menjadi Negara dengan penduduk yang sangat besar, sangat memungkinkan jika Indonesia menjadi salah satu sasaran pasar oleh Negara lain. Sudah banyak sekali dijumpai situs *E-Commerce* yang menjual berbagai macam kebutuhan, dimulai dari tingkat perbankan sampai *home industry*, ketika transaksi *online* tersebut sudah populer di Indonesia, semakin banyak pelaku bisnis yang mengembangkan usahanya dengan menjual kebutuhan di berbagai bidang. Meskipun masih sering ditemui bahwa belum adanya pelayanan yang bagus diberikan oleh situs *E-Commerce* tersebut karena belum mumpuninya SDM yang tersedia, akan tetapi perkembangan transaksi ini semakin hari semakin meningkat pesat. (Leonard, 2016:34)

Dalam penerapannya, masih dijumpai beberapa kendala yang masih banyak seperti kurangnya pemahaman masyarakat mengenai dunia teknologi dan informasi, lemahnya perekonomian masyarakat, ancaman-ancaman virus-virus digital, lemahnya peraturan dan perundang-undangan, dan mahalnyaa biaya pembangunan infrastruktur jaringan. (Leonard, 2016:44)

2.2.2.3 Profil *Marketplace* Tokopedia

Salah satu contoh *Marketplace* yang sedang gencar-gencarnya adalah Tokopedia, Tokopedia merupakan situs belanja yang dimiliki Indonesia atas bisnis *online*. Tokopedia bisa memastikan bahwa semua orang bisa menawarkan usahanya disana, entah itu toko kecil hingga **brand** ternama, semua diberikan kebebasan membuka ataupun mengelola dengan sendirinya. *Marketplace* ini diluncurkan pada tahun 2015, dengan mengutamakan pelayanan dasar yang mampu digunakan oleh semua pihak tanpa dipungut biaya. (Saripa, 2019:36)

Visi utama dari Tokopedia adalah “Membangun Indonesia Yang Lebih Baik Lewat Internet”, ditambah dengan tampilan yang sederhana namun menarik dan sangat sesuai digunakan oleh pelaku bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) serta perorangan agar dapat mengembangkan usahanya lebih luas lagi dengan memasarkan produknya lewat aplikasi. Tokopedia.com sudah diluncurkan pada 17 Agustus 2019 di bawah naungan PT Tokopedia, perusahaan ini dimiliki oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada tanggal 6 Februari 2009. (Saripa, 2019:36)

PT Tokopedia mendapatkan modal awal dari PT Indonusa Dwitama pada tahun 2009, sedangkan pada tahun berikutnya Tokopedia kembali

mendapatkan modal dari Ventura Global seperti *East Ventutres* (2010), *Cyber Agent Ventures* (2011), *Netprice* (2012), dan *SoftBank Ventures Korea* (2013). Pada Oktober 2014, Tokopedia menjadi perusahaan teknologi pertama kali di wilayah di Asia Tenggara yang mendapatkan investasi sebesar USD 100 juta atau sekitar Rp 1,2 triliun dari *Sequoia Capital* dan *SoftBank Internet and Media Inc (SIMI)* pada bulan April 2016, setelah itu Tokopedia dikabarkan mendapatkan investasi sebesar USD 147 juta atau sekitar Rp 1,9 triliun. (Saripa, 2019:37).

Berkat kontribusinya yang bagus dalam pengembangan bisnis jual beli *online* di Indonesia, Tokopedia berhasil mendapatkan penghargaan *Marketeers of the Year* 2014 pada sektor *E-Commerce* dalam acara *Markplus Conference* 2015 yang diselenggarakan oleh *Markplus Inc.* pada tanggal 11 Desember 2014. Pada tanggal 12 Mei 2016, Tokopedia mendapatkan penghargaan dari *Best Comapany In Consumer Industry* dari *Indonesia Digital Economy Award 2016*. (Saripa, 2019:77)

2.2.2.4 Profil *Marketplace* Bukalapak

Selain Tokopedia, terdapat satu lagi *Marketplace* yang dimiliki oleh Indonesia yaitu Bukalapak, *Marketpalce* ini adalah situs jual beli *online* dimiliki oleh Achmad Zaky pada tahun 2010 sebagai divisi *agensi digital* yang disebut sebagai *Suitmedia* yang berlokasi di Jakarta, namun Bukalapak baru resmi mempunyai status sebagai perusahaan Perseroan Terbatas (PT) pada bulan September 2010 dan dikelola oleh manajemen pimpinan Achmad Zaky sebagai

CEO (*Chief Executive Office*) dan Nugroho Herucahyono sebagai CTO (*Chief Technology Officer*). (Gustina, 2018:50)

Bukalapak sudah berdiri selama satu tahun setelah peresmiannya pada tahun 2010, penambahan modal segar diperoleh Bukalapak dari investor *Batavia Incubator* (perusahaan gabungan dari *Rabright Partners* yang dipimpin oleh Takeshi Ebihara, *Japanese Incubator* dan *Corfina Group*). Pada tahun 2012, Bukalapak mendapatkan dana lagi dari *Gree Ventures* yang dipimpin oleh Kuan Hsu. Pada bulan Maret 2014, Bukalapak mendapatkan modal oleh *Aucfan*, *IREP*, *500 Startups*, dan *Gree Ventures*, belum lama setelah mendapatkan modal *Marketplace* ini meluncurkan aplikasi seluler berbasis Android pada 18 Maret 2014. Aplikasi yang sering dikenal dengan *mobile* Bukalapak diciptakan untuk para pelapak agar lebih mudah ketika mengakses lapak dagangannya serta memudahkan melakukan transaksi melalui *smarthphone*. (Gustina, 2018:57)

Bukalapak sudah berdiri kurang lebih 3 tahun, dan memiliki kesan bagus dalam hal sistem pelayanannya kepada pelaku bisnis *online* disertai aplikasi yang mudah untuk di akses. Pada tanggal 25 Juni 2014 Bukalapak mempunyai fitur baru yaitu *Quick Buy*, yang dimaksudkan pembeli tidak perlu melakukan registrasi akun terlebih dahulu ketika akan membeli suatu barang. Ketika sudah berada di halaman web, pelanggan cukup mengisi data pembelian selanjutnya memilih tab “Beli Tanpa Akun”, jadi Bukalapak bermaksud untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian. . (Gustina, 2018:68)

Satu lagi program unggulan yang dimiliki oleh Bukalapak adalah adanya fasilitas bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di Indonesia ketika melakukan transaksi *online*. Hal ini dikarenakan transaksi secara *online* bisa mempermudah pelaku UMKM ketika menjual produk yang mereka miliki tanpa harus mempunyai toko *offline*. Bagi UMKM yang sudah memiliki toko *offline*, Bukalapak mengharapkan dengan adanya situs tersebut bisa mempermudah penjualan di toko *offline* tersebut. (Gustina, 2018:80)

2.2.3 Peraturan Perundang-Undangan

Indonesia bisa belajar dari Negara-negara yang mempunyai tingkat perekonomian lebih tinggi dari Indonesia, tidak bisa disangkal pula bahwa kesadaran dan kepatuhan wajib pajak masih menjadi permasalahan utama dalam sistem perpajakan, bahkan keberhasilan sistem *Self Assessment* bisa menjadi kunci utama dalam mengumpulkan pajak, selain itu kepatuhan pajak (*voluntary compliance*) juga menjadi faktor penentu keberhasilan sistem *Self Assessment*. Dari kepatuhan tersebut, administrasi perpajakan bisa di berdayakan melalui sumber daya yang ada, hal ini bisa meningkatkan keefektifan dan efisiensi pemungutan pajak.

2.2.3.1 Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192 Tahun 2007

Menurut Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 192 Tahun 2007 mengenai tata cara penetapan wajib pajak dengan kriteria tertentu dalam rangka pengembalian pendahuluan kelebihan pembayaran pajak. Wajib Pajak dengan

yang selanjutnya disebut sebagai Wajib Pajak Patuh adalah Wajib Pajak yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan;
- b. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak
- c. Laporan Keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama 3 (tiga) tahun berturut-turut; dan

Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir. (PMK Nomor 192 Tahun 2007)

Indonesia sudah memperkirakan bagaimana perkembangan zaman yang akan berlangsung di kemudian hari, oleh karena itu Indonesia melakukan penertiban wilayah telekomunikasi di dunia maya ketika mereka mulai berinteraksi satu sama lain dan penertiban tersebut sudah termuat dalam Undang-undang nomor 36 tahun 1999 tentang “Telekomunikasi” pasal 1, yaitu:

“Telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman, dan atau penerimaan setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara dan bunyi melalui sistem kawat, optic, radio, atau sistem elektromagnetik lainnya. Alat telekomunikasi adalah setiap alat perlengkapan yang digunakan dalam bertelekomunikasi, perangkat telekomunikasi adalah sekelompok alat

telekomunikasi yang memungkinkan bertelekomunikasi”. (PMK Nomor 192 Tahun 2007)

Pemerintah Indonesia sangat serius dalam menghadapi evolusi telekomunikasi dmei menghindari tindakan penyelewengan ataupun tindakan kecurangan dari adanya transaksi elektronik, hal ini tercermin juga dalam Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang “Informasi dan Transaksi Elektronik” pasal 1 dan 17 yang berbunyi:

“Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan computer, jaringan computer, dan/atau media elektronik lainnya (pasal 1). Penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup public atau privat, para pihak yang melakukan transaksi elektronik sebagaimana dimaksud wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung (pasal 17)”. (PMK Nomor 192 Tahun 2007)

Menurut UU Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, UU PPh, UU PPN transaksi *E-Commerce* adalah salah satu transaksi yang kompleks dan terus berkembang pesat di Negara Indonesia. Dalam praktiknya, terdapat beberapa macam penyelenggaraan transaksi *E-Commerce*. Jika dalam Surat Edaran Direrktorat Jenderal Pajak Nomor 62 Tahun 2013 tentang penegasan ketentuan perpajakan atas transaksi *E-Commerce* yang memberikan gambaran mengenai proses bisnis tersebut, *revenue* model, membagi 4 (empat) model transaksi *E-Commerce*, yaitu:

1. *Online Marketplace* adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa toko internet di *Mall* internet sebagai tempat *Online Marketplace Merchant* menjual barang dan/atau jasa.
2. *Classified Ads* adalah kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa bagi pengiklan untuk memasang iklan yang ditunjukkan kepada pengguna iklan melalui situs yang disediakan oleh penyelenggara *Classified Ads*.
3. *Daily Deals* adalah merupakan kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* sebagai tempat *Daily Deals Merchant* menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan *Voucher* sebagai sarana pembayaran.
4. *Online Retail* adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh penyelenggara *Online Retail* kepada pembeli di situs *Online Retail*.

Dari penjelasan mengenai 4 (empat) macam *E-Commerce* tersebut, ditemui perbedaan antara gambaran model, detail proses bisnis, dan beberapa istilah lain yang digunakan dalam Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak ini dengan praktik yang berlangsung di dunia usaha yang perlahan mengalami modifikasi, untuk itu diperlukan analisis lebih lanjut yang sesuai dengan keadaan yang terjadi dan kondisi yang lebih nyata. Proses bisnis dan *revenue* model atas keempat model bisnis transaksi *E-Commerce* di atas serta penerapannya di ketentuan peraturan perpajakan yang sudah dijelaskan lebih lanjut dalam uraian Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak. (PMK Nomor 192 Tahun 2007)

Dilansir melalui halaman resmi Direktorat Jenderal Pajak materi pokok yang diatur dalam Peraturan Pemerintah ini mengenai pengenaan Pajak Penghasilan yang bersifat final dan penetapan besaran tarif pajak terhadap penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu. Pengenaan Pajak Penghasilan yang bersifat final tersebut ditetapkan dengan berdasarkan pada pertimbangan perlunya kesederhanaan dalam pemungutan pajak, berkurangnya beban administrasi baik bagi Wajib Pajak maupun Direktorat Jenderal Pajak, serta memperhatikan perkembangan ekonomi dan moneter. Tujuan pengaturan ini adalah untuk memberikan kemudahan kepada Wajib Pajak yang menerima atau memperoleh penghasilan dari usaha yang memiliki peredaran bruto tertentu, untuk melakukan penghitungan, penyetoran, dan pelaporan Pajak Penghasilan yang terutang. (PMK Nomor 192 Tahun 2007)

2.2.4 Integrasi Islam

Secara khusus akad berarti keterkaitan antara ijab (pernyataan penawaran/pemindahan kepemilikan) dan qabul (pernyataan penerimaan kepemilikan) dalam lingkup yang disyariatkan. Agar pelaksanaan transaksi dapat dijalankan sebagaimana mestinya, maka setiap akad harus memenuhi rukun dan syarat. Rukun adalah unsur-unsur yang membentuk sesuatu, sehingga sesuatu itu terwujud karena adanya unsur-unsur tersebut yang membentuknya. Rukun juga dikatakan substansi internal yang membentuk akad melalui ijab dan qabul. Dalam konsepsi hukum Islam, unsur-unsur yang membentuk sesuatu itu disebut rukun. Akad juga terbentuk karena adanya unsur-unsur atau rukun-rukun yang

membentuknya seperti hadirnya orang yang berakad, benda-benda yang diakadkan atau yang menjadi objek jual beli, tujuan atau maksud akad, kemudian ijab dan qabul.

Ada perbedaan pendapat bagi ulama terkait apakah ada kewajiban kaum Muslim atas harta yang dimiliki selain mengeluarkan zakat-nya. Mayoritas *fuqaha* mengatakan bahwa zakat adalah satu-satunya kewajiban kaum muslim atas harta, barang siapa telah menunaikan zakat, maka bersihlah hartanya dan bebaslah kewajibannya. Dasarnya adalah berbagai hadis Rasulullah. Di sisi lain ada pendapat ulama bahwa dalam harta kekayaan ada kewajiban lain selain zakat (Gusfahmi:2007). Dalilnya adalah QS Al-Baqarah: 177

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ
وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ
وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا ۖ وَالصَّابِرِينَ فِي
الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ ۚ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا ۖ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

“Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat;

dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.” (QS: Al-Baqarah;177)

Diperbolehkannya memungut pajak alasan utamanya adalah untuk kemaslahatan umat, karena dana pemerintah tidak mencukupi untuk membiayai berbagai pengeluaran yang jika pengeluaran itu tidak dibiayai, maka akan timbul *kemudharatan*. Sedangkan mencegah *kemudharatan* adalah juga suatu kewajiban, oleh karena itu pajak tidak boleh dipungut dengan cara paksa dan kekuasaan semata, melainkan karena ada kewajiban kaum muslimin yang dipikulkan kepada Negara, seperti memberi rasa aman, pengobatan dan pendidikan dengan pengeluaran, seperti nafkah untuk para tentara, gaji pegawai, hakim, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, pajak memang merupakan kewajiban warga Negara dalam sebuah Negara Muslim, tetapi Negara berkewajiban pula untuk memenuhi dua kondisi, sebagai berikut:

- a. Penerimaan hasil-hasil pajak harus dipandang sebagai amanah dan dibelanjakan secara jujur dan efisien untuk merealisasikan tujuan-tujuan pajak
- b. Pemerintah harus mendistribusikan beban pajak secara merata diantara mereka yang wajib membayarnya

Para ulama yang mendukung diperbolehkannya memungut pajak menekankan bahwa dengan sistem perpajakan yang adil, selaras dengan ajaran

agama Islam. Menurut mereka, sistem perpajakan yang adil adalah apabila memenuhi tiga kriteria sebagai berikut:

- a. Pajak dikenakan untuk membiayai pengeluaran yang benar-benar diperlukan untuk merealisasikan *Maqasid Syariah*.
- b. Beban pajak tidak boleh terlalu kaku dihadapkan pada kemampuan rakyat untuk menanggung dan didistribusikan secara merata terhadap semua orang yang mampu membayar.
- c. Dana pajak yang terkumpul dibelanjakan secara jujur bagi tujuan yang karenanya pajak diwajibkan.

2.2.4.1 Penerapan Akad As-salam Dalam Transaksi E-Commerce

Asnawi (2017) menyatakan bahwa akad secara etimologi dipahami sebagai perikatan, perjanjian dan pemufakatan. Pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan qabul (pernyataan menerima ikatan), sesuai dengan kehedak syari'at yang akan sangat berpengaruh pada obyek perikatan. Menurut bahasa akad mempunyai beberapa arti, antara lain.

1. Mengikat, yaitu:

مَجْعُطْرًا حَلْبَلْنِيُوْشِدْ اَحْدَمَهَا بِالْاِخْرِ حَتَّى تَصَالُفِيْ صَبْهَا كَقَطْعَةٍ وَاحِدَةٍ

Mengumpulkan dua ujung tali dan mengikat salah satunya dengan yang lain sehingga bersambung, kemudian keduanya menjadi sebagai sepotong benda.

2. Sambungan, yaitu:

اَمْلُوْصَالًا لِّذَنْمِيْسَكُهُمَا وَيُوْشَقُهُمَا

Sambungan yang memegang kedua ujung itu dan mengikatnya

a. Janji, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Quran :

بَلَىٰ مَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ وَاتَّقَىٰ فَإِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ

(Bukan demikian), sebenarnya siapa yang menepati janji (yang dibuat)nyadan bertakwa, Maka Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa.(QS. Ali-Imran: 76).

Sesuai dengan kehendak syariat yang menetapkan adanya pengaruh (akibat) hukum pada objek perikatan ataupun segala tindakan seseorang yang didorong oleh kehendak hati (niat) yang kuat sekalipun dilakukan secara sepihak dalam konteks akad tertentu seperti wakaf, hibah dan sebagainya. Menurut Anwar (2018), akad adalah pertemuan ijab dan qabul sebagai pernyataan kehendak dua pihak atau lebih untuk melahirkan suatu akibat hukum pada objeknya. Definisi di atas menunjukkan bahwa, akad secara umum berarti sesuatu yang menjadi tekad seseorang untuk melaksanakan, baik yang muncul dari satu pihak, seperti wakaf dan talak, maupun yang muncul dari dua pihak, seperti jual beli, sewa, wakalah, dan gadai.

Adapun syarat akad yaitu segala sesuatu yang dikaitkan pada tiadanya sesuatu yang lain, tidak pada adanya sesuatu yang lain, sedang ia bersifat eksternal. Maksudnya, tiadanya syarat mengharuskan tiadanya masyrut (sesuatu yang disyaratkan), sedang adanya syarat tidak mengharuskan adanya masyrut. Misalnya kecakapan pihak yang berakad merupakan syarat yang berlaku pada setiap akad sehingga tiada kecakapan menjadikan tidak berlangsungnya akad. Secara umum, syarat akad membahas tentangpersyaratan yang terdapat pada subyek dan obyek akad.

Wirdiyaningsih (2016) berpendapat bahwa Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah mendefinisikan transaksi *as-salam* sebagai akad yang disepakati dengan cara tertentu dan membayar terlebih dahulu, sedangkan barangnya diserahkan di kemudian hari. Imam Maliki mendefinisikan *as-salam* dengan jual-beli yang modalnya dibayar dahulu, sedangkan barangnya diserahkan sesuai waktu yang disepakati. Para ahli fikih di atas berbeda pendapat dalam mendefinisikan transaksi *as-salam*. Perbedaan ini didasari oleh perbedaan persyaratan yang dikemukakan oleh masing-masing mereka mengenai dasar hukum dari *as-salam* yang tertera pada QS Al-Baqarah:282 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ
وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ
ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا
ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ
فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ ۚ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا
رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ
إِحْدَاهُمَا الْآخَرَىٰ ۚ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ
صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَفْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا

تَرْتَابُوا ۖ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ

أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۖ وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۖ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۖ وَإِنْ

تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ ۖ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ

عَلِيمٌ

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua oang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih

menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu



2.3 Kerangka Berfikir

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti kali ini adalah jenis penelitian kualitatif dan teknik studi kasus. Menurut (Cresswel, 2015) ciri-ciri studi kasus adalah sebagai berikut,

Tabel 3.1
Ciri-ciri studi kasus

Ciri-Ciri	Penelitian Studi Kasus
Fokus	Mengembangkan deskripsi dan analisis tentang kasus
Tipe permasalahan	Menyediakan pemahaman tentang kasus
Satuan analisis	Mempelajari peristiwa yang lebih dari satu individu
Bentuk pengumpulan data	Menggunakan beragam sumber, wawancara, pengamatan, atau dokumen
Strategi analisis data	Menganalisis data melalui deskripsi tentang kasus dan tema dari sebuah kasus
Laporan tertulis	Mengembangkan analisis detail tentang satu atau lebih kasus

Sumber: Cresswel 2015, Penelitian Menggunakan Konsep Studi Kasus

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian kali ini akan dilakukan terhadap situs jual beli *online* pada Bukalapak dan Tokopedia yang akan memilih pelapak secara acak dengan berbagai produk barang dagangan dan jasa yang mempunyai wilayah tempat usaha di Jawa Timur.

3.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian kali ini merupakan studi kepatuhan para wajib pajak dalam melaporkan jumlah pajak terhutanganya dan telah menjalankan usahanya dibawah peraturan Direktorat Jenderal Pajak yang telah dikeluarkan dan berlaku umum.

Tabel 3.2
Daftar Responden di Situs Belanja Bukalapak

No	Nama Usaha	Kategori
1	AMD Computer	Elektronik
2	Prince Enelop	Elektronik
3	Mi Gadget	Elektronik
4	A Plus	Elektronik
5	OLAN_Shop	Elektronik
6	Juju_Shop	Elektronik
7	Lestari Elektronik	Elektronik
8	IP Camera CCTV	Elektronik
9	Real Cinema	Elektronik
10	Setia Elektronik	Elektronik
11	Sapp Store	Elektronik
12	Bio S Raja Grosir	Elektronik
13	Amanu Shop	Elektronik
14	Constan Instrumen	Elektronik
15	Rumah Termometer	Elektronik
16	Gito pati	Elektronik
17	Elektro Clause	Elektronik
18	Laris Online Shop	Elektronik
19	Arzil Shop	Elektronik
20	Athaya Online Shop	Elektronik
21	DP Solution Surabaya	Elektronik
22	Dreal Enterpreneur	Elektronik
23	Solusi Berbelanja	Elektronik
24	Aira Lapak	Elektronik
25	AL Digital	Elektronik
26	Borneo Shopping Center	Elektronik
27	Mandiri Com	Elektronik
28	Nyiel Shop	Elektronik
29	Lestari Shop	Elektronik
30	Gamas Tro	Elektronik

Sumber: <https://bukalapak.com/> tahun 2020

Tabel 3.2
(Lanjutan)
Daftar Responden di Situs Belanja Bukalapak

No	Nama Usaha	Kategori
31	Mitra Jaya	Elektronik
32	Queen ID	Elektronik
33	Digital Teknologi	Elektronik
34	Vinix Store	Elektronik
35	APR OO	Elektronik
36	Mix Acc 8	Elektronik
37	Prima Store	Elektronik
38	Lifotex	Elektronik
39	Economat LED	Elektronik
40	Toko Automation	Elektronik

Sumber: <https://bukalapak.com/> tahun 2020

Berdasarkan Tabel 3.2 diatas, peneliti mampu memperoleh responden dari situs belanja Bukalapak sebanyak 40 khusus pada kategori Elektronik. Alasan memilih satu kategori adalah untuk memperdalam peneliti dan lebih di spesifikasikan tingkat kepatuhan pajak bagi para pelapak yang bertransaksi di kategori tertentu.

Tabel 3.3
Daftar Responden di Situs Belanja Tokopedia

No	Nama Usaha	Kategori
1	Andalaz Acecoris	Elektronik
2	ST_Toms.co	Elektronik
3	Radit Corp	Elektronik
4	Doran Gadget	Elektronik
5	Toko Geek	Elektronik
6	Db_Clik	Elektronik
7	Platinum Mobile	Elektronik
8	Zero Amplitude	Elektronik
9	Elektrical_Shop	Elektronik
10	Hwart_Cell	Elektronik
11	UD Setia Budi	Elektronik
12	Sunny GO	Elektronik
13	E-Kom ACC	Elektronik
14	SICOM	Elektronik
15	DTM Wholesale	Elektronik
16	Pacepulo	Elektronik
17	Happymoms	Elektronik
18	Clavier	Elektronik
19	Oneskin Store	Elektronik
20	Arabian Shop	Elektronik
21	CCTV Mart	Elektronik
22	Kimy Grosir	Elektronik
23	Rumah Pinata	Elektronik
24	Lukito Ekowood	Elektronik
25	Sun Indonesia	Elektronik
26	Hamikron	Elektronik
27	Happie Store	Elektronik
28	Nura Tech	Elektronik
29	EZVIZ Shop	Elektronik
30	Mega E	Elektronik

Sumber: <https://tokopedia.com/> tahun 2020

Sedangkan responden yang berhasil peneliti peroleh dari situs belanja Tokopedia adalah 30 responden. Peneliti juga sama ratakan dengan responden di Bukalapak yaitu memilih kategori Elektronik sebagai pilihan. Dengan demikian, akan lebih memudahkan peneliti untuk mengambil kesimpulan dalam tingkat kepatuhan pajak atas transaksi yang dilakuakn oleh masing-masing pelapak.

3.4 Data dan Jenis Data

Dalam penelitian kali ini, peneliti memiliki 2 sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2015:402) jika diteliti lebih lanjut mengenai sumber data maka teknik pengumpulan data bisa menggunakan:

1. Data primer adalah sumber data yang bersifat langsung dan memberikan data pada pengumpul. Data primer yang digunakan peneliti adalah hasil penyebaran kuisioner melalui *google form*.
2. Data sekunder bisa dijadikan peneliti untuk menyesuaikan literatur-literatur, sumber buku dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2015:199) beranggapan bahwa menggunakan metode kuisioner adalah metode dengan mengumpulkan data yang berfungsi dalam pengumpulan berbagai macam data dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab.

1. Dokumentasi, peneliti akan melakukan teknik pengumpulan data atau dokumentasi serta menyiapkan beberapa catatan-catatan mengenai subyek yang akan diteliti guna mendapatkan data penelitian melalui kuisioner yang akan dikirim secara *online* kepada responden.
2. Literatur, peneliti masih membutuhkan beberapa referensi untuk dijadikan sebagai bacaan guna menunjang dalam penelitian ini dan bisa memperoleh informasi-informasi yang relevan untuk dibandingkan pada kondisi di lapangan.

3. Survei

Pentingnya kuesioner untuk penelitian survei menentukan keberhasilan penelitian yang berkaitan dengan kualitas data. Maka instrumen penelitian dalam bentuk kuisisioner dibagi menjadi tiga bagian utama yaitu identitas responden, informasi responden dan terakhir adalah kuisisioner. Sebelum kuisisioner disebar akan dianalisis terlebih dahulu menggunakan skala *Guttman*. Terdapat 2 item pertanyaan pada identitas responden, 8 item pertanyaan pada informasi responden, dan 12 item pertanyaan yang mengacu pada PMK Nomor 192 Tahun 2007. Dengan demikian jumlah item pertanyaan yang disampaikan kepada subyek penelitian sebanyak 22 item.

3.6 Analisis Data

Penelitian ini diajukan untuk menganalisis tingkat kepatuhan pajak di *Marketplace* Bukalapak dan Tokopedia. Dalam mengumpulkan, mengungkapkan berbagai masalah dan tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif analisis. Menurut Nawawi dan Martini (2016:73) mengartikan metode deskriptif analisis sebagai metode yang melukiskan suatu keadaan objektif berdasarkan fakta-fakta yang tampak yang kemudian ditambahi pengambilan kesimpulan berdasarkan fakta tersebut.

Peneliti juga memerlukan alat analisis lain seperti Analisis Skala *Guttman* yang dioperasikan menggunakan Ms.Excel 2007 untuk menguji tingkat validitas kuisisioner yang digunakan sebelum nantinya kuisisioner disebar ke responden.

BAB IV

PEMAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Pemaparan Data Hasil Penelitian

Perkembangan bisnis *E-Commerce* di Indonesia selalu mengalami peningkatan. Berbagai produk sangat mudah ditemukan, mulai dari hasil kerajinan tangan, *fashion*, makanan, dan lain sebagainya. Berkembangnya *E-Commerce* dipicu dari semakin canggihnya dunia teknologi, hingga produk kategori *fashion* menjadi peminat tertinggi di tiap-tiap *Marketplace*.

Terdapat banyak *Marketplace* di Indonesia, misalnya seperti Lazada, Bukalapak, Tokopedia, Bli-bli, dan sebagainya. Setiap *Marketplace* mempunyai fitur masing-masing dengan beragam navigasi dan pilihan menu yang memudahkan pembeli dalam berinteraksi. Dari semua *Marketplace*, peneliti memutuskan untuk memilih Bukalapak dan Tokopedia sebagai objek penelitian mengenai tingkat kepatuhan pajak dari masing-masing pelapak yang berjualan disana. Kedua *Marketplace* ini adalah primadona utama bagi

masyarakat Indonesia. Alasan utama adalah kemudahan untuk mengakses berbagai fitur yang ditawarkan.

4.1.1 Marketplace Tokopedia

Marketplace Tokopedia dijadikan peneliti sebagai objek penelitian. Alasan mendasar adalah mudahnya untuk mendaftar sebagai pelapak disana. Proses pendaftaran terbilang mudah yaitu cukup mengisi beberapa kolom seperti nama toko, nomor telepon, jenis usaha, hingga memberikan deskripsi singkat mengenai barang juualan. Setiap pelapak harus mencantumkan nomor rekening pribadi untuk mempermudah dalam pencairan dana dari hasil transaksi jual beli.

Gambar 4.1
Halaman Dashbord Tokopedia



Sumber: <https://www.tokopedia.com/>, Tahun 2020

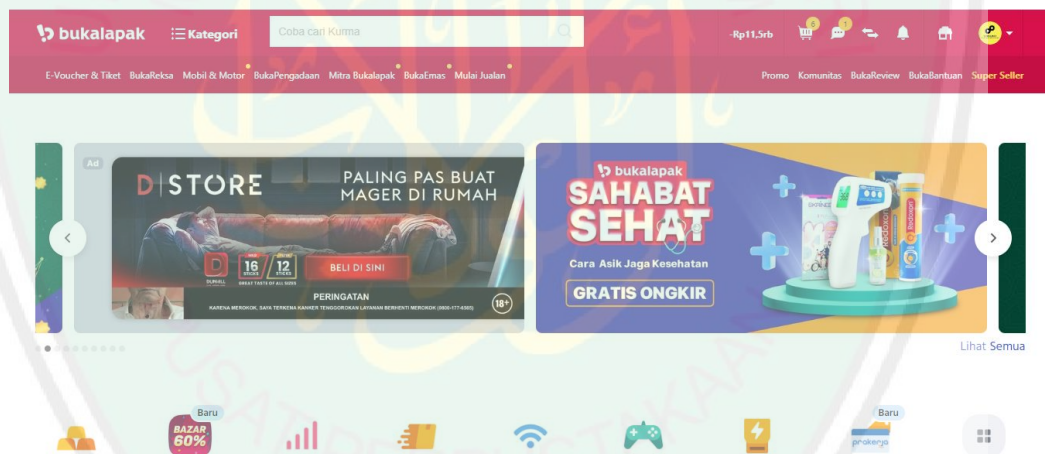
Akun akan divalidasi oleh *customer service* Tokopedia ketika semua kolom sudah diisi dengan lengkap. Adapun kolom NPWP yang bisa diisi untuk menjaga tingkat privasi masing-masing akun. Kolom NPWP juga berfungsi sebagai pemotongan jumlah pajak terhutang apabila terdapat barang yang berhasil dijual. Namun, kolom ini tidak wajib diisi, hanya untuk yang

mempunyai NPWP, sedangkan bagi yang tidak, bisa dilewati. Peneliti memutuskan untuk memilih responden yang sudah melampirkan NPWP di *Marketplace* Bukalapak dan Tokopedia. Hal ini untuk memudahkan peneliti dalam menentukan tingkat kepatuhan pembayaran pajak yang dilakukan oleh para pelapak.

4.1.2 *Marketplace* Bukalapak

Selain Tokopedia, Bukalapak adalah salah satu *Marketplace* di Indonesia yang disebut sebagai *Start-up Unicorn*. Terbukti dengan banyaknya minat pelaku usaha untuk melakukan transaksi jual beli disana.

Gambar 4.2
Halaman Dashbord Bukalapak



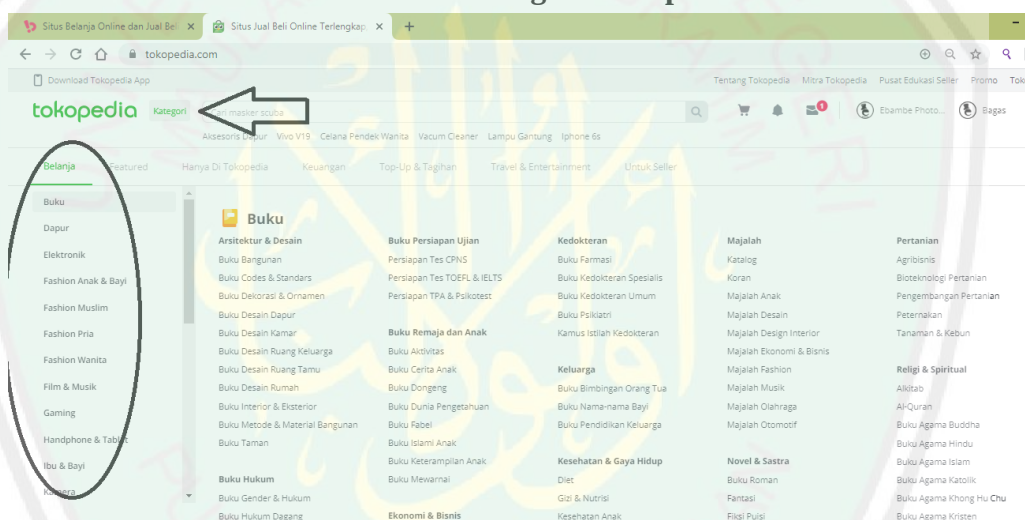
Sumber: <https://www.bukalapak.com/>, Tahun 2020

Proses pendaftaran terbilang sama dengan *Marketplace* Tokopedia. Setiap orang bisa membuka akun di Bukalapak, apabila ingin lebih cepat bisa untuk *login* melalui akun *gmail* atau akun *facebook*.

4.1.3 Proses Pencarian Responden

Responden yang peneliti tetapkan adalah responden yang berjualan (di *Marketplace* Bukalapak dan Tokopedia. Proses pencarian dilakukan peneliti langkah demi langkah hingga menemukan responden yang tepat untuk dijadikan bahan penelitian. Proses pertama adalah ketika peneliti masuk pada halaman *dashboard* Tokopedia. Setelah itu masuk pada pilihan kategori seperti pada gambar dibawah ini,

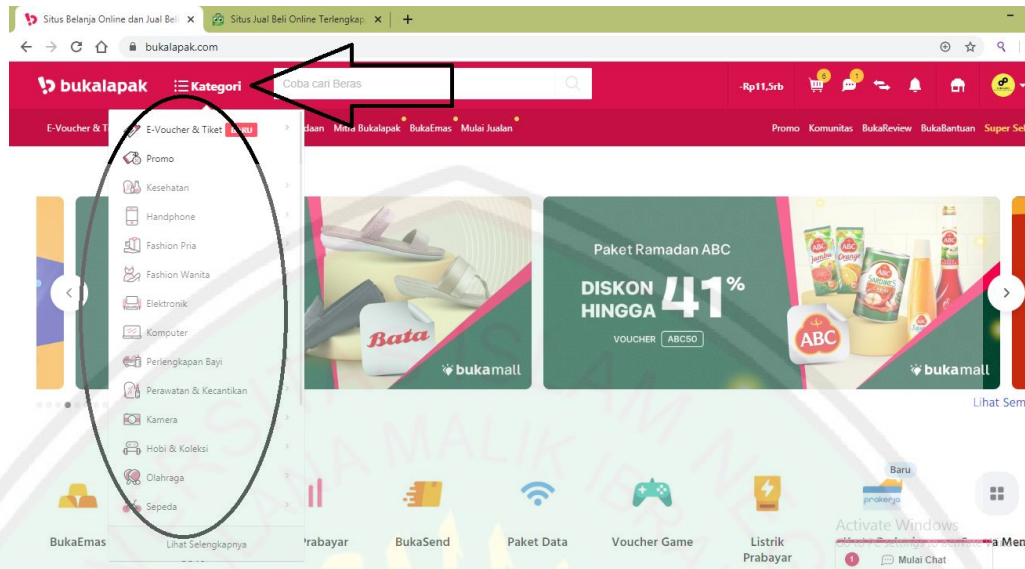
Gambar 4.3
Halaman Kategori Tokopedia



Sumber: <https://www.tokopedia.com/>, Tahun 2020

Gambar 4.3 diatas adalah pilihan menu yang tersedia di halaman Tokopedia. Terdapat 28 kategori yang disediakan oleh Tokopedia, yaitu kategori elektronik, *fashion*, perawatan, buku, dan sebagainya. Peneliti hanya memilih satu pilihan kategori yaitu Elektronik. Hal ini untuk memfokuskan peneliti untuk mengetahui tingkat kepatuhan pajak di kategori tertentu dengan lingkup usaha di Jawa Timur.

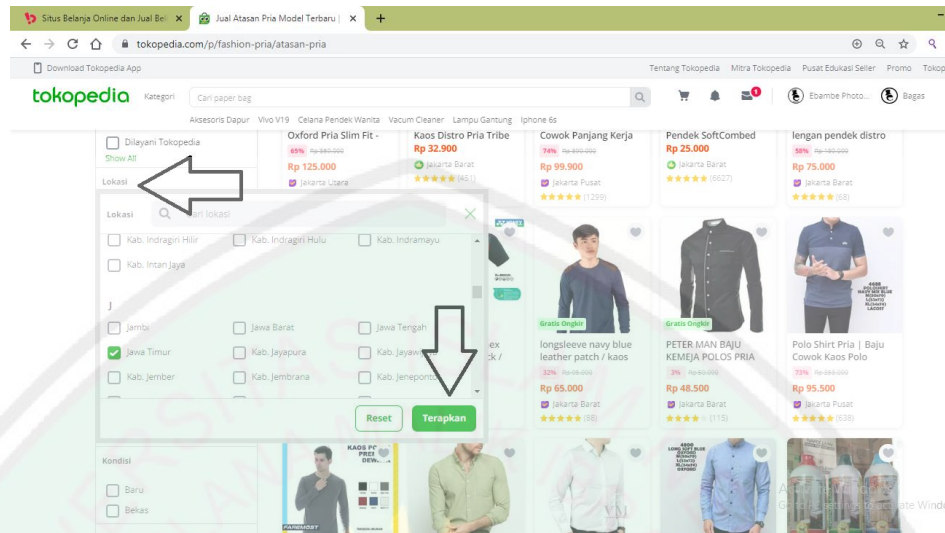
Gambar 4.4
Halaman Kategori Bukalapak



Sumber: <https://www.bukalapak.com/>, Tahun 2020

Sedangkan pada Bukalapak terdapat 14 kategori yang tersedia, mulai dari *fashion*, peralatan, aksesoris, elektronik, dan sebagainya. Dari beragam pilihan kategori peneliti memilih kategori Elektronik. Sama halnya dengan *marketplace* Tokopedia, peneliti memilih kategori Elektronik dari beragam pilihan kategori untuk memfokuskan peneliti dalam mengenal karakter masing-masing pelapak dan mengetahui lebih dalam tingkat kepatuhan pajak yang dilakukan oleh para pelapak disana.

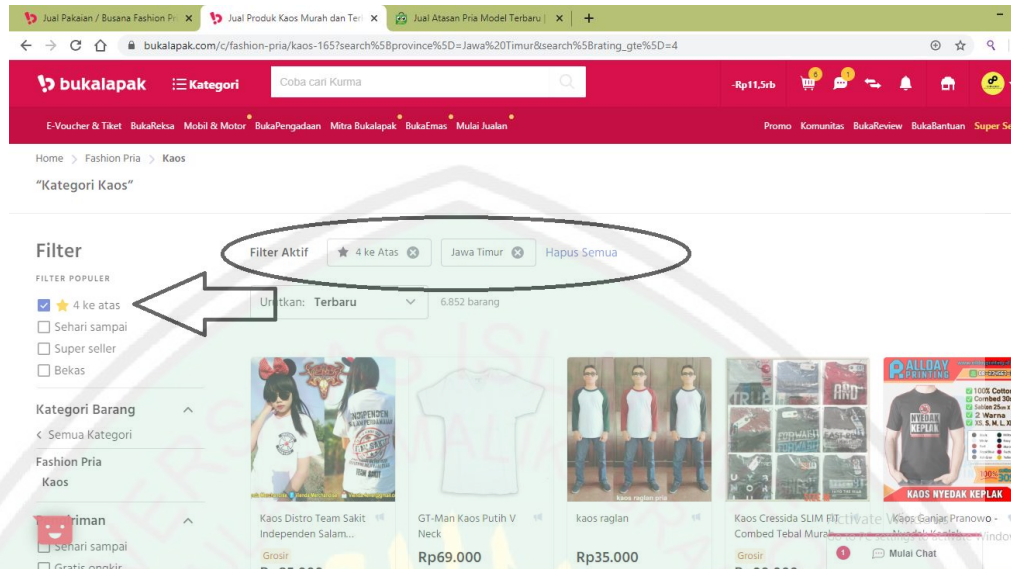
Gambar 4.5
Halaman Filter Lokasi di Tokopedia



Sumber: <https://www.tokopedia.com/>, Tahun 2020

Proses selanjutnya setelah menemukan kategori adalah masuk pada halaman filter lokasi di Tokopedia. Filter lokasi berfungsi untuk mempermudah peneliti menemukan pelapak yang membuka usahanya di wilayah Jawa Timur. Jawa Timur adalah lokasi dimana peneliti tentukan, dengan memanfaatkan menu filter tentunya lebih mengerti siapa saja pelapak yang berada di kawasan Jawa Timur. Fitur filter lokasi juga tersedia di Bukalapak, peneliti melakukan proses yang sama baik itu di Tokopedia ataupun Bukalapak.

Gambar 4.6
Halaman Filter *Best Seller* Bukalapak

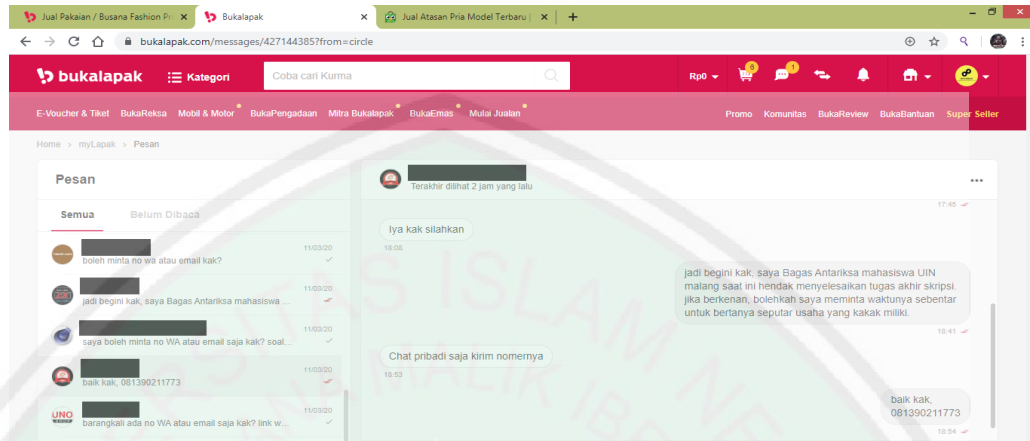


Sumber: <https://www.bukalapak.com/>, Tahun 2020

Proses selanjutnya adalah menentukan pelapak yang mempunyai produk terlaris dijual dengan jumlah besar atau sering dikenal produk *Best Seller*. Peneliti memanfaatkan fitur filter seperti penentuan lokasi sebelumnya. Peneliti cukup *Check List* bagian *Best Seller*, setelah itu akan muncul para pelapak yang dicari.

4.1.4 Teknik Penyebaran Kuisioner

Gambar 4.7
Halaman *Chatting* Bukalapak



Sumber: <https://www.bukalapak.com/>, Tahun 2020

Proses pencarian responden terakhir adalah menghubungi satu per satu para pelapak terpilih dengan memanfaatkan fitur *Chatting* yang tersedia di masing-masing *Marketplace*, baik itu Bukalapak ataupun Tokopedia. Dari sanalah peneliti menemukan siapa responden yang bersedia bertukar informasi hingga bersedia mengisi kuisioner yang telah peneliti siapkan melalui *link online* (<https://forms.gle/NZjKcFGrzqcMC2d46>) atau biasa dikenal *Google Form* yang nantinya akan terdapat beberapa pertanyaan agar dijawab oleh responden dan menjadi sumber data primer penelitian ini. Berikut adalah hasil penyebaran kuisioner *online* yang sudah dilakukan peneliti.

Tabel 4.1
Hasil Penyebaran Kuisisioner Online

No.	Keterangan Kuisisioner	Jumlah	Prosentase
1	Kuisisioner yang disebar	100	100%
2	Kuisisioner yang direspon	70	70%
3	Kuisisioner yang tidak direspon	30	30%
4	Kuisisioner yang digunakan sebagai data	30	30%
5	Kuisisioner yang tidak sesuai kualifikasi	70	70%

Sumber: <https://www.bukalapak.com/> dan <https://www.tokopedia.com/>

Kuisisioner yang sudah peneliti sebar sebanyak 100 kuisisioner dan jumlah kuisisioner yang direspon sejumlah 70 kuisisioner, sedangkan yang tidak direspon sejumlah 30 kuisisioner. Dari 70 kuisisioner tersebut, peneliti menggunakan 30 kuisisioner untuk dijadikan data primer yaitu 15 dari *marketplace* Bukalapak dan 15 lagi dari *marketplace* Tokopedia. Adapun 40 kuisisioner yang peneliti tidak jadikan data primer karena memberikan jawaban yang tidak lengkap dari 21 pertanyaan yang diajukan peneliti. Seperti memberikan jawaban kosong dari pertanyaan yang diberikan.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Skala Guttman

Tidak setiap kuisisioner bisa dijadikan bahan penelitian, itu sebabnya perlu adanya uji pengukuran kuisisioner sebelum disebar ke responden untuk menentukan tingkat kevalidan kuisisioner. Peneliti menggunakan analisis Skala Guttman dalam menentukan tingkat kevalidan kuisisioner. Untuk jenis kuisisioner tertutup sangat tepat jika menggunakan analisis ini. Setelah itu, peneliti akan menggunakan alat uji berupa *Microsoft Excel 2007* untuk mengolah hasil data yang terkumpul dari proses wawancara.

4.2.2 Hasil Uji Koefisien Reprodusibilitas Kuisisioner

Skala pengukuran dengan tipe ini diperoleh jawaban yang tegas “Ya” dan “Tidak” dengan pembobotan 0 = Tidak 1 = Ya. Sedangkan penyelesaian menggunakan metode rumus Koefisien Reprodusibilitas (*Coefficient of Reproducibility*) dan Koefisien Skalabilitas (*Coefficient of Skalability*).

Gambar 4.8
Rumus Koefisien Reprodusibilitas

$$K_r = 1 - (e/n) \dots\dots\dots (5.1)$$

Dimana :

K_r = Koefisien Reprodusibilitas

E = Jumlah kesalahan/nilai error

n = Jumlah pernyataan dikali jumlah responden.

Sumber : Jurnal ilmiah teknik industri, UMM Surakarta 2017

Syarat penerimaan nilai koefisien reprodusibilitas yaitu apabila koefisien reprodusibilitas memiliki nilai > 0.90 (Singarimbun, 2016). Koefisien reprodusibilitas (*coefficient of reproducibility*) menunjukkan derajat keandalan pengukuran dengan skala yang dipakai yang terlihat dari persentase respons murni yang dapat direproduksi dari skor skala yang dipakai untuk merangkumnya (Widhiarso, 2015).

Tabel 4.2
Hasil Distribusi Skor Kuisioner Responden di Bukalapak

Subjek	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Total
R 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 6	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	10
R 7	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	8
R 8	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	8
R 9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 11	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	9
R 12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9

Sumber : Hasil olah data kuisioner menggunakan Ms.Excel 2007

Nilai 0 : Nilai eror yang didapatkan atas kesalahan responden dari harapan peneliti

Nilai 1 : Nilai yang sesuai dengan yang diharapkan peneliti

Tabel 4.2
(Lanjutan)
Hasil Distribusi Skor Kuisioner Responden di Bukalapak

Subjek	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Total
R 16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10
R 19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 21	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	10
R 22	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	8
R 23	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	9
R 24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 26	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	9
R 27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10
R 33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10
R 35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10
R 38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10

Sumber : Hasil olah data kuisioner menggunakan Ms.Excel 2007

Jumlah butir pertanyaan (Q) dibawah ini sudah peneliti urutkan dari termudah hingga tersulit.

1. Menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) dalam 3 tahun terakhir
2. Menyampaikan Surat Pemberitahuan Masa 3 bulan terakhir (Januari - November)
3. Menyampaikan SPT Masa dan SPT Tahunan tepat waktu (Tidak melebihi batas waktu yang ditetapkan)

4. Membayarkan semua jenis pajak sebelum batas akhir pelunasan (31 Desember)
5. Pernah tidak membayar pajak
6. Memberikan informasi yang lengkap dan benar ketika menyampaikan SPT
7. Pernah terjadi kesalahan ketika melaporkan SPT
8. Adanya izin mengangsur untuk pembayaran pajak
9. Pernah melampirkan informasi yang tidak benar ketika melaporkan SPT
10. Laporan keuangan di setuju oleh Akuntan Publik
11. Laporan keuangan mencakup rekonsiliasi laba rugi
12. Laporan keuangan berbentuk Long Form Report (memanjang).

Gambar 4.9
Output Uji Koefisien Reprodusibilitas

SKALO PROGRAM ANALISIS SKALA GUTTMAN Wahyu Widhiarso Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada 2011	
A. PETUNJUK 1. Masukkan Jumlah Butir dan Ukuran Sampel pada Kolom yang disediakan 2. Masukkan data pada kolom INPUT DATA Catatan : Urutan butir harus sudah disesuaikan dengan urutan tingkat kesulitannya secara teoritik	OUTPUT Jumlah Potensi Error 180 Jumlah Error 18
B. INPUT BUTIR & SAMPEL Masukkan Jumlah Butir 12 Masukkan Ukuran Sampel 15	Koefisien Reprodusibilitas 0.9 Koefisien Skalabilitas 0.8

Sumber: Hasil olah data analisis skala *guttman* pada *Ms.Excel* 2007

Gambar 4.10
Output Uji Koefisien Reprodusibilitas

SKALO PROGRAM ANALISIS SKALA GUTTMAN Wahyu Widiarso Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada 2011	
A. PETUNJUK 1. Masukkan Jumlah Butir dan Ukuran Sampel pada Kolom yang disediakan 2. Masukkan data pada kolom INPUT DATA Catatan : Urutan butir harus sudah disesuaikan dengan urutan tingkat kesulitannya secara teoritik	OUTPUT Jumlah Potensi Error 180 Jumlah Error 18
B. INPUT BUTIR & SAMPEL Masukkan Jumlah Butir 12 Masukkan Ukuran Sampel 15	Koefisien Reprodusibilitas 0,9 Koefisien Skalabilitas 0,8

Sumber: Hasil olah data analisis skala *guttman* pada *Ms.Excel 2007*

Dari gambar 5.1 menunjukkan hasil bahwa jumlah potensi error kuisioner sebesar 180 untuk uji koefisien reprodusibilitas. Sedangkan diketahui hasil 18 jumlah eror untuk uji koefisien reprodusibilitas. Kuisioner dikatakan valid jika nilai skala uji reprodusibiltas $>0,90$ dan. Kuesinoer yang dibuat peneliti sudah valid karena mempunyai hasil melebihi dari standard yang ditentukan yaitu 0,9 untuk koefisien reprodusibilitas.

Setelah peneliti memperoleh seluruh nilai kuisioner responden dari hasil jawaban yang mereka berikan, peneliti melakukan uji koefisien reprodusibilitas dan skalabilitas pada *Ms.Excel 2007*. Peneliti menggunakan program analisis skala *guttman* versi *Ms.Excel* dari Wahyu Widiarso Universitas Gadjah Mada. Program analisis ini mudah digunakan, karena semua rumus sudah diterapkan secara *default*. Peneliti hanya perlu memasukkan jumlah skor yang diperoleh, setelah itu akan muncul pada bagian *Output*.

4.2.3 Hasil Uji Koefisien Skalabilitas Kuisisioner

Gambar 4.11
Rumus Koefisien Skalabilitas

$$K_s = 1 - (e/x) \dots\dots\dots (5.2)$$

Dimana :

K_s = Koefisien Skalabilitas

e = Jumlah kesalahan/nilai error

x = 0,5 (jumlah pernyataan dikali jumlah responden – jumlah

Sumber: Jurnal ilmiah teknik industri, UMM Surakarta 2017

Syarat penerimaan nilai koefisien skalabilitas yaitu apabila koefisien skalabilitas memiliki nilai >0.60 (Nazir, 2016). Uji validitas menggunakan rumus Koefisien Reprodusibilitas (*Coefficient of Reproducibility*) dan Koefisien Skalabilitas (*Coefficient of Skalability*) dianalisis dengan menggunakan Ms. Excel 2007. Dari analisis diperoleh :

- a. $K_r = 0.9$ dimana $K_r > 0.90$, sehingga nilai koefisien reprodusibilitas diterima.
- b. $K_s = 0.8$ dimana $K_s > 0.60$, sehingga nilai koefisien skalabilitas diterima.

Sehingga dapat disimpulkan dari uji validitas menggunakan rumus Koefisien Reprodusibilitas (*Coefficient of Reproducibility*) dan Koefisien Skalabilitas (*Coefficient of Skalability*) bahwa pada pertanyaan dengan pembobotan menggunakan skala Guttman dinyatakan valid.

Tabel 4.3
Hasil Distribusi Skor Kuisioner Responden di Tokopedia

Subjek	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Total
R 1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	9
R 2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	9
R 3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10
R 4	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	9
R 5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10
R 6	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	9
R 7	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	9
R 8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 11	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	9
R 12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9

Sumber : Hasil olah data kuisioner menggunakan *Ms.Excel 2007*

Nilai 0 : Nilai eror yang didapatkan atas kesalahan responden dari harapan peneliti

Nilai 1 : Nilai yang sesuai dengan yang diharapkan peneliti

Tabel 4.3
(Lanjutan)
Hasil Distribusi Skor Kuisioner Responden di Tokopedia

Subjek	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Total
R 16	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	10
R 17	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10
R 19	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	9
R 20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10
R 21	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	9
R 22	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	9
R 23	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	8
R 24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 26	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	9
R 27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9
R 29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10
R 30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	9

Sumber : Hasil olah data kuisioner menggunakan Ms.Excel 2007

Langkah berikutnya, setelah semua responden mempunyai poin untuk masing-masing kuisioner peneliti melakukan uji koefisien skalabilitas pada *Ms.Excel* untuk memperoleh hasil valid tidaknya kuisioner tersebut. Peneliti menggunakan program analisis skala guttman versi *Ms.Excel* dari Wahyu Widiarso Universitas Gadjah Mada. Program analisis ini mudah digunakan, karena semua rumus sudah diterapkan secara *default*. Peneliti hanya perlu memasukkan jumlah skor yang diperoleh, setelah itu akan muncul pada bagian *Output*.

Gambar 4.12
Output Uji Koefisien Skalabilitas

SKALO		Wahyu Widhiarso	
PROGRAM ANALISIS SKALA GUTTMAN		Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada 2011	
A. PETUNJUK		OUTPUT	
1. Masukkan Jumlah Butir dan Ukuran Sampel pada Kolom yang disediakan		Jumlah Potensi Error	180
2. Masukkan data pada kolom INPUT DATA		Jumlah Error	18
Catatan : Urutan butir harus sudah disesuaikan dengan urutan tingkat kesulitannya secara teoritik			
B. INPUT BUTIR & SAMPEL		Koefisien Reprodusibilitas	0,9
Masukkan Jumlah Butir	12	Koefisien Skalabilitas	0,8
Masukkan Ukuran Sampel	15		

Sumber: Hasil olah data analisis skala guttman pada Ms.Excel 2007

Dari gambar 5.2 menunjukkan hasil bahwa jumlah potensi error kuisioner sebesar 180 untuk uji koefisien Skalabilitas. Sedangkan diketahui hasil 22 jumlah error untuk uji koefisien skalabilitas. Kuisioner dikatakan valid jika nilai skala uji skalabilitas $>0,80$. Kuesinoer yang dibuat peneliti sudah valid karena mempunyai hasil melebihi dari standard yang ditentukan yaitu 0,8 untuk koefisien skalabilitas.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan NPWP

Terdapat banyak responden yang sudah mengisi kuisioner, namun tidak semuanya mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Hanya 30 responden yang menyatakan mempunyai NPWP yaitu 15 dari Tokopedia dan 15 dari Bukalapak.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Bukalapak
Berdasarkan Kepemilikan NPWP

No	Mempunyai NPWP
40	Ya

Sumber: <http://www.bukalapak.com/> tahun 2020

Terdapat banyak responden yang sudah mengisi kuisioner, namun tidak semuanya mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Terdapat 40 responden yang menyatakan mempunyai NPWP.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Tokopedia
Berdasarkan Kepemilikan NPWP

No	Mempunyai NPWP
30	Ya

Sumber: <http://tokopedia.com/> tahun 2020

Sedangkan pada situs belanja Tokopedia, peneliti hanya mampu memperoleh 15 responden lagi yang menyatakan bahwa mereka semua mempunyai kepemilikan NPWP. Sedangkan sisanya menyatakan tidak mempunyai NPWP. NPWP tersebut berfungsi untuk memudahkan peneliti dalam menentukan kembali seberapa patuh para pelapak dalam melaporkan kewajibannya sebagai wajib pajak.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penggolongan jenis kelamin pada responden juga perlu dilakukan untuk menentukan secara spesifik siapa responden tersebut. Terlebih lagi untuk mengetahui lebih detail apakah responden sudah cukup umur atau masuk dalam kategori dewasa bukanlah anak – anak.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Tokopedia
Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin
12	Pria
18	Wanita

Sumber: <https://www.tokopedia.com/>, Tahun 2020

Berdasarkan jawaban dari responden, peneliti mampu mengklasifikasikan responden berdasarkan jenis kelamin dalam 2 kategori. Tercatat bahwa 30 responden dari Tokopedia mempunyai 12 jenis kelamin pria dan 18 jenis kelamin wanita.

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Bukalapak
Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin
12	Pria
28	Wanita

Sumber: <https://www.bukalapak.com/>, Tahun 2020

Lain halnya dengan responden yang peneliti peroleh dari *Marketplace* Bukalapak. Terdapat 12 responden yang mempunyai jenis kelamin pria dan 28 sisanya mempunyai jenis kelamin wanita. Peneliti juga memastikan kembali kepada setiap responden untuk melakukan *kroscek* sebelum mengirimkan jawaban kuisioner tersebut.

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden yang paling sesuai adalah mereka yang mempunyai umur dewasa atau lebih dari 15 tahun. Dengan umur sedemikian, responden akan memberikan jawaban secara mendetail mengenai apa yang peneliti tanyakan. Untuk itu, apabila terdapat responden yang mempunyai umur kurang dari 15

tahun belum bisa dijadikan data penelitian. Berikut ini adalah *range* umur responden yang peneliti peroleh dari masing – masing *Marketplace*.

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Tokopedia
Berdasarkan Usia

No	Umur Dengan <i>Range 20 – 25 Tahun</i>	Umur Dengan <i>Range 25 – 30 Tahun</i>	Umur Dengan <i>Range 30 – 35 Tahun</i>
1	5	20	5

Sumber: <https://www.tokopedia.com/>, Tahun 2020

Peneliti mengklasifikasikan umur responden berdasarkan 3 *range*. *Range* pertama antara 20 hingga 25 tahun, setelah itu 25 hingga 30 tahun, dan terakhir antara 30 hingga 35 tahun. Dari informasi yang diberikan responden, peneliti mencatat bahwa umur yang dimiliki responden masih tergolong muda yaitu berkisar antara 25 hingga 30 tahun sebanyak 20 orang, 5 responden berumur 20-25 tahun, dan 5 responden lainnya berkisar antara 30-35 tahun.

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Bukalapak
Berdasarkan Usia

No	Umur Dengan <i>Range 20 – 25 Tahun</i>	Umur Dengan <i>Range 25 – 30 Tahun</i>	Umur Dengan <i>Range 30 – 35 Tahun</i>
1	28	10	2

Sumber: <https://www.bukalapak.com/>, Tahun 2020

Berbeda dengan responden yang peneliti peroleh dari *Marketpalce* Bukalapak. Terdapat 2 responden yang mempunyai umur berkisar antara 30 tahun keatas, 28 responden lagi berumur antara 25 tahun kebawah. Sedangkan 10 responden sisanya berumur antar 25 hingga 30 tahun.

4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik selanjutnya adalah mengenai jenis pekerjaan yang dimiliki oleh responden. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah responden mempunyai pekerjaan lain selain berjualan di *Marketplace*, atau hanya mempunyai satu pekerjaan utama.

Tabel 4.10
Karakteristik Responden Tokopedia
Berdasarkan Pekerjaan

No	Wirausaha	Karyawan	Pelajar
1	15	9	6

Sumber: <https://www.tokopedia.com/>, Tahun 2020

Setelah responden memberikan jawaban, peneliti menanyakan kembali mengenai jenis usaha apa yang mereka miliki. Ada yang memberikan jawaban tentang usaha *travel*, kuliner, sedangkan berjualan di *Marketplace* adalah pekerjaan sampingan untuk mengisi waktu luang. Untuk responden yang bekerja sebagai karyawan menyatakan bahwa mereka kerja untuk orang lain dengan tugas utama menjadi *admin online shop* di situs *marketplace* yang dikelola. Terdapat 6 responden lagi yang menyatakan masih dalam status pelajar, sedangkan berjualan di *Marketplace* adalah pekerjaan sampingan yang mereka kembangkan.

Tabel 4.11
Karakteristik Responden Bukalapak
Berdasarkan Pekerjaan

No	Wirausaha	Karyawan	Pelajar
1	10	26	4

Sumber: <https://www.bukalapak.com/>, Tahun 2020

Sedangkan responden yang peneliti peroleh dari *Marketplace* Bukalapak menyatakan bahwa pekerjaan utama mereka adalah berjualan di

Bukalapak. Namun, 10 diantara lagi mempunyai usaha lain yang sedang dikembangkan. Untuk 26 responden sebagai karyawan sama halnya dengan responden dari Tokopedia, bahwa mereka bekerja untuk orang lain dan diberi tugas untuk mengelola akun *Marketplace* Bukalapak.

4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet

Karakteristik responden berikutnya adalah mengenai penghasilan yang diterima ketika menjalankan usaha di *Marketplace* Bukalapak dan Tokopedia. Hal ini berhubungan dengan lama usaha yang dikelola, ada beberapa responden yang sudah lama merintis usaha di *Marketplace* namun penghasilan yang diterima masih tergolong kecil, begitupun sebaliknya ada responden yang baru mulai merintis namun mampu meraup omzet yang cukup besar.

Tabel 4.12
Karakteristik Responden Tokopedia
Berdasarkan Omzet yang Diterima

No	Penghasilan 1 – 20 juta	Penghasilan 20 – 50 juta	Penghasilan >50 juta
1	15	13	2

Sumber: <https://www.tokopedia.com/>, Tahun 2020

Lima belas responden yang berpenghasilan <20 juta hampir rata-rata memulai usaha di Tokopedia mulai tahun 2010. Sedangkan 13 responden mempunyai penghasilan kotor 50 juta per tahun secara terus menerus sejak memulai usaha pada tahun 2005. Adapun 2 responden lagi yang mampu meraup omzet kotor mencapai 2 miliar.

Tabel 4.13
Karakteristik Responden Bukalapak
Berdasarkan Omzet yang Diterima

No	Penghasilan 1 – 20 juta	Penghasilan 20 – 50 juta	Penghasilan >50 juta
1	19	15	6

Sumber: <https://www.bukalapak.com/>, Tahun 2020

Berbeda dengan responden yang peneliti peroleh dari *Marketplace* Bukalapak, hampir rata – rata mereka baru memulai usahanya di Bukalapak pada tahun 2016. Namun penghasilan yang mereka peroleh sudah termasuk penghasilan bersih selama satu tahun, sudah termasuk gaji karyawan dan pembelian bahan pokok lainnya. Untuk 6 responden lagi memperoleh penghasilan kotor per tahun sebesar 100 juta dan 150 juta.

4.2.9 Kriteria Wajib Pajak Tepat Waktu Menyampaikan SPT

(Penelitian kali ini mempunyai banyak karakteristik yang banyak). Penelitian kali ini mempunyai empat kriteria menurut PMK Nomor 192 Tahun 2007. Berikut ini adalah penjelasan dari masing-masing karakteristik:

A. Karakteristik menurut PMK Nomor 192 Tahun 2007

Wajib pajak dengan kriteria tertentu yang selanjutnya disebut sebagai wajib pajak patuh adalah wajib pajak yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan
2. Tidak mempunyai tunggakan untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang sudah diperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak

3. Laporan keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama (3) Tahun berturut-turut, dan
4. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan, berdasarkan putusan pengadilan yang sudah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir.

Tabel 4.14
Karakteristik Wajib Pajak Patuh

Kategori	Jawaban	Jumlah Responden	Prosentase
Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan	Ya	30	100%
	Tidak	0	0%
Jumlah		30	100%

Sumber: <https://www.bukalapak.com/> dan <https://www.tokopedia.com/>, Tahun 2020

Pasal 2 sudah dijelaskan bahwa tepat waktu dalam penyampaian Surat Pemberitahuan sebagaimana yang dimaksud pasal 1 adalah meliputi penyampaian Surat Pemberitahuan Tahunan tepat waktu dalam 3 (tiga) tahun terakhir, penyampaian Surat Pemberitahuan Masa yang terlambat dalam tahun terakhir untuk Masa pajak bulan Januari sampai November tidak lebih dari 3 (tiga) Masa Pajak untuk setiap jenis pajak dan tidak berturut-turut, dan Surat Pemberitahuan yang terlambat sebagaimana yang dimaksud pada penjelasan sebelumnya sudah disampaikan tidak lewat dari batas waktu penyampaian Surat Pemberitahuan Masa pajak berikutnya.

Tabel 4.14 bisa dilihat bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 30 yang tepat dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan pajak yaitu (15 responden dari Bukalapak dan 15 responden dari Tokopedia). Kesadaran wajib pajak terhadap ketepatan waktu penyampaian SPT sudah membaik di *Marketplace* Bukalapak dan Tokopedia, hanya saja masih ada yang tidak ingin terlalu dipersulit dengan adanya perpajakan yang berlaku, sebagian pelaku usaha beranggapan bahwa mempunyai usaha yang tidak terlalu besar tidak harus mematuhi peraturan perpajakan.

4.2.10 Kriteria Wajib Pajak Tidak Mempunyai Tunggakan Pajak

Menurut pasal 2 PMK Nomor 192 tahun 2007 yang dimaksud dengan tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang sudah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak adalah tidak adanya tunggakan pajak sebagaimana dimaksud dalam pasal 1 adalah keadaan dimana wajib pajak ketika tanggal 31 desember tahun sebelum penetapan sebagai wajib pajak patuh dan tidak termasuk utang pajak yang belum melewati batas akhir pelunasan.

Tabel 4.15
Karakteristik Wajib Pajak Patuh

Kategori	Jawaban	Jumlah Responden	Prosentase
Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang sudah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak	Ya	70	100%
	Tidak	0	0%
Jumlah		70	100%

Sumber: <https://www.bukalapak.com/> dan <https://www.tokopedia.com/>, Tahun 2020

Dari tabel diatas bisa kita lihat perolahan datanya dimana 100% atau 70 responden (30 responden dari Tokopedia dan 40 dari Bukalapak) menyatakan tidak mempunyai tunggakan jenis pajak apapun.

4.2.11 Kriteria Wajib Pajak Dalam Mengaudit Laporan Keuangan

Menurut pasal 2 Laporan keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau Lembaga Pengawasan Keuangan Pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama 3 (tiga) Tahun berturut-turut adalah bahwasannya Laporan Keuangan yang diaudit oleh lembaga pengawas keuangan pemerintah sebagaimana dimaksud dalam pasal 1 harus disusun dalam bentuk panjang (*Long form report*) dan menyajikan rekonsiliasi laba rugi komersial dan fiskal bagi Wajib Pajak yang wajib menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan.

Pada ayat berikutnya dijelaskan bahwa pendapat Akuntan atas Laporan Keuangan yang diaudit oleh Akuntan Publik sebagaimana dimaksud sebelum ditandatangani oleh Akuntan Publik yang tidak sedang dalam pembinaan lembaga pemerintahan pengawas Akuntan Publik.

Tabel 4.16
Karakteristik Wajib Pajak Patuh

Kategori	Jawaban	Jumlah Responden	Prosentase
Laporan keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau Lembaga Pengawasan Keuangan Pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama 3 (tiga) tahun berturut-turut	Ya	27	39%
	Tidak	43	61%
Jumlah		70	100%

Sumber: <https://www.bukalapak.com/> dan <https://www.tokopedia.com/>, Tahun 2020

Pada table 5.3 diatas diperoleh hasil bahwa 39% responden (12 dari Bukalapak dan 15 dari Tokopedia) yang hanya diaudit oleh Akuntan Publik, dan sebanyak 61% responden (15 dari Tokopedia dan 28 responden dari Bukalapak) yang tidak diaudit oleh Akuntan Publik. Hasil ini sangat miris sekali, dikarenakan tidak banyak pelaku usaha *E-Commerce* Bukalapak dan Tokopedia mengetahui cakupan sampai dengan diauditnya Laporan Keuangan, dan dapat ditarik kesimpulan bahwa semua responden tidak bisa dikategorikan dalam tolak ukur kepatuhan ini.

Melihat tabel diatas diketahui bahwa masih banyak wajib pajak *E-Commerce* Bukalapak dan Tokopedia tidak terlalu memperdulikan Laporan Keuangan yang diaudit oleh Kantor Akuntan Publik yang akan lebih menguntungkan apabila para pelaku usaha ini melaksanakannya, tetapi memang masih banyak pelaku usaha yang kurang memahami atau tidak peduli dengan manfaat yang pasti dari dampak yang akan dirasakan sehingga kebanyakan dari responden yang peneliti mintai keterangan tidak merespon dan menjawab ketidakpatuhan mereka terhadap peraturan perpajakan.

4.2.12 Kriteria Wajib Pajak Tidak Pernah Terlibat Tindakan Kriminal

Tabel 4.17
Karakteristik Wajib Pajak Patuh

Kategori	Jawaban	Jumlah Responden	Prosentase
Tidak pernah dipidana karena tidak pernah melakukan tindakan kriminal di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang sudah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir	Ya	70	100%
	Tidak	0	0%
Jumlah		70	100%

Sumber: <https://www.bukalapak.com/> dan <https://www.tokopedia.com/>,
Tahun 2020

Ketika seseorang pernah terlibat tindakan pidana di bidang perpajakan, hal ini berarti belum termasuk kategori wajib pajak patuh menurut PMK Nomor 192 Tahun 2007. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, semua responden (15 dari Bukalapak dan 15 dari Tokopedia) menyatakan bahwa mereka tidak pernah dipidana di bidang perpajakan atau melakukan tindakan kriminal apapun.

Kriteria wajib pajak patuh menurut PMK Nomor 192 Tahun 2007 berikutnya adalah Tidak pernah dipidana karena tidak pernah melakukan tindakan kriminal di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang sudah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir. Berdasarkan data diatas hampir semua responden menyatakan bahwa mereka tidak pernah terlibat dalam pidana di bidang perpajakan. Namun, beberapa responden lagi tidak termasuk dalam kategori yang sudah memiliki kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 tahun terakhir. Hal ini disebabkan bahwa responden tersebut baru memulai usahanya di *marketplace* Bukalapak dan Tokopedia dan menjalani usahanya lebih dari 1 tahun berjalan. Akan tetapi responden meyakini tidak pernah terlibat ataupun terpidana dan dipidana di bidang perpajakan.

4.2.13 Integrasi Akad As-salam Pada Transaksi E-Commerce

Gambar 4.13
Siklus Transaksi Jual Beli Online



Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah mendefenisikan transaksi *as-salam* sebagai akad yang disepakati dengan cara tertentu dan membayar terlebih dahulu, sedangkan barangnya diserahkan di kemudian hari (Wirdianingsih, 2005). Konsep yang ada pada syariat islam sudah sesuai dengan siklus transaksi jual beli *online* di *marketplace* Bukalapak dan Tokopedia dimana konsumen memilih barang terlebih dahulu selanjutnya melakukan akad jual beli dan diakhiri dengan pembayaran diawal sebelum barang yang dipesan diterima oleh konsumen.

Hanya saja masih ada beberapa kecurangan yang dilakukan oleh para pelaku usaha *online* yaitu ketidaksesuaian barang yang ditawarkan dengan

barang yang diterima oleh konsumen. Bagi konsumen sebaiknya perlu dipilah terlebih dahulu dengan seksama sebelum memutuskan untuk membeli barang tersebut dan lebih baik untuk menghubungi pelapak yang bersangkutan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepatuhan pajak berdasarkan PMK Nomor 192 Tahun 2007 atas model bisnis *E-Commerce* di Bukalapak dan Tokopedia. Berdasarkan hasil data diatas bahwa para pelaku usaha *E-Commerce* di Bukalapak dan Tokopedia termasuk kategori wajib pajak tidak patuh menurut PMK Nomer 192 Tahun 2007 pasal 1 yang didasari oleh beberapa faktor yaitu Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan selanjutnya adalah tidak mempunyai tunggakan untuk semua jenis pajak, kategori kepatuhan selanjutnya adalah laporan keuangan yang diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan dan kategori terakhir adalah tidak pernah dipidana karena melakukan tidak pidana di bidang perpajakan. Pemahaman peraturan pajak sangat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, artinya semakin tinggi pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perpajakan maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dan pemahaman peraturan perpajakan ini juga ditunjang pula dari tingkat pendidikan responden. Kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak berbanding lurus, jika kesadaran wajib pajak ditingkatkan maka wajib pajak akan semakin patuh terhadap pemenuhan kewajibannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran sangat berpengaruh terhadap kewajibannya dalam pelaporan pajak, sehingga perlu ditekankan pula bahwa

pajak bukanlah suatu hal yang memberatkan, sulit ketika menghitung dan melaporkannya.

5.2 Saran dan Rekomendasi

Untuk wajib pajak pengusaha *E-Commerce* di Bukalapak dan Tokopedia, perlu ditingkatkannya kesadaran dalam diri lagi untuk lebih memahami peraturan perpajakan yang ada, terlebih untuk memperhatikan laporan keuangannya yang harus melalui tahap audit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawas keuangan lainnya. Karena pengusaha *E-Commerce* sama halnya dengan pengusaha biasa yang sama- sama berpenghasilan dan sudah seharusnya membayar pajak terutangnya.

Untuk penelitian selanjutnya bisa menambahkan aspek perpajakan lainnya. Kemudian cakupan dari pada responden yang seharusnya lebih luas lagi, misalkan *E-Commerce* di *Marketplace* yang berbeda seperti Lazada, Shopee, Bli-bli, dan sebagainya karena menurut peneliti responden saat ini belum *representative* dari yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Aqur'an dan Terjemahnya

Abd al-baqi, `M. F.(2015). *Al-Mu'jam al-mufahras Li Alfads Al-qur'an AlKarim*.

Kairo: Dar Al-Hadits.

Arisandy, Nesli. (2015). *Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Saksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Bisnis Online di Pekanbaru*. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis. UIN Sultan Syarif Kasim, Riau. Diperoleh tanggal 2 Juni 2020 dari <http://www.scholar.google.co.id/>

Budiono.(2015). *Pengaruh Tingkat Pemahaman Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak PPh Orang Pribadi (Studi Empiris Pada KPP Pratama Kota Slorok)* Jakarta:Rineka Cipta

Chandra,Diyah.(2019). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri Ngraho*. Jurnal IT-EDU Volume 2. Diperoleh tanggal 8 Agustus 2019 dari <http://www.scholar.google.co.id/>

Chapra, M.U.(2016). *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Jakarta: Gema Insani Press & Tazkiya Intstitute.

Creswell.J.W.(2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar

Friskianti,Yossi.(2014). *Pengaruh Self Assessment System, Keadilan, Teknologi Perpajakan, dann Ketidakpercayaan Kepada Pihak Fiskus Terhadap Tindakan Transaksi Taxx Evasion*. Accounting Analysis Journal. Universitas Negeri Semarang. Diperoleh tanggal 4 Agustus 2019 dari <http://scholar.google.co.id/>

Fizriani,Wilda.(2019). *Analisis Kesalahan Penggunaan Tanda Hubung dan Unsur Serapan Bahasa Asing Pada Berita Utama (Healine) Tabloid Gaul Edisi Januari 2014*. Skripsi..Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Gusfahmi.(2015) *Pajak Menurut Syariah*. (Jakarta: Rajawali Press), hal. 169-181

Hadari Nawawi,H.Murni Martini(2016). *Penelitian Terapan* (Yogyakarta : Gajah Mada University)

- Hasan,M.A.(2016). *Masail Fiqhiyah ; Zakat, Pajak, Asuransi dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Haris,Asnawi,(2017). *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam* (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hal. 17-18
- Khasanah,Septiyani.(2016). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2013*. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
- Makalalaq,Leonard.(2016). *Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha Dalam Transaksi Perdagangan Online (E-Commerce)*. Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion. Diperoleh tanggal 7 Agustus 2019 dari <http://www.scholar.google.co.id/>
- Munawwir,A.W.(2016). *Kamus ; AlMunawwir*. Surabaya: Pustaka Progresif.
- Mastriyo, Novaldi.(2018). *Analisis Tingkat Kepatuhan Pajak Berdasarkan Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor 62 Tahun 2013 Atas Model Bisnis E-Commece Di Kota Malang*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/>
- Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 Tentang Pajak Penghasilan Atas Pengalihan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu
- Priambodo,Putut.(2017). *Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sanksi Perpajakan, Dan Kesadaran Wajib Pajak, Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kabupaten Purworejo Pada Tahun 2017*. Skripsi.Universitas Negeri Yogyakarta
- Sally.(2016). *Pengaruh Tingkat Pemahaman Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak PPh Orang Pribadi (Studi Empiris Pada KPP Pratama Kota Slorok)* Skripsi. Universitas Indonesia.
- Santoso,Sugeng.(2014). *Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Kuh Perdata dan Hukum Islam*. Tulungagung:Pondok Modern Darul Hikmah
- Saripa.(2019). *Pengaruh Ulasan dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia (Studi Kasus 3 Kecamatan Di Kota Makassar)*. Skripsi Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ekonomi Nobel Indonesia Makassar

Sitorus(2017). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Jumlah Pajak Yang Disetor Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variable Intervening*. Jurnal Ilmiah. Universitas Tujuh Belas Agustus. Diperoleh tanggal 2 Agustus 2019 dari <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP>

Suhendra.(2015). *Pengaruh Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Badan Terhadap Peningkatan Penerimaan Pajak Penghasilan Badan*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, Vol 15. Diperoleh tanggal 29 Juli 2019 dari <http://scholar.google.co.id/>

Sugiyono.(2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuallitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta

Supadmi.(2006). *Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Pelayanan*. Skripsi.Fakutas Ekonomi, Universitas Udayana.

Susanti, Noviatul Riska. (2015). *Relevansi Keadilan dan Kepatuhan Pajak Perspektif Ibnu Khaldun Dalam Rangka Pencapaian Target Pajak*. Skripsi. Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang

Utomo,Eviera.(2015). *Transaksi E-Commerce Sebagai Potensi Penerimaan Pajak Di Indonesia*. Skripsi, Universitas Negeri Surabaya

Wizriyani,Wilda.(2014). *Analisis Kesalahan Penggunaan Tanda Hubung dan Unsur Serapan Bahasa Asing Pada Berita Utama (Headlline) Tabloid Gaul Edisi januari 2014:Implikasi Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas IX*.Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Wardani,Nurhasanah.(2018). *Pengaruh Self Assessment System, E-Commerce dan Keterbukaan Akses Informasi Rekening Bank Terhadap Niat Melakukan Penghindaran Pajak*. Jurnal Ustjogja Vol.3. Diperoleh tanggal 13 Agustus 2019 dari <http://scholar.google.co.id/>

Wahyuni,Nur,Indah.(2016). *Dampak E-Commerce dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Pada KPP Pratama Kota Bandung*. Bekasi:Ganesha.

Wirdiyaningsih.(2005). *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*. Depok:Prenadamedia Group

Undang-undang nomor 7 tahun 2004 tentang *Perdagangan*

Undang-undang nomor 36 tahun 1999 tentang *Telekomunikasi*

Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang *Informasi dan Transaksi Elektronik*
Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Tentang *Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha*

Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor 62 Tahun 2013. *Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce*

<https://www.bps.go.id/>, diakses tanggal 5 Agustus 2019

<https://www.bukalapak.com/>, diakses tanggal 16 Agustus 2019

<https://www.cnbcindonesia.com/>, diakses tanggal 5 Agustus 2019

<https://databoks.katadata.co.id/>, diakses tanggal 14 Agustus 2019

<https://pajak.go.id/artikel/>, diakses tanggal 5 Agustus 2019

<https://pajak.go.id/id/subjek-pajak-pph-badan>, diakses tanggal 10 Maret 2020

LAMPIRAN 1

BUKTI KONSULTASI

Nama : Bagas Antariksa
 Nim/Jurusan : 15520001
 Pembimbing : Sri Andriani, SE., M.S.i
 Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepatuhan Pajak Atas Transaksi *Online* (*E-Commerce*) Di Jawa Timur (Studi Kasus Pada Situs Belanja Bukalapak dan Tokopedia)

No	Tanggal Bimbingan	Nama Pembimbing	Deskripsi Bimbingan	Tahun Akademik	Semester	Status
1	2019-06-10	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	Pengajuan judul proposal (Ditolak)	2018/2019	Genap	Sudah Dikoreksi
2	2019-06-12	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	Judul diterima Melanjutkan BAB 1,2,3	2018/2019	Genap	Sudah Dikoreksi
3	2019-06-17	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	Melengkapi BAB 3 (Metodologi Penelitian)	2018/2019	Genap	Sudah Dikoreksi
4	2019-06-18	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	REVISI BAB 3 Analisis data masih belum jelas	2018/2019	Genap	Sudah Dikoreksi
5	2019-06-24	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	BAB 3 Menambahkan daftar responden	2018/2019	Genap	Sudah Dikoreksi
6	2019-09-17	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	REVISI SEMINAR PROPOSAL PAK JALAL 1. LATAR BELAKANG 2. BATASAN PENELITIAN • Responden • Subjek penelitian berlaku terhadap para pelaku bisnis di Bukalapak dan Tokopedia bukan owner 3. INTEGRASI ISLAM • E-Commerce dalam sudut pandang islam • Pajak dalam sudut pandang islam 4. METODE PENELITIAN • Grounded Theory 5. DAFTAR PUSTAKA	2018/2019	Genap	Sudah Dikoreksi
7	2019-09-17	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	REVISI SEMINAR PROPOSAL BU YONA 1. BATASAN PENELITIAN • Pelaporan pajak 2. PERATURAN PAJAK E-COMMERCE 3. RESPONDEN • Dilampirkan 4. METODE PENELITIAN • Grounded Theory	2018/2019	Genap	Sudah Dikoreksi

8	2020-03-02	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	BAB 1 JUDUL + RUMUSAN MASALAH + TUJUAN = Satu kesatuan Tidak perlu ada hiperbola Nama kutipan (rujukan) satu kata Referensi terbaru (minimal 5 tahun terakhir)	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi	-
9	2020-03-03	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	BAB 2 Batasan masalah diletakkan setelah rumusan masalah Menambahkan persamaan dan perbedaan di penelitian terdahulu Menambah subjek pajak Pemisahan tabel hanya untuk tabel baru Penelitian terdahulu untuk bagian lanjutan dihapus Integrasi islam ditambah - Kewajiban pajak bagi ulil amri - Awal mula adanya perpajakan - Tingkat kepatuhan pajak (minimal 5 lembar pembahasan) - Akad perpajakan	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi	-
10	2020-03-05	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	BAB 3 Mencari referensi metpen (Mardiasmo) Alat analisis Data dan jenis data (lebih spesifik) Cari referensi analisis data (meleong) Mencantumkan responden di subjek penelitian	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi	-
11	2020-03-13	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	BAB 4 - Pemaparan berisikan deskripsi hasil - Langsung pada pembahasan, tidak perlu banyak narasi - Ganti kuesioner - Ada acuan dasar dalam membuat kuesioner - Kuesioner perlu dilakukan uji validitas, uji kelayakan, dsb BAB 5 - Tidak perlu ada gambar, langsung pada kesimpulan dan saran (berupa alinea saja)	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi	-
12	2020-03-16	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	Melanjutkan Uji V&R pada kuesioner	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi	-
13	2020-04-12	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	Uji validitas kuesioner menggunakan rumus Koefisien Reproducibilitas (Coefficient of Reproducibility) dan Koefisien Skalabilitas (Coefficient of Scalability) dianalisa menggunakan Ms.Excel 2007 BAIk setelah dikirim file bolehjuga untuk menguji V&R selain spss silahkan dilakukan dan susun analisa datanya	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi	-
14	2020-04-13	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	REFERENSI ANALISIS (SEM) KURANG LENGKAP Mencari referensi uji validitas dan realibilitas kuesioner menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) REFERENSI SKALO GUTTMAN KURANG LENGKAP Mencari referensi uji validitas dan realibilitas kuesioner menggunakan Skalo Guttman ALAT UJI KUESIONER Menggunakan Ms.Excel BAIk lanjutan untuk menyusun BAB IV, rabu kirim bab IVnya	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi	-

15	2020-04-22	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	SISTEMATIKA PENULISAN 1. Font disamakan semua mulai Bab 1 sampai 5 2. Line Spacing 2cm 3. Sub judul tidak perlu menjorok kedalam 4. sumber gambar kurang detail 5. lebar tabel disesuaikan dengan isi keterangan BAB 4.1 PEMAPARAN DATA HASIL PENELITIAN 1. Ceritakan sedikit tentang Marketplace yang dipilih 2. Screenshot akun di Bukalapak 3. Screenshot akun di Tokopedia 4. Gambaran umum Bukalapak dan Tokopedia 5. Alasan memilih Bukalapak dan Tokopedia 6. Menceritakan proses pencarian responden 7. Mencantumkan alamat link google form 8. Kuesioner yang disebar ditambahkan	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi	-
16	2020-05-02	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	SEMUA BAB 1. Setiap Awal Bab dengan Sub judul diberikan jarak 2. Mencantumkan tahun pada sumber gambar BAB 4 1. Screenshot bagian awal Marketplace 2. Bercerita mengenai awal mula mengenal responden a. Kontak yang bisa dihubungi b. Apa sudah mengenal responden sebelumnya 3. Tambah sub judul untuk proses pencarian responden a. Login pada halaman Marketplace b. Masuk pada kategori c. Memilih menu filter lokasi dan best seller 4. Memisah tabel 4.2 a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin b. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan c. Karakteristik responden berdasarkan usia d. Karakteristik responden berdasarkan omzet e. Kriteria wajib pajak patuh	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi	
17	2020-05-05	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	Skripsi di Setujui OK ACC SILAHKAN DAFTAR UJIAN SKRIPSI	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi	

18	2020-05-20	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	REVISI UJIAN SKRIPSI DARI BU SULIS 1. Belum muncul urgensi penelitian, keterbaruan penelitian dilatar belakang ... penelitian terdahulu belum masuk di latar belakang, sebagai acuan mengapa penelitian ini masih layak / penting untuk dilakukan 2. Di Bab 2 Kajian Teori banyak alinea-alinea / pernyataan yang tidak disertai sumber. Kerangka konseptual perlu di revisi disesuaikan dengan judul dan rumusan masalah 3. Jenis penelitiannya perlu dikuatkan ... ini penelitian kualitatif apa kuantitatif. Ditambahkan jumlah responden jika memang ingin skala Jawa Timur untuk mengarah ke kuantitatif ... atau di spesifikkan datanya ke kategori bisnisnya untuk mengarah ke kualitatif dengan memperdalam wawancara ke informan terkait. 4. Hasil uji reabilitas dan validitas atas kuisioner yang disebar belum di deskripsikan di bab pembahasan 5. Pembahasan masih hanya mencantumkan angka-angka statistik saja , hasil analisis dengan menggunakan pisau analisis yang sudah dicantumkan di bab kajian teori belum ada	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi
19	2020-05-20	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	REVISI UJIAN SKRIPSI DARI BU NANIK 1. Ditambah dengan alasan kenapa mengambil objek e-commerce 2. Batasan penelitian: Objek penelitian hanya pada bidang tertentu saja 3. Pembahasan: sesuaikan lagi dengan objek penelitian yang sudah di revisi 4. Bab 4 : dihitung ulang % untuk masing-masing pembahasan dan disesuaikan dengan hasil perhitungan awal 5. Subjek penelitian: hanya pada bidang tertentu saja	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi
20	2020-05-25	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	REVISI UJIAN SKRIPSI DARI BU SULIS 1. Integrasi Keislaman belum ada di bab pembahasan 2. Detail revisi penulisan dan konten yang harus diperbaiki silahkan di cermati tiap lembar skripsi LATAR BELAKANG: 1. TUJUAN DAN MAKSUD PP 46 THN 2013 Novelty / keterbaruan penelitian belum ada apa menariknya penelitian ini juga belum tersampaikan PENELITIAN TERDAHULU 1. yang ditampilkan Cuma 4 tidak mewakili kata 'cukup banyak' bisa diganti kamalamtnya dengan yang lebih sesuai, diurutkan tahunnya ... boleh dari tahun terdahulu ke terkini atau sebaliknya 2. Bisa diperbaiki kalimatnya yang lebih terstruktur Peraturan menteri keuangan yang mana ? INTEGRASI ISLAM 1. bedanya dengan yang diatas apa ? kenapa tidak dijadikan 1 saja ? 2. Kerangka berfikir perlu direvisi sesuai judul PEMBAHASAN 1. Pelapak ini yang melakukan penjualan saja atau memang ada transaksi jual beli ? tehnik penyebaran kuisionernya gmna ? perbaiki penulisannya 2. Kesimpulan yang diambil bisa menimbulkan bias ... tidak semua WP apalagi jika kategorinya UMKM akan melakukan audit eksternal atas LapKeunya	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi

21	2020-06-02	SRI ANDRIANI, SE., M.Si	REVISI UJIAN SKRIPSI DARI BU NANIK 1. Ditambah teknik survei, karena menggunakan kuisioner 2. Jawaban kuisioner dari seluruh responden perlu dilakukan uji analisis. Tidak dibatasi hanya 30 responden 3. Sepeerti yg disarankan sebelumnya, jumlah responden semua saja, maka Jika jumlah ini berubah, maka hasil analissi jg berubah 4. Uji analisis skala guttman diletakkan sebelum pembahasan 5. Didalam kesimpulan sdh tdk ada lg keterangan responden. Kesimpulan merupakan hasil akhir dari penelitian. ACC SILAHKAN BIMINGAN DENGAN BAK UNTUK PENYUSUNAN CETAK,	2019/2020	Genap	Sudah Dikoreksi
----	------------	-------------------------	---	-----------	-------	-----------------

Malang 06 Juni 2020
 Mengetahui
 Ketua Jurusan Akuntansi

Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.S.i., Ak., CA
 NIP 19720322 200801 2 005

LAMPIRAN 2

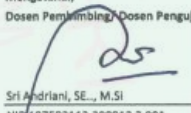
FORMULIR PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI

FORMULIR RIWAYAT PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI
JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

Mahasiswa : BAGAS ANTARIKSA
: 15520001

Judul Skripsi Semula	Hasil Diskusi dg Dosen Pembimbing	Hasil Seminar Proposal Judul Skripsi dirubah menjadi :	Ujian Skripsi
RUH SELF ASSESSMENT SYSTEM, JIKSAAN PAJAK, dan PENAGIHAN PAJAK DAP PENERIMAAN PAJAK FINAL ATAS LIHAN TANAH dan ATAU BANGUNAN PADA R PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA IG UTARA	Judul Skripsi dirubah menjadi :	ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK ATAS TRANSAKSI ONLINE (E-COMMERCE) DI JAWA TIMUR (STUDI KASUS PADA SITUS BELANJA BUKALAPAK DAN TOKOPEDIA)	PERUBAHAN JUDUL DITERIMA

Malang, 04 JUNI 2020
Mengetahui,
Dosen Pembimbing, Dosen Penguji


 Sri Andriani, SE., M.Si
 NIP.197503113 200912 2 001

LAMPIRAN 3

KUISIONER SKRIPSI

ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK ATAS TRANSAKSI ONLINE (E-COMMERCE) DI JAWA TIMUR

(Studi Kasus Pada Situs Belanja Bukalapak dan Tokopedia)

Sebagai Tugas Akhir Skripsi di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

1. Alamat Email
(Wajib diisi)
2. Nama
(Jawaban Singkat)
3. Mempunyai NPWP?
 - a. Ya
 - b. Tidak
4. Jenis Kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
5. Usia Responden
 - a. 18 – 27 Tahun
 - b. 28 – 37 Tahun
 - c. 38 – 47 Tahun
 - d. >47 Tahun
6. Pekerjaan
 - a. Karyawan
 - b. Wirausaha
 - c. Mahasiswa
 - d. Lainnya (Jawaban Singkat)
7. Pendidikan Terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA/SLTA

- d. Lainnya (Jawaban Singkat)
8. Awal Mula Menjalankan Usaha di E-Commerce
- 2000 – 2005
 - 2005 – 2010
 - 2010 – 2015
 - 2015 - 2020
9. Penghasilan yang Diterima Selama Satu Tahun
- 1 – 10 juta
 - 10 – 50 Juta
 - 50 – 100 juta
 - Lainnya (Jawaban Singkat)
10. Jenis Usaha yang Dimiliki
- Fashion
 - Elektronik
 - Perawatan
 - Lainnya (Jawaban Singkat)
11. Menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) dalam 3 tahun terakhir
- Ya
 - Tidak
12. Menyampaikan Surat Pemberitahuan Masa 3 bulan terakhir (Januari - November)
- Ya
 - Tidak
13. Menyampaikan SPT Masa dan SPT Tahunan tepat waktu (Tidak melebihi batas waktu yang ditetapkan)
- Ya
 - Tidak
14. Membayarkan semua jenis pajak sebelum batas akhir pelunasan (31 Desember)
- Ya

- b. Tidak
15. Adanya Izin Mengansur Untuk Pembayaran Pajak
- a. Ya
- b. Tidak
16. Pernah Tidak Membayarkan Pajak
- a. Ya
- b. Tidak
17. Laporan keuangan berbentuk Long Form Report (memanjang)
- a. Ya
- b. Tidak
18. Laporan keuangan mencakup rekonsiliasi laba rugi
- a. Ya
- b. Tidak
19. Laporan keuangan di setuju oleh Akuntan Publik
- a. Ya
- b. Tidak
20. Memberikan informasi yang lengkap dan benar ketika menyampaikan SPT
- a. Ya
- b. Tidak
21. Pernah Terjadi Kesalahan Ketika Melaporkan SPT
- a. Ya
- b. Tidak
22. Pernah Melampirkan Informasi yang Tidak Benar Ketika Melaporkan SPT
- a. Ya
- b. Tidak

LAMPIRAN 4

BIODATA PENELITIAN

Nama Lengkap : Bagas Antariksa
 Tempat, tanggal lahir : Bojonegoro, 03 Oktober 1996
 Alamat Asal : Jl.Basuki Rahmad Gg.Sdn Sukorejo-Bojonegoro
 Alamat di Malang : Jl.Gajayana Gg.1c Dinoyo Kota Malang
 Telepon/HP : 085708164374
 E-mail : bagas3ant@gmail.com

Pendidikan Formal

2003-2009 : MI Nurul Ulum Bojonegoro
 2009-2012 : SMP Negeri 6 Bojonegoro
 2012-2015 : SMA Negeri 3 Bojonegoro
 2015-2020 : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2011-2012 : Bojonegoro *English Course* (BEC)
 2012-2012 : Kursus Komputer (ANDIKOM BOJONEGORO)
 2015-2016 : Pelatihan Pajak Brevet A & B oleh
 Ikatan Akuntan Indonesia (IAI)
 2015-2016 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Malang
 2016-2017 : English Language Center (ELC) UIN Maulana Malik
 Malang

Pengalaman Organisasi

2015-2020 : Remaja Masjid Shohihul Muttaqin Kota Malang
 Dan Karang Taruna Kecamatan Dinoyo
 2015-2016 : Anggota UKM Jhepret Club Fotografi UIN Malang
 2015-2017 : Anggota Ikatan Mahasiswa Bojonegoro (IKAMARO)
 2016-2017 : Anggota Malang Raya Landscaper Fotografi

Aktivitas dan Pelatihan

1. Peserta Sosialisasi Manasik Haji Untuk/Mahasiswa.
Diselenggarakan oleh Pusat Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana malik Ibrahim Malang
2. Peserta Workshop Fotografi
Diselenggarakan oleh komunitas Malang Raya Landscaper Fotografi
3. Peserta Pelatihan Program Akuntansi "MYOB"
Diselenggarakan oleh Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Peserta Workshop Penulisan Skripsi Integrasi Sains dan Islam
Diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang