

The Influence of Value Added Tax (VAT) on Online Buying and Selling Transactions on Shopee in the Sumedang Community

Rezi Dwi Putriani Raharjo¹, Reza Dwi Fitriani Raharjo², Santi Nurmayanti³, Rosalinda⁴

¹²³⁴Universitas Sebelas April Sumedang

Putrianirezi@gmail.com, resadwifresa@gmail.com, santynurmayanti2003@gmail.com, rosalingalinda@gmail.com.

Article Info

Article history:

Received May
12, 2024

Revised June
10, 2024

Accepted Jul 1,
2024

Keywords:

VAT, Online
Buying and
Selling,
e-commerce

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Value Added Tax (VAT) on online buying and selling transactions on the Shopee platform carried out by the people of Sumedang. With the development of technology and fast internet use, online transactions are increasing in Indonesia. Through a quantitative approach using survey methods and data collection using questionnaires, this research tests the hypothesis that there is an influence of VAT on online buying and selling transactions at Shopee. It is hoped that the research results will provide a deeper understanding of the impact of VAT on online transactions and contribute to the development of tax policy in e-commerce. In conclusion, this research is important for understanding the relationship between VAT and online transactions in today's digital era. This research aims to analyze the influence of Value Added Tax (VAT) on online buying and selling transactions on the Shopee platform carried out by the people of Sumedang. With the development of technology and fast internet use, online transactions are increasing in Indonesia. Through a quantitative approach using survey methods and data collection using questionnaires, this research tests the hypothesis that there is an influence of VAT on online buying and selling transactions at Shopee. It is hoped that the research results will provide a deeper understanding of the impact of VAT on online transactions and contribute to the development of tax policy in e-commerce. In conclusion, this research is important for understanding the relationship between VAT and online transactions in today's digital era.



Copyright © 2022 SINTESA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Reza Dwi Putriani Raharjo,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Prodi Akuntansi,
Jl. Angkrek Situ Nomor 19, Situ, Kec. Sumedang Utara, Kab. Sumedang, Jawa Barat 45323 telp (0261)202911.
Email: Putrianirezi@gmail.com

Introduction

Pajak merupakan sumber utama bagi negara untuk membiayai keperluan pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada publik, dan untuk membangun keperluan infrastruktur, dan beberapa keperluan lainnya. Guna memenuhi tujuan Negara Indonesia yang tercantum pada Pembukaan Undang – Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 yaitu “melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia serta mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945”. Dan untuk mewujudkan tujuan tersebut diperlukannya dana yang sangat besar. Mula nya bersumber dari Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Manusia (SDM) seiring dengan perkembangan saat ini Sumber Daya Alam dan Sumber Daya Manusia semakin sulit, maka dari itu pajak merupakan pilihan utama untuk mencapai tujuan yang dimaksud.

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210 tahun 2018 mengenai perlakuan pajak atas transaksi bisnis melalui sistem elektronik (*E-Commerce*). Peraturan ini berlaku mulai tanggal 1 April 2019. Peraturan perpajakan ini mewajibkan penyedia *platform marketplace* untuk memiliki NPWP atau Nomor Pokok Wajib Pajak, dan diverifikasi sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP).

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak yang dikenakan atas konsumsi barang dan jasa di dalam daerah pabean, yang dipungut secara bertahap pada setiap jalur produksi dan distribusi. Tarif PPN yang berlaku yaitu 10% dari nilai transaksi, dalam rangka perubahan Undang -Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan perpajakan (HPP) untuk menaikkan PPN menjadi sebesar 11% yang berlaku dari tanggal 1 april 2022.

Pada penelitian ini, Sumedang merupakan lokasi yang dipilih untuk melakukan penelitian dikarenakan Sumedang adalah salah satu kota di Jawa Barat yang masyarakatnya lebih banyak menggunakan kegiatan jual beli secara online khususnya aplikasi Shopee. Penelitian ini akan berfokus pada pengenalan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) untuk *online shop* seperti Shopee, yang dimana hingga saat ini masih minimnya pengetahuan akan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) di kalangan para pelaku jual beli *online* khususnya masyarakat Sumedang. Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan akan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya wajib pajak untuk memasukan pajak negara, dan diharapkan bertambahnya pengetahuan bagi peneliti mengenai Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap *online shop* Shopee khususnya bagi Masyarakat Sumedang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. Adanya penerapan PPN pada harga barang yang di jual pada aplikasi shopee.
2. Adanya pengaruh yang signifikan terhadap penerapan PPN pada pertumbuhan industri jual beli online.
3. Adanya tantangan atau hambatan yang dihadapi oleh para pengguna aplikasi shopee dalam mengikuti peraturan PPN yang berlaku.

Lecture Study

Teori Technology Acceptance Model (TAM)

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan suatu model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami, faktor-faktor mempengaruhi diterimanya suatu penggunaan teknologi. Model ini diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (Acceptance) pengguna terhadap suatu teknologi, TAM merupakan suatu model yang dianggap sangat berpengaruh dan pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap sistem teknologi (Jogianto, 2009: 111).

Teori TAM memiliki dua faktor utama sebagai penentu penerimaan sebuah teknologi informasi, yaitu: persepsi kebermanfaatan, dan persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi kebermanfaatan adalah dimana suatu tingkatan seseorang percaya bahwa sistem dapat meningkatkan prestasi kerja atau kinerja dari pengguna sistem. sistem informasi yang digunakan berguna maka akan digunakan, sebaliknya jika suatu sistem informasi dipercaya tidak berguna maka sistem informasi tersebut tidak digunakan.

Persepsi Kemudahan Penggunaan Dalam Davis disebutkan bahwa “ease” artinya “freedom from difficulty or great effort”. Selanjutnya “ease to use perceived” didefinisikan “the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort”. Dalam hal ini dimaksudkan bahwa apabila pengguna percaya bahwa sistem tersebut akan mudah dalam pengoperasiannya serta akan menghemat waktu serta tenaga pengguna dalam menyelesaikan suatu pekerjaan.

Pengertian E-commerce

E-commerce didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui internet. E-Commerce merupakan bagian dari e-business, di mana cakupan e-business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll.

Definisi Pajak

Pajak berdasarkan UU KUP Nomor 16 Tahun 2009 pasal 1 ayat 1, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Definisi Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak atas konsumsi barang dan jasa di Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat di setiap jalur produksi dan distribusi.

Pajak Masukan adalah PPN yang seharusnya sudah dibayar oleh PKP karena perolehan BKP dan/atau perolehan JKP dan/atau pemanfaatan BKP Tidak berwujud dari luar daerah pabean dan/atau impor BKP. PPN masukan merupakan PPN yang dibayar oleh pembeli ketika membeli barang atau menggunakan jasa.

Pajak Keluaran adalah PPN terutang yang wajib dipungut oleh PKP yang melakukan penyerahan BKP, penyerahan JKP, ekspor BKP Berwujud/ Tidak berwujud dan/atau ekspor JKP. PPN Keluaran merupakan PPN yang dipungut oleh penjual atau penyedia jasa.

Keterikatan Pajak dan E-Commerce

E-Commerce adalah bagian dari *e-lifestyle* yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara *online* dari sudut tempat mana pun. Dilansir dari buku Suyanto mengenai strategi periklanan pada *e-commerce* perusahaan, menurut Riphath (2021:87), definisi *E-commerce* dapat ditinjau dari beberapa perspektif, yaitu:

- a. Dari perspektif komunikasi, *e-commerce* adalah pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau melalui peralatan elektronik lainnya.

- b. Dari perspektif proses bisnis, *e-commerce* adalah aplikasi dari teknologi yang menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.
- c. Dari perspektif layanan, *e-commerce* merupakan suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memangkas biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.
- d. Dari perspektif *online*, *e-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang ataupun informasi melalui internet dan sarana *online* lainnya.

E-commerce memiliki beberapa komponen standar yang dimiliki dan tidak dimiliki transaksi bisnis yang dilakukan secara *offline*, yaitu:

- a. Produk: banyak jenis produk yang bisa dijual melalui internet seperti komputer, buku, musik, pakaian, mainan, dan lain-lain.
- b. Tempat menjual produk (*a place to sell*): tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki domain dan hosting.
- c. Cara menerima pesanan: e-mail, telepon, sms, dan lain-lain.
- d. Cara pembayaran: cash, cek, kartu kredit, *internet payment* (misalnya paypal).
- e. Metode pengiriman: pengiriman bisa dilakukan melalui paket, *salesman*, atau di *download* jika produk yang dijual memungkinkan untuk itu (misalnya *software*).
- f. *Customer service*: email, formulir *online*, FAQ, telepon, *chatting*, dan lain-lain.

Pajak E-commerce

PMK 210/2018 menimbang terkait perlakuan setara antara perdagangan *e-commerce* dengan konvensional serta kemudahan dalam pemenuhan kewajiban perpajakan pelaku *e-commerce*. Peraturan perpajakan terkait dengan PMK 210/2018 antara lain UU Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, UU Nomor 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang (PPN) dan jasa dan Pajak Penjualan Barang Mewah (PPnBM), UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, dan UU Nomor 17 Tahun 2006 tentang kepabeanan.

Ruang lingkup PMK 210/2018 soal pengaturan perpajakan atas transaksi *e-commerce* ada dua. Pertama adalah PPN, PPnBM, dan Pajak Penghasilan atas transaksi di dalam daerah pabean. Kedua adalah Bea Masuk dan/atau PDRI atas Impor Barang.

Terdapat dua *platform* perdagangan *e-commerce* di dalam daerah pabean menurut PMK 210/2018, yaitu *platform marketplace* dan *platform* selain *marketplace*. *Platform* selain *marketplace* dapat berupa *online retail* (belanja daring), *classified ads* (iklan di media online), atau media sosial. Subjek perdagangan *e-commerce* atas barang dan/atau jasa di dalam daerah pabean melalui *platform marketplace* antara lain penyedia *platform marketplace* dan pedagang atau penyedia jasa yang menggunakan fasilitas *platform marketplace*.

METHOD

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Menurut Sugiyono (2016:8) Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan kepada filsafat positivisme, metode penelitian ini cocok digunakan untuk meneliti pada jumlah populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara random, sumber data pada penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, Dimana sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dan data sekunder pada penelitian ini dengan menggunakan kuesioner online melalui Google form.

RESULT AND DISCUSSION

Result

NO	HASIL	PEMBAHASAN
1.	Tariff PPN dalam mempengaruhi harga barang	Penambahan harga barang Transparansi harga Dampak pada konsumsi Keuntungan penjual Pengaruh terhadap penjual kecil dan besar Pengaturan logistic dan distribusi
2.	Pengaruh terhadap penerapan PPN pada pertumbuhan insdutri jual beli <i>online</i>	Harga produk dan daya beli konsumen Kepercayaan konsumen Persaingan dengan penjual luar daerah Digitalisasi

3. Tantangan atau hambatan yang dihadapi oleh para pengguna aplikasi <i>Shopee</i>	Kurangnya pemahaman tentang PPn Administrasi dan pembukuan Penyesuaian harga jual Kompetisi harga dengan penjual luar daerah Kesadaran konsumen Beban biaya tambahan
cara mengatasi tantangan ini	Edukasi dan pelatihan System pembukuan otomatis Transparansi harga Dukungan dan konsultasi Penggunaan teknologi

Discussion

a) Tarif PPN Dalam Mempengaruhi Harga Barang

Dalam transaksi jual beli online khususnya di daerah Sumedang, seperti di tempat lain di Indonesia, PPN memengaruhi harga barang dengan cara sebagai berikut:

1. Penambahan Harga Barang: PPN dikenakan sebesar 11% (per 1 April 2022) dari harga jual barang atau jasa. Misalnya, jika sebuah produk dijual dengan harga Rp 1.000.000, maka dengan adanya PPN, harga akhir yang harus dibayar oleh konsumen adalah $\text{Rp } 1.000.000 + 11\% \times \text{Rp } 1.000.000 = \text{Rp } 1.110.000$.
2. Transparansi Harga: Dalam platform *e-commerce*, biasanya harga barang yang ditampilkan sudah termasuk PPN. Hal ini membuat konsumen bisa langsung melihat harga total yang harus mereka bayarkan tanpa perlu menghitung ulang sendiri.
3. Dampak pada Konsumsi: PPN dapat memengaruhi daya beli konsumen. Harga barang yang lebih tinggi karena adanya PPN dapat mengurangi jumlah barang yang dibeli oleh konsumen, terutama jika konsumen sangat sensitif terhadap harga.
4. Keuntungan Penjual: Penjual harus memastikan bahwa harga yang mereka tetapkan sudah mencakup PPN agar mereka tidak rugi. Penjual juga harus memastikan bahwa mereka mematuhi aturan perpajakan dengan benar, termasuk melaporkan dan menyetor PPN yang dipungut kepada pemerintah.
5. Pengaruh terhadap Penjual Kecil dan Besar: Penjual kecil yang tidak memenuhi batasan omzet tertentu mungkin tidak diwajibkan untuk memungut PPN. Sebaliknya, penjual besar yang omzetnya sudah melewati batas tertentu wajib memungut PPN. Hal ini bisa mempengaruhi harga akhir produk yang dijual oleh penjual besar dibandingkan penjual kecil.
6. Pengaturan Logistik dan Distribusi: Dalam kasus *e-commerce* yang melibatkan pengiriman antar daerah, seperti dari luar Sumedang ke Sumedang, PPN tetap dikenakan di tempat asal penjual. Hal ini berarti konsumen di Sumedang tetap membayar PPN meskipun barang dikirim dari luar daerah.

Contoh Penerapan PPN dalam Transaksi *Online* di Sumedang: Jika Anda membeli sebuah laptop secara *online* dari toko yang berbasis di Jakarta dengan harga dasar Rp 10.000.000, maka harga dengan PPN akan menjadi: $\text{Rp } 10.000.000 + (11\% \times \text{Rp } 10.000.000) = \text{Rp } 11.100.000$.

Penjual akan mencantumkan harga ini di platform *e-commerce* sehingga Anda sebagai konsumen di Sumedang akan membayar harga tersebut. Setelah pembayaran, penjual akan menyetor PPN sebesar Rp 1.100.000 kepada pemerintah. Dengan demikian, PPN meningkatkan harga barang yang harus dibayar oleh konsumen akhir, tetapi juga berfungsi sebagai sumber pendapatan penting bagi pemerintah untuk pembangunan dan layanan publik.

b) Pengaruh Terhadap Penerapan PPN Pada Pertumbuhan Industri Jual Beli Online.

PPN memang memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan industri jual beli *online* di daerah Sumedang, seperti halnya di wilayah lain. Berikut adalah beberapa aspek penting dari bagaimana PPN memengaruhi pertumbuhan industri ini:

1. Harga Produk dan Daya Beli Konsumen: PPN menambah harga akhir produk, yang dapat memengaruhi daya beli konsumen. Dalam beberapa kasus, kenaikan harga karena PPN bisa membuat konsumen lebih berhati-hati dalam melakukan pembelian, terutama untuk barang-barang dengan harga tinggi. Namun, jika daya beli masyarakat tetap kuat, pengaruhnya bisa jadi minimal.
2. Kepercayaan Konsumen: Penerapan PPN yang transparan dan jelas dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform *e-commerce*. Konsumen akan merasa lebih aman dan nyaman berbelanja di platform yang menerapkan dan menjelaskan PPN secara jelas, karena ini menunjukkan kepatuhan terhadap regulasi.
3. Persaingan dengan Penjual Luar Daerah: Jika penjual di Sumedang bisa menawarkan harga yang kompetitif meskipun sudah termasuk PPN, mereka bisa bersaing dengan penjual dari luar daerah.

Pengelolaan biaya operasional yang efisien dan strategi pemasaran yang tepat bisa membantu penjual lokal tetap kompetitif.

4. **Digitalisasi: Platform e-commerce** besar biasanya sudah memiliki sistem untuk menangani PPN dengan otomatis. Ini bisa menjadi keuntungan bagi penjual kecil di Sumedang yang menggunakan *platform* tersebut, karena mereka bisa memanfaatkan sistem yang sudah ada tanpa harus mengembangkan sistem sendiri.

Studi Kasus: Pengaruh PPN pada Industri Jual Beli *Online* di Sumedang

1. **Penjual Lokal yang Menerapkan PPN:** Penjual lokal yang sudah memahami dan menerapkan PPN dapat mengintegrasikan biaya ini ke dalam harga jual mereka. Mereka perlu menjelaskan kepada konsumen bahwa harga sudah termasuk PPN, sehingga konsumen tidak terkejut dengan adanya biaya tambahan saat *checkout*.
2. **Penjual Kecil dan Mikro:** Penjual kecil yang omzetnya belum mencapai batas tertentu mungkin tidak diwajibkan untuk memungut PPN. Hal ini bisa memberikan mereka keunggulan kompetitif dalam hal harga. Namun, mereka perlu berhati-hati agar tetap mematuhi peraturan perpajakan dan tidak melewatkan batas omzet yang mewajibkan pemungutan PPN.
3. **Platform E-commerce Besar: Platform e-commerce** besar seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak sudah memiliki sistem pengelolaan PPN yang otomatis. Penjual di Sumedang yang menggunakan *platform* ini dapat lebih fokus pada penjualan dan strategi pemasaran tanpa harus khawatir tentang pengelolaan PPN secara manual.

Secara keseluruhan, meskipun PPN menambah lapisan kompleksitas dan biaya pada transaksi jual beli *online*, dengan manajemen yang tepat dan strategi bisnis yang efektif, penjual di Sumedang dapat tetap tumbuh dan berkembang dalam industri ini. Pengaruh PPN bisa diminimalisir melalui transparansi harga, efisiensi operasional, dan pemanfaatan teknologi digital yang sudah tersedia.

c) Tantangan Atau Hambatan Yang Dihadapi Oleh Para Pengguna Aplikasi Shopee

Para pengguna aplikasi Shopee khususnya di daerah Sumedang, baik itu penjual maupun pembeli, menghadapi beberapa tantangan atau hambatan dalam mengikuti peraturan PPN yang berlaku. Berikut adalah beberapa tantangan yang umumnya dihadapi:

1. **Kurangnya Pemahaman tentang PPN:** Banyak penjual kecil atau individu mungkin kurang memahami peraturan perpajakan, termasuk PPN. Hal ini bisa menyebabkan ketidakpatuhan atau kesalahan dalam pengelolaan PPN.
2. **Administrasi dan Pembukuan:** Penerapan PPN memerlukan administrasi dan pembukuan yang baik. Penjual harus mengurus pencatatan transaksi, penghitungan PPN, dan pelaporan serta penyetoran PPN kepada pemerintah. Proses ini bisa menjadi beban tambahan terutama bagi penjual kecil atau individu yang tidak memiliki sistem pembukuan yang baik.
3. **Penyesuaian Harga Jual:** Penjual harus memastikan harga yang mereka tetapkan sudah termasuk PPN. Penyesuaian harga ini bisa menjadi tantangan, terutama jika penjual khawatir kenaikan harga karena PPN akan mengurangi daya saing mereka.
4. **Kompetisi Harga dengan Penjual Luar Daerah:** Contohnya penjual di Sumedang mungkin harus bersaing dengan penjual dari daerah lain yang mungkin memiliki struktur biaya berbeda. Jika penjual dari luar daerah dapat menawarkan harga lebih murah karena skala ekonomi atau biaya operasional yang lebih rendah, penjual di Sumedang mungkin menghadapi tekanan untuk menurunkan harga meskipun ada beban PPN.
5. **Kesadaran Konsumen:** Konsumen mungkin tidak selalu memahami bahwa harga yang mereka lihat sudah termasuk PPN. Penjual perlu memastikan bahwa mereka berkomunikasi dengan jelas mengenai hal ini untuk menghindari kebingungan atau ketidakpuasan konsumen.
6. **Beban Biaya Tambahan:** Untuk penjual yang baru mengenal konsep PPN, ada biaya tambahan yang terkait dengan pendidikan atau pelatihan, perangkat lunak pembukuan, atau jasa konsultan pajak. Ini bisa menjadi beban finansial tambahan, terutama bagi bisnis kecil.

Cara Mengatasi Tantangan Ini

1. **Edukasi dan Pelatihan:** Pemerintah daerah dan Shopee dapat bekerja sama untuk menyediakan edukasi dan pelatihan bagi penjual mengenai peraturan PPN, cara menghitungnya, dan cara melaporkannya. Program ini bisa berbentuk seminar, *workshop*, atau tutorial *online*.
2. **Sistem Pembukuan Otomatis:** Penjual dapat memanfaatkan fitur-fitur otomatis dalam aplikasi Shopee yang membantu mengelola PPN, seperti pencatatan otomatis, perhitungan PPN, dan penghasilan laporan.

Menggunakan software pembukuan yang kompatibel dengan sistem perpajakan Indonesia juga bisa membantu.

3. **Transparansi Harga:** Penjual harus memastikan harga yang mereka tampilkan di Shopee sudah termasuk PPN dan jelas bagi konsumen. Ini membantu menghindari kebingungan dan meningkatkan kepercayaan konsumen.
4. **Dukungan dan Konsultasi:** Penjual bisa mendapatkan dukungan dan konsultasi dari ahli pajak atau konsultan bisnis yang memahami regulasi PPN dan bagaimana menerapkannya dengan efektif dalam bisnis mereka.
5. **Penggunaan Teknologi:** Penjual dapat memanfaatkan teknologi untuk membantu mengelola PPN, seperti aplikasi pembukuan yang terintegrasi dengan sistem *e-commerce* dan perpajakan.

Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini melalui edukasi, teknologi, dan dukungan yang tepat, pengguna aplikasi Shopee di Sumedang dapat lebih mudah mematuhi peraturan PPN dan mengembangkan bisnis mereka dengan lebih efektif.

Conclusion

Dengan seiring berjalannya waktu perkembangan teknologi dan penggunaan internet yang sangat cepat di Indonesia, juga berdampak pada jumlah transaksi *online* atau jual beli *online*. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar yang potensial.

Berdasarkan hasil diskusi dan pemecahan masalah pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap transaksi jual beli online di platform Shopee yang dilakukan oleh masyarakat Sumedang, metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan deduktif, pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data primer, hipotesis penelitian yang dirumuskan yaitu bahwa terdapat pengaruh PPN terhadap transaksi jual beli online di Shopee pada masyarakat Sumedang. Pada hipotesis ini akan diuji menggunakan uji t untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak PPN terhadap transaksi online di Shopee, serta memberikan kontribusi dalam pengembangan kebijakan terkait perpajakan dalam transaksi *e-commerce*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat dalam konteks perpajakan dan transaksi online di Indonesia, khususnya di wilayah Sumedang.

References

- Ali Sandy Mulya, S. V. (2020). Apakah Pajak Pertambahan Nilai Atas E-Commerce Dapat Diterapkan Di Indonesia
- Badingatus Solikhah, T. S. (2023). Perpajakan. Jl. Kelud Raya No. 2 Semarang 50237: Cetakan Kelima.
- Bagus Aprilianto, A. H. (2020). Pengaruh Bisnis E-Commerce Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak Yang Terdaftar Di Kpp Kelapa.
- Efan Elfanso, L. M. (2023). Analisis dampak transaksi E-Commerce terhadap penerimaan pajak pertambahan nilai. Jogiyanto. 2009. Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi.
- RIPHAT, P. (2021). PAJAK E-COMMERCE. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabeta.