

## ANALISIS EFEKTIVITAS PENAGIHAN TUNGGAKAN PAJAK DENGAN SURAT PAKSA DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK DI KPP PRATAMA JAKARTA MATRAMAN TAHUN 2019-2021

Ferdiansyah Arista<sup>1</sup>, Irawati<sup>2\*</sup>

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Indonesia

Email : [ferdiarista31215@gmail.com](mailto:ferdiarista31215@gmail.com)<sup>1</sup>, [ira.yrawatty@gmail.com](mailto:ira.yrawatty@gmail.com)<sup>2</sup>

\*Corresponding Author

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Keywords

Policy Evaluation Analysis, E-Commerce Tax

*This research is motivated by the policy of Income Tax on E-Commerce Platform transactions that are developing in Indonesia must receive attention from the government. This is due to the large potential taxation of the online business. Do online business people on the e-commerce platform understand if the online transaction activities they are doing contain tax obligations? The tax treatment applied to online shop business people is exactly the same as the tax treatment of business people with conventional store models, namely income tax. The purpose of this study to evaluate the Income Tax Policy of online entrepreneurs on e-Commerce platform transactions in KPP Pratama Jakarta Koja. This study uses qualitative research methods. The Data used are primary data obtained from informant interviews and secondary data. Data collection technique is done by interview, observation, and documentation. The results showed that the evaluation of the Income Tax Policy of e-commerce platform entrepreneurs in KPP Pratama Jakarta Koja is very large, especially in Indonesia, but unfortunately there are no special regulations that actually regulate the taxation of Online transactions on E-Commerce platforms. In principle, there is no different tax treatment between an e-Commerce business and a conventional business. The suggestion in this research is that the Indonesian government can establish a special regulation related to the levy of online entrepreneur income tax on e-Commerce Platform transactions in order to exploit the great potential of the Indonesian people for the widespread use of online-based transactions better and orderly as a source of State Revenue.*

### PENDAHULUAN

Sejalan dengan pesatnya transaksi e-commerce tersebut, transaksi pembayaran digital juga meningkat pesat yang tercermin dari volume penggunaan uang elektronik dalam transaksi e-commerce. Pertumbuhan pasar e-commerce di Indonesia mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Menurut laporan Pertemuan Tahunan Bank Indonesia 2021, transaksi e-commerce Sejak Tahun 2018 Dicatat jumlah transaksi online di Indonesia sudah mencapai Rp.106 Triliun, ditahun 2019 meningkat dua kali lipat menjadi Rp.206 Triliun, ditahun 2020 meningkat menjadi Rp.266 Triliun, ditahun 2021 meningkat drastis yaitu Rp.403 Triliun. Dan ditahun 2022 ini menyentuh Rp.530 Triliun. Lebih detailnya ditabel berikut:

Tabel 1.1  
Pertumbuhan Pasar e-Commerce di Indonesia

Tahun	Kenaikan E-Commerce
2018	Rp.106.000.000.000.000
2019	Rp.206.000.000.000.000
2020	Rp.266.000.000.000.000
2021	Rp.403.000.000.000.000
2022	Rp.530.000.000.000.000

Sumber: Laporan pertemuan Bank Indonesia Tahun (2021) Jumlah Transaksi E-Commerce

Maraknya pelaku usaha online shop dan e-commerce mendatangkan pertanyaan yang ditujukan kepada pelaku bisnis online shop. Apakah pelaku bisnis online pada platform e-commerce tersebut paham jika kegiatan transaksi online yang sedang mereka lakukan mengandung kewajiban perpajakan? Perlakuan pajak yang diterapkan terhadap pelaku bisnis online shop sama persis dengan perlakuan pajak pelaku bisnis dengan model toko konvensional, yakni PPh. Letak perbedaannya hanya pada fisik toko, yang satu memiliki toko secara fisik, yang satu lagi memiliki domain web ataupun berjalan di platform tertentu.

Transaksi perdagangan dengan memanfaatkan media elektronik, menawarkan begitu banyak keuntungan, baik itu bagi pelaku usaha atau pedagang maupun bagi konsumen. Hal tersebut menyebabkan masyarakat masa kini, khususnya para pengguna internet lebih sering melakukan transaksi perdagangan dengan media E-Commerce. Transaksi perdagangan dengan memanfaatkan media E-Commerce sangat diminati oleh masyarakat dan tidak menutup kemungkinan dengan perkembangannya yang sangat pesat transaksi yang dilakukan secara online dapat menggantikan pola transaksi konvensional, yang mana dalam transaksi konvensional pihak penjual dan pihak pembeli bertatap muka secara langsung.

Faktor utama yang menyebabkan banyak masyarakat melirik transaksi perdagangan melalui media E-Commerce adalah keuntungan yang ditawarkan sangat besar, selain itu kemudahan dalam hal tidak membutuhkan tempat penjualan yang strategis juga mempengaruhi berkembangnya transaksi jual beli secara online lebih diminati oleh masyarakat. Keuntungan yang sangat besar juga didapatkan oleh pelaku usaha online karena terdapat beberapa pelaku usaha yang tidak membayarkan pajak. Dalam transaksi melalui media E-Commerce, terdapat pemikiran bahwa para pelaku usaha tidak dikenakan pajak karena transaksi yang terjadi dilakukan secara virtual atau melalui dunia maya. Sebenarnya transaksi perdagangan yang dilakukan melalui media E-Commerce tetap dapat dikenakan pajak karena mendatangkan penghasilan bagi para pelaku usaha, satu-satunya hal yang menjadi pembeda adalah media yang digunakan untuk mendapatkan penghasilan tersebut, yaitu melalui media online dengan memanfaatkan platform E-Commerce

Selama ini Direktorat Jenderal Pajak mengamati perkembangan e-commerce yang terjadi di Indonesia, masyarakat mengira bahwa tidak ada pajak dari transaksi secara online atau e-commerce padahal secara prinsip tidak ada perbedaan antara transaksi jual beli secara konvensional dengan secara online atau e-commerce. Dua kegiatan tersebut harus dikenakan pajak sesuai dengan ketentuan yang telah diberlakukan. Ditjen Pajak memberikan suatu penegasan pada pelaku e-commerce harus memenuhi kewajiban perpajakannya dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E Commerce dan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-06/PJ/2-2015 tentang Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi E-commerce yang mengacu pada Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Penegasan Ketentuan dalam Undang-

Undang Pajak Penghasilan dan peraturan pelaksanaannya juga berlaku bagi Wajib Pajak yang melakukan transaksi e-commerce. Tersebut. Yaitu Objek pajak adalah penghasilan, yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apa pun. Selanjutnya

Dengan melihat sistematis kinerja perdagangan online yang minim untuk biaya operasionalnya namun mendapatkan pundi-pundi penghasilan yang bahkan melebihi perdagangan konvensional maka menjadikan pedagang online sudah sepantasnya dikenakan pajak untuk menambah pendapatan negara. Berdasarkan pemaparan, mengenai belum jelasnya penerapan Kebijakan pemungutan pajak pengusaha online platform e-commerce. peneliti tertarik untuk mengevaluasi kinerja kebijakan tersebut yang tertuang dalam penelitian ini dengan judul : **“ANALISIS EVALUASI KEBIJAKAN PENGENAAN PAJAK PENGHASILAN PENGUSAHA ONLINE ATAS TRANSAKSI PLATFORM E-COMMERCE DI KPP PRATAMA JAKARTA KOJA”**.

## KAJIAN PUSTAKA

1. **Pajak** : Menurut (Mardiasmo, 2016:5) Pajak merupakan salah satu unsur yang sangat penting bagi keberlangsungan pembangunan suatu negara, dengan adanya pajak maka pembangunan negara akan berjalan dengan lancar, karena dari pajaklah kegiatan pemerintahan dibiayai. Oleh karena itu harus digunakan untuk keperluan negara serta tidak mendapatkan imbalan secara langsung hanya untuk kemakmuran rakyat, pajak merupakan suatu kontribusi wajib kepada negara terutang dari individu atau organisasi/badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang.
2. **Kebijakan** : Menurut Friedrich dalam Widodo (2017:13) Kebijakan adalah suatu tindakan dalam mencari kesempatan-kesempatan yang dapat mewujudkan keinginan yang dimiliki oleh seseorang, kelompok maupun pemerintah terhadap kawasan yang memiliki suatu hambatan-hambatan tertentu.
3. **Kebijakan Publik** : Menurut Fredrich dalam Agustino (2017: 166) Kebijakan Publik adalah serangkaian tindakan atau kegiatan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dimana terdapat hambatan-hambatan kesulitan-kesulitan dan kemungkinan dan kesempatan dimana kebijakan tersebut diusulkan agar berguna dalam mengatasinya untuk mencapai tujuan yang dimaksud.
4. **Implementasi** : Menurut Dye (dikutip Leo Agustino, 2016:7) Implementasi kebijakan publik merupakan proses kegiatan administratif yang dilakukan setelah kebijakan ditetapkan dan disetujui. Kegiatan ini terletak di antara perumusan kebijakan dan evaluasi kebijakan. Implementasi kebijakan mengandung logika top- down, maksudnya menurunkan atau menafsirkan alternatif-alternatif yang masih abstrak atau makro menjadi alternatif yang bersifat konkrit atau mikro.
5. **Efektivitas Implementasi Kebijakan Publik** : Menurut Riant (2012:707-710) Efektivitas implementasi kebijakan berkaitan dengan sejauh mana implementasi yang dilakukan mencapai tujuan kebijakan yang diharapkan.
6. **E-Commerce** : Menurut Ahmadi dalam Marcel dan Astri (2018) e-Commerce merupakan aktifitas pembelian dan penjualan melalui jaringan internet dimana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui media internet.
7. **Evaluasi** : Menurut Wirawan (2012:7) evaluasi adalah Riset untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan informasi yang bermanfaat mengenai objek evaluasi, menilainya

dengan membandingkannya dengan indikator evaluasi dan hasilnya dipergunakan untuk mengambil keputusan mengenai objek evaluasi.

**Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran pada penelitian ini diambil dari teori-teori dan hipotesis yang diambil dari penelitian sebelumnya. Penulisan penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang berasal dari penelitian kepustakaan dan merupakan suatu penelitian dengan mempelajari, mengkaji dan menganalisis data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer sebagai bahan hukum yang diperoleh langsung dari berbagai peraturan perundang-undangan yang terkait dengan perpajakan. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif fenomenologi deskriptif, data penelitian disajikan sesuai dengan fenomena yang ada disekitar ruang lingkup penelitian dan dideskripsikan dalam bentuk kata-kata yang mengandung makna, data-data diolah melalui hasil wawancara dan menjabarkan penjelasan mengenai Kebijakan Pengenaan Pajak Penghasilan Pengusaha Online Platform E-Commerce di KPP Jakarta Koja.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber internal yaitu data-data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung. Transaksi pada platform e-Commerce Pada Pihak penjual atau Pengusaha Online. Untuk mensolusikan permasalahan tersebut, penulis menggunakan pendekatan teori Evaluasi Kebijakan dari William n Dunn. Yaitu 1) Efektifitas 2) Efisiensi 3) Responsivitas 4)Ketetapan.

**METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sukmadinata (2009), metode kualitatif adalah penelitian untuk mendiskripsikan dan menganalisis tentang fenomena, peristiwa, kepercayaan, sikap, dan aktivitas sosial secara individual maupun kelompok. Metode kualitatif merupakan kumpulan metode untuk menganalisis dan memahami lebih dalam mengenai makna beberapa individu maupun kelompok dianggap sebagai masalah kemanusiaan atau masalah sosial Creswell (2015). Penelitian kualitatif ini menggunakan metode penelitian Deskriptif yaitu menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai fenomena yang ada melalui wawancara mendalam dan dapat menggunakan kuesioner sebagai instrumen pendukung.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

Peneliti mendapatkan beberapa data sekunder dari KPP Pratama Jakarta Koja tahun 2018-2021 yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.2  
Jumlah Wajib Pajak Terdaftar di KPP Pratama Koja Tahun 2018-2021

WAJIB PAJAK TERDAFTAR			
Tahun	OP dan Lainnya	Badan	Jumlah WP
2018	264,374	11,536	275,910
2019	286,753	12,086	298,839

2020	321,086	12,690	333,776
2021	340,613	13,429	354,042

Sumber: KPP Pratama Jakarta Koja

Berdasarkan data pada Tabel tersebut diatas, terlihat bahwa jumlah wajib pajak yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta Koja terus mengalami peningkatan dalam kurun waktu 4 tahun, terhitung dari tahun 2018 hingga tahun 2021, termasuk wajib pajak orang pribadi maupun badan. Dikarenakan kesadaran masyarakat untuk mendaftar sebagai wajib pajak yang semakin bertambah. Artinya, dengan meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mendaftar sebagai wajib pajak.

Tabel 4.3

Data Kepatuhan SPT Wajib Pajak di KPP Pratama Jakarta Koja Tahun 2018-2021

Tahun	Targer	Realisasi	Persentase
2018	12.718	11.540	91%
2019	15.522	10.324	67%
2020	69.547	58.466	84%
2021	57.846	58.360	101%

Sumber : KPP Pratama Jakarta Koja

Berdasarkan data pada Tabel tersebut diatas, terlihat bahwa Data kepatuhan wajib pajak yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta Koja tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 terus mengalami kemajuan peningkatan. Walaupun dua tahun sebelumnya belum memenuhi target secara maksimal, namun upaya peningkatannya terus dilakukan sehingga pada tahun 2021 mengalami peningkatan yang signifikan dan dapat tercapainya target secara maksimal.

Tabel 4.4

Data Penerimaan KPP Pratama Jakarta Koja Tahun 2018-2021

Tahun	Target	Realisasi	Persentase
2018	1.797.511.401.000	1.623.126.717.243	90,58%
2019	1.855.395.033.000	1.478.892.924.962	79,71%
2020	1.346.472.000.000	1.372.748.468.227	101,95%
2021	1.702.832.470.000	1.800.323.452.121	105,73%

Sumber : KPP Pratama Jakarta Koja

Berdasarkan data pada Tabel tersebut diatas, Data penerimaan KPP Pratama Jakarta Koja Tahun 2018-2021, terlihat bahwa data penerimaan kpp pratama Jakarta koja meningkat dari tahun 2018 dari target 1.797.511.401.000 menjadi 1.855.395.033.000 pada tahun 2019, tetapi mengalami penurunan pada tahun 2020 yaitu 1.346.472.000.000, dan mengalami peningkatan kembali pada tahun 2021 dengan target sebesar 1.702.832.470.000. Namun realisasi yang

menerima KPP tidak sesuai dengan target. Pada tahun 2018 hanya 1.623.126.717.243 yang terealisasi yaitu sekitar 90,58% dan semakin menurun hingga tahun 2019, dimana hanya 79,71% yang terealisasi. Namun pada tahun 2020 dan 2021 penerima KPP Pratama Jakarta Koja melebihi target yaitu terealisasi sebesar 101,95% dan 105,73%.

Tabel 4.5  
Data Penerimaan Sektor PPh di KPP Pratama Jakarta Koja Tahun 2018-2021

Tahun	Target	Realisasi	Persentase
2018	837,265,608,000	654,487,541,585	78,17%
2019	795,718,623,000	612,328,575,466	76,95%
2020	538,744,120,000	538,728,470,902	100,00%
2021	622,005,922,000	631,940,784,307	101,60

Sumber : KPP Pratama Jakarta Koja

Berdasarkan data pada Tabel tersebut diatas, data penerimaan sektor PPh di KPP Pratama Jakarta Koja tahun 2018-2021, terlihat bahwa terjadi peningkatan walaupun di tahun 2019-2020 mengalami penurunan karena faktor dari Covid-19.

Tabel 4.6  
Data Jumlah KPP Terdaftar di KPP Pratama Jakarta Koja Tahun 2018-2021

Tahun	Jumlah
2018	93
2019	107
2020	146
2021	86
Jumlah PKP terdaftar	432

Sumber : KPP Pratama Jakarta Koja

Berdasarkan data pada Tabel tersebut diatas, terlihat bahwa jumlah Pengusaha Kena Pajak (PKP) yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta Koja tahun 2018 sampai tahun 2021. Pada Tahun 2018 sampai tahun 2020 mengalami peningkatan jumlah PKP, dan tahun 2021 mengalami penurunan jumlah PKP.

## Pembahasan

### 1. Dimensi menurut dengan teori

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada KPP Pratama Jakarta Koja mengenai Kebijakan Pengeenaan Pajak Penghasilan Pengusaha Platform eCommerce upaya penerpan Kebijakan Pengeenaan Pajak Penghasilan Platform Ecommerce sebagai berikut :

- 1) Efektifitas (effectiveness). Berkenaan dengan apakah suatu alternatif mencapai hasil (akibat) yang diharapkan, atau mencapai tujuan dari diadakannya tindakan. Efektifitas, yang secara dekat berhubungan dengan rasionalitas teknis, selalu diukur dari unit produk atau layanan atau nilai moneter.
- 2) Efisiensi (efficiency). Berkenaan dengan jumlah usaha yang diperlukan untuk menghasilkan tingkat efektifitas tertentu. Efisiensi yang merupakan sinonim dari rasionalitas ekonomi adalah merupakan hubungan antara efektifitas dan usaha, yang terakhir umumnya diukur dari ongkos moneter.
- 3) Responsivitas (responsiveness) berkenaan dengan seberapa jauh suatu kebijakan dapat memuaskan kebutuhan, preferensi, atau nilai kelompok-kelompok masyarakat tertentu. kriteria responsivitas adalah penting karena analisis yang dapat memuaskan semua kriteria lainnya efektifitas, efisiensi, kecukupan, kesamaan masih gagal jika belum menanggapi kebutuhan aktual dari kelompok yang semestinya diuntungkan dari adanya suatu kebijakan.
- 4) Ketepatan (appropriateness). Kriteria ketepatan secara dekat berhubungan dengan rasionalitas, substantif, karena pertanyaan tentang ketepatan kebijakan tidak berkenaan dengan satuan kriteria individu tetapi dua atau lebih kriteria secara bersama-sama. Ketepatan merujuk pada nilai atau harga dari tujuan program dan kepada kuatnya asumsi yang melandasi tujuan-tujuan tersebut.

### 2. Hambatan

Terdapat beberapa faktor-faktor penghambat pemungutan Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai terhadap Transaksi E-Commerce di Indonesia dapat dilihat dari faktor kesadaran pelaku usaha online dalam membayar pajak yang masih rendah, dan lemahnya penegakan hukum terhadap wajib pajak yang tidak memenuhi kewajibannya, masih banyak platform yang belum mencantumkan wajib npwp. bagi pelaku pengusaha online platform e-commerce. serta belum adanya peraturan yang secara khusus mengatur mengenai pengenaan pajak terhadap pelaku usaha online tersebut.

### 3. Upaya

Ada beberapa Upaya yang dapat dilakukan, yaitu dengan menerbitkan aturan pelaksana yang sesuai dan dapat secara khusus menjangkau potensi perpajakan dari E-Commerce tersebut, kemudian meningkatkan edukasi khusus untuk seluruh pengusaha online dan pengawasan dari penegak hukum baik bagi pemerintah agar tidak terjadi penyalahgunaan serta bagi wajib pajak agar menuntaskan kewajibannya

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan tersebut, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut : Evaluasi Kebijakan Pengenaan Pajak penghasilan pengusaha platform e-commerce di KPP Pratama Jakarta Koja sangatlah besar terlebih Di Indonesia namun sangat disayangkan tidak ada pengaturan secara khusus yang benar -benar mengatur mengenai Perpajakan Atas Transaksi Online Platform E-Commerce. Secara prinsip tidak ada perlakuan pajak yang berbeda antara bisnis e-Commerce dan bisnis secara konvensional. Sebab, pada dasarnya usaha melalui e-Commerce adalah sama dengan perdagangan biasa. Perbedaannya hanya terletak pada penggunaan sarana komunikasinya, di mana transaksi e-Commerce menjadikan internet sebagai media komunikasi elektronik dan infrastruktur utamanya.Oleh karena itu, segala hak dan kewajiban perpajakan yang ada pada pelaku usaha konvensional juga melekat untuk para pelaku bisnis e-commerce.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Adam, D. V., & Astin, I. P. (2019). Kebijakan Pengenaan Pajak Atas Transaksi Perdagangan Online (E-Commerce). *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 2, 220–226. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.38>
- Agustino, L. (2016). *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Alfabeta.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed)*. Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (Vol. 4)*. Pustaka Pelajar.
- Dunn, W. N. (2003). *Pengantar Analisis Kebijakan Publik Edisi 2*. Gadjah Mada University Press.
- Magdalena, F. C. S., & Frederica, D. (2021). Kepatuhan Perpajakan Dari Pelaku E-Commerce. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 6(1), 52–61. <https://doi.org/10.51289/peta.v6i1.471>
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan (Edisi Terbaru 2016)*. Andi Offset.
- Mogi, M. C. (2021). Potensi Dan Hambatan Dalam Pengenaan Pajak Penghasilan Dan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Usaha Berbasis Online (E-Commerce) Di Indonesia. *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Keagamaan*, 19(85), 604–615.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Rosdakarya.
- Nugroho, R. (2012). *Public Policy Dinamika Kebijakan, Analisis Kebijakan, Manajemen Kebijakan*. Elex Media Komputindo.
- Resmi, S. (2014). *Perpajakan Teori dan Kasus Edisi 8*. Salemba Empat.
- Ridho, M. N. (2021). Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (Ppn) Pada Transaksi E-Commerce. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(1). <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i1.1765>
- Sari, A. Y. (2018). Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi e-Commerce. 1–80.
- Sudrajat, A. (2021). Analisis Pro Dan Kontra Kebijakan Pajak Pada E-Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(2), 1760–1773. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1454>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Statistik untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sujarweni. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah*. Pustaka Baru Press.
- Wahab, S. A. (2015). *Analisis kebijakan publik: Dari formulasi ke penyusunan model-model implementasi kebijakan publik*. Bumi Aksara.
- Widodo. (2017). *Metodologi penelitian : populer dan praktis*. Rajawali Pers.