



**ANALISIS PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI PADA
ONLINE MARKETPLACE SHOPEE TAHUN 2022**

SKRIPSI

Dibuat Oleh:

Mufida Azzahra

0221 19 053

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

2024



**ANALISIS PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI PADA
ONLINE MARKETPLACE SHOPEE TAHUN 2022**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi Program
Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor

Mengesahkan



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Towaf Totok Irawan, SE., ME., Ph.D.)

Ketua Program Studi Akuntansi
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA
CA., CSEP., QIA)

LEMBAR PERSETUJUAN

UJIAN SIDANG SKRIPSI

Kami selaku Ketua Komisi dan Anggota Komisi telah melakukan bimbingan skripsi mulai tanggal: dan berakhir tanggal:

Dengan ini menyatakan bahwa,

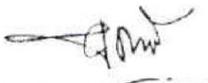
Nama : Mufida Azzahra (E/P*)
NPM : 022119053
Program Studi : Akuntansi
Mata Kuliah : Akuntansi Perpajakan
Ketua Komisi : Joko Supriyanto, Ak., M. Ak., CA.
Anggota Komisi : Mutiara Puspa Widyowati, SE, Ak., MAcc

Judul Skripsi : Analisis Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Pada *Online Marketplace* Shopee Tahun 2022

Menyetujui bahwa nama tersebut di atas dapat disertakan mengikuti ujian skripsi yang dilaksanakan oleh pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Menyetujui,

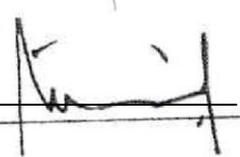
Ketua Komisi Pembimbing
(Joko Supriyanto, Ak., M.Ak. CA.)



Anggota Komisi Pembimbing
(Mutiara Puspa Widyowati, SE, Ak., MAcc.)



Diketahui
Ketua Program Studi Akuntansi
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA.,
CA., CSEP., QIA.)



Analisis Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Pada *Online Marketplace* Shopee Tahun 2022

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari Selasa, tanggal 28 November 2023

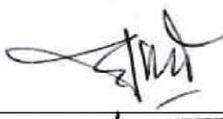
Mufida Azzahra
022119053

Disetujui

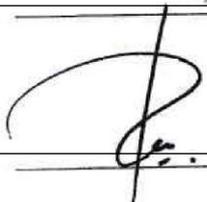
Dosen Penguji Sidang
(Dr. Siti Maimunah, S.E., M.Si., CPSP., CPMP., CAP.)



Ketua Komisi Pembimbing
(Joko Supriyanto, Ak., M. Ak., CA.)



Anggota Komisi Pembimbing
(Mutiara Puspa Widyowati, S.E., Ak., MAcc.)



Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mufida Azzahra
NPM : 022119053
Judul Skripsi : Analisis Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Pada *Online Marketplace* Shopee Tahun 2022

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan

Bogor, November 2023



MA

Mufida Azzahra
022119053

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan/atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

MUFIDA AZZAHRA. 022119053. Analisis Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Pada Online Marketplace Shopee Tahun 2022. dibawah bimbingan, JOKO SUPRIYANTO dan MUTIARA PUSPA WIDYOWATI, 2023.

Model transaksi *e-commerce* adalah melalui *marketplace*, yaitu lokasi jual beli produk dimana penjual dan konsumen bertemu di suatu *website*, penjual akan menjual produknya atau barangnya di tempat yang sudah disediakan oleh *e-commerce* dengan konsep *online marketplace*, bagaimana pengaluan pendapatan yang dilakukan shopee dalam transaksi dan setiap transaksi yang dilakukan pembeli dan penjual terdapat Pajak Pertambahan Nilai didalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa Pajak Pertambahan Nilai yang dibebankan kepada pembeli dan penjual dalam setiap transaksi.

Jenis Penelitian yang digunakan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan. Jenis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Hasil dari penelitian ini, pengakuan Pendapatan shopee diakui menggunakan metode cash basis dimana pendapatan diakui atau dicatat saat kas diterima atau adanya penerimaan uang, pengenaan pajak pertambahan nilai pada transaksi shopee terjadi saat pembeli menerima barang dan menyelesaikan pesanannya, shopee memungut PPN kepada pembeli yang disebut sebagai biaya layanan sedangkan kepada penjual atau *merchant* disebut biaya layanan penjual.

Kata kunci: *Marketplace, E-commerce, Pajak Pertambahan Nilai (PPN)*

PRAKARTA

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi, tak lupa sholawat serta salam kepada nabi kita Nabi Muhammad SAW kepada keluarganya, kepada sahabatnya, kepada pengikut beliau sehingga kita semua dapat keluar dari belenggu yang haram, dan semoga kita selalu mendapat syafaat serta petunjuk dari Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana bagi mahasiswa program strata satu (S1) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan dengan judul “Analisis Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Pada Online Marketplace Shopee Tahun 2022”. Dalam penulisan skripsi ini penulis mengalami kesulitan, hambatan dan masalah yang penulis alami. Berkat dukungan, dorongan, bimbingan dan do’a dari berbagai pihak penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, ayah Mahmudin dan ibu Titin Supriatin, orang yang hebat selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tak henti hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, terima kasih berkat do’a dan dukungan ayah dan ibu penulis bisa berada di titik ini, sehat selalu dan tolong hidup lebih lama lagi serta harus selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaian penulis selanjutnya.
2. Bapak Prof. Dr. rer. Pol, Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Towaf Totok Irawan, SE., ME., Ph.D.) Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Ibu Dr. Retno Martanti Endah Lestari, S.E., M.Si., CMA., CAPM. Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Bapak Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi.
6. Bapak Joko Supriyanto, Ak., M. Ak., CA. Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Mutiara Puspa Widyowati, SE, Ak., MAcc. Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah memberikan dukungan, arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Para dosen dan struktural fakultas ekonomi dan bisnis universitas pakuan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan.
9. Nenek uti, De’al, Bila, Teh opi, teh ica serta sakha yang tak hentinya selalu memberikan doa, kasih sayang serta semangat yang tiada henti sehingga penulis dimudahkan dalam penyusunan skripsi.

10. Riani Nur Hidayah yang selalu memberikan penulis dukungan moral, motivasi serta membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat penulis Fera Salsabila, Tegar Fadlina, Liarios, Putri utami, Putri Prisila, Mega Destriana, Ara, Nabila Lutfah, Annisa Nabila, Lia.
12. Teman-teman seperjuangan BEM dan BLM FEB-Unpak periode 2022/2023 yang telah memberikan semangat, dukungan, canda dan tawa yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
13. Kawan-kawan seperjuangan Himpunan Mahasiswa Akuntansi FEB-Unpak Angkatan 2019 yang telah memberikan semangat, canda, tawa dan semua kenangan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Bogor, November 2023

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN & PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	v
LEMBAR HAK CIPTA	vi
ABSTRAK	vii
PRAKARTA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	3
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.3.1. Maksud Penelitian.....	4
1.3.2. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.4.1. Kegunaan Praktis	4
1.4.2. Kegunaan Akademik.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Pajak	5
2.1.1. Pengertian Pajak	5
2.1.2. Fungsi Pajak.....	6
2.1.3. Jenis-jenis Pajak.....	6
2.1.4. Wajib Pajak.....	7
2.2. Pajak Pertambahan Nilai	7
2.2.1. Objek Pajak Pertambahan Nilai (PPN).....	8
2.3. Barang Kena Pajak (BKP).....	8
2.4. Barang Yang Tidak dikenakan PPN (Non-BKP)	9
2.5. Jasa Kena Pajak (JKP).....	10

2.5.1. Jasa Yang Tidak di Kenakan PPN (Non-JKP).....	10
2.6. Subjek PPN.....	11
2.7. Karakteristik PPN.....	11
2.8. Dasar Pengenaan Pajak.....	12
2.9. Tarif PPN.....	13
2.10. Pengertian <i>E-commerce</i>	13
2.10.1. Jenis-jenis <i>E-Commerce</i>	13
2.10.2. Manfaat <i>E-Commerce</i>	15
2.10.3. Indikator <i>E-Commerce</i>	15
2.11. Akuntansi.....	16
2.11.1. Pengertian Akuntansi.....	16
2.11.2. Pengakuan Akuntansi.....	17
2.12. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran.....	17
2.12.1. Penelitian Sebelumnya.....	17
2.12.2. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Jenis Penelitian.....	23
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	23
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	23
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	23
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	24
3.6. Metode Pengolahan / Analisis Data.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	25
4.1.1. Profil Perusahaan Shopee.....	25
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan Shopee.....	26
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan Shopee.....	26
4.2. Tinjauan Pendapatan, beban dan Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Pada Shopee.....	28
4.2.1. Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Shopee.....	37
4.2.2. Proses Bisnis Penyetoran Hasil Penjualan Kepada <i>Merchant</i> Oleh Penyelenggara <i>Online Marketplace</i>	39
4.3. Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	40
4.3.1. Pengakuan akuntansi yang dilakukan shopee dalam mencatat transaksi penjualan.....	40
4.3.2. Pengenaan PPN Atas Transaksi Penyerahan Barang Pada Shopee ...	47
4.3.3. Pelaksanaan Kewajiban PPN Yang Dilakukan Shopee.....	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1. Simpulan.....	49
5.2. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	54
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perhitungan biaya layanan dalam proses transaksi	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	23
Tabel 4. 1 Biaya Administrasi <i>Non-star</i>	29
Tabel 4. 2 Biaya Administrasi <i>Non-star</i> Produk A	29
Tabel 4. 3 Biaya Administrasi <i>Non-star</i> Produk B&C	30
Tabel 4. 4 Biaya Administrasi <i>Non-star</i> Produk D&E	30
Tabel 4. 5 Biaya Administrasi <i>Star</i>	31
Tabel 4. 6 Biaya Administrasi <i>Star</i> Produk A.....	31
Tabel 4. 7 Biaya Administrasi <i>Star</i> Produk B&C.....	31
Tabel 4. 8 Biaya Administrasi <i>Star</i> Produk D&E.....	32
Tabel 4. 9 Biaya Layanan Penjual Produk I kategori A.....	32
Tabel 4. 10 Biaya Layanan Penjual Produk II Kategori B/C.....	33
Tabel 4.11 Biaya Layanan Penjual Produk II Kategori D/E.....	33
Tabel 4.12 Biaya Layanan Penjual Produk I Kategori A.....	34
Tabel 4.13 Biaya Layanan Penjual Produk II Kategori B/C.....	35
Tabel 4.14 Biaya Layanan Penjual Produk II Kategori D/E.....	35
Tabel 4. 15 Tarif Metode Pembayaran.....	37
Tabel 4. 16 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Administrasi <i>non-star</i> pada Produk A	41
Tabel 4. 17 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Administrasi <i>non-star</i> pada Produk B&C	42
Tabel 4. 18 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Administrasi <i>non-star</i> pada Produk D&E	42
Tabel 4. 19 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Administrasi <i>Star</i> pada Produk A ...	42
Tabel 4. 20 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Administrasi <i>star</i> pada Produk B&C	43
Tabel 4. 21 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Administrasi <i>star</i> pada Produk D&E	43
Tabel 4. 22 Pengakuan Akuntansi terhdap Biaya Layanan Produk <i>non-star</i> pada Produk A.....	44
Tabel 4. 23 Pengakuan Akuntansi terhdap Biaya Layanan Produk <i>non-star</i> pada Produk B&C	44
Tabel 4. 24 Pengakuan Akuntansi terhdap Biaya Layanan Produk <i>non-star</i> pada Produk D&E	45
Tabel 4. 25 Pengakuan Akuntansi terhdap Biaya Layanan Produk <i>star</i> pada Produk A	45
Tabel 4. 26 Pengakuan Akuntansi terhdap Biaya Layanan Produk <i>star</i> pada Produk B&C	46
Tabel 4. 27 Pengakuan Akuntansi terhdap Biaya Layanan Produk <i>star</i> pada Produk D&E	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Transaksi Penjualan Shopee Tahun 2022</i>	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4. 1 Jumlah <i>Download</i> Aplikasi Shopee pada <i>Playstore</i>	25
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Shopee	27
Gambar 4.3 Rincian Penghasilan	36
Gambar 4. 4 Faktur Pembelian.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi Shopee	55
Lampiran 2 Informasi Jasa Kirim	56
Lampiran 3 Biaya Admisntrasi <i>Non-star</i>	57
Lampiran 4 Biaya Administras <i>Star</i>	57
Lampiran 5 Rincian Pembayaran	57
Lampiran 6 Tarif Metode Pembayaran	58
Lampiran 7 Faktur Pembelian	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan internet di era saat ini sudah bergerak secara pesat dimana teknologi dan internet sudah menjadi sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan kehidupan masyarakat dan dapat membantu kehidupan masyarakat, dengan menciptakan peluang usaha baru dan memunculkan sebuah komunikasi pemasaran berbasis *online*, salah satu perkembangan teknologi dan informasi ada dalam internet dan media sosial, yang dimana internet dan media sosial menjadi sarana kegiatan pembelian dan penjualan barang atau jasa secara *online*, perdagangan *online* yang disebut juga *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melakukan proses bisnis. Perkembangan transaksi perdagangan elektronik memiliki beberapa keuntungan diantaranya kemampuan untuk mencapai pasar global, memotong rantai distribusi, mempersempit jarak antara penjual dan pembeli, dan pengurangan biaya.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan bahwa ada 34,10% usaha yang melakukan kegiatan *e-commerce* hingga 15 September 2022, persentase itu meningkat dibandingkan pada 31 Desember 2021 yang sebesar 32,23%. BPS juga mencatat 2,87 juta usaha daring tersebar di seluruh provinsi sebanyak 1.5 juta atau 52,22% usaha daring berada di pulau Jawa. Ini disebabkan karena Jawa memiliki pangsa pasar besar hingga infrastruktur pendukung yang memadai. Dengan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023 menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) ini menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan *e-commerce*.

Salah satu model transaksi *e-commerce* adalah melalui *marketplace*, yaitu lokasi jual beli produk dimana penjual dan konsumen bertemu di suatu website, penjual akan menjual produknya atau barangnya di tempat yang sudah disediakan oleh *e-commerce* dengan konsep *online marketplace*. Barang yang dijual di *online marketplace* tersebut kemudian akan diiklankan oleh pihak *e-commerce* untuk mendapatkan konsumen yang potensial.

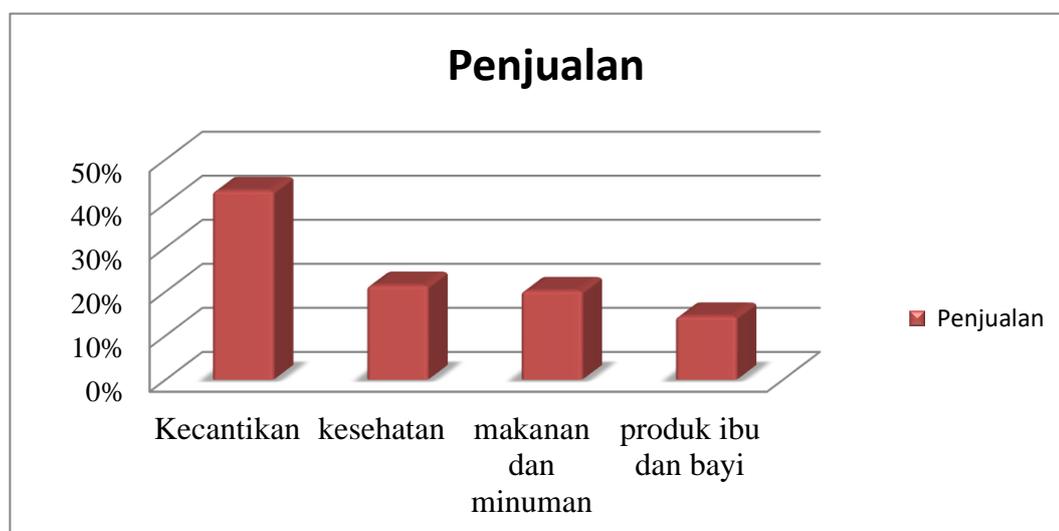
Menurut data App Annie di 2022 menunjukkan bahwa ada beberapa *online marketplace* yang paling dicari dan *download* masyarakat Indonesia, yaitu Shopee sebagai *platform* belanja *daring* nomor 1 di Indonesia dengan jumlah total unduhan terbanyak di Google Play maupun *Apple Store*.

Hal serupa juga ditunjukkan SimilarWeb yang mengungkapkan bahwa Shopee menjadi *marketplace* dengan pengunjung website tertinggi. Rata-rata situs Shopee

dibuka 181 juta pengunjung per bulan, selanjutnya tokopedia berada di urutan kedua, dengan 135 juta pengunjung setiap bulan. Urutan ketiga terdapat lazada dengan jumlah 100 juta.

Shopee menjadi salah satu *marketplace* yang banyak diminati oleh penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi secara *online*, shopee menawarkan kemudahan dan keamanan dalam hal bertransaksi secara *online*. Dikutip dalam *Head of Public Affairs* Shopee Indonesia Radynal Nataprawira mengatakan bahwa pada tahun 2021 terdapat 5 juta pelaku usaha yang bergabung dalam *marketplace* shopee untuk mendapatkan lapak berjualan. Pelaku usaha dalam *marketplace* shopee tidak dibebankan biaya sewa dalam berjualan, tetapi shopee memiliki ketentuan pembagian komisi barang terjual dan pengenaan pajak pertambahan nilai.

Data penjualan shopee untuk tahun 2022 memiliki beberapa pangsa pasar yang banyak diminati dan digemari oleh masyarakat, dijelaskan dalam diagram berikut :



sumber data: Shopee (data diolah, tahun 2023)

Gambar 1. 1 Transaksi Penjualan Shopee Tahun 2022

Dalam data transaksi penjualan terlampir terdapat 4 (empat) kategori yang menjadi banyak digemari dan dibeli oleh para pengguna *e-commerce* shopee pada tahun 2022, di menangkan oleh kategori kecantikan yang memiliki presentase 40% pada tahun 2022, dan kesehatan memiliki persentase 21%, untuk kategori makanan dan minuman memiliki presentase sebesar 20%, diakhiri dengan kategori produk ibu dan bayi sebesar 14%.

Shopee sebagai penyedia platform memberikan jasa penyedia tempat kegiatan usaha dalam bentuk platform kepada penjual (*merchant*) dan pembeli dan menagih imbalan dalam bentuk biaya administrasi atau layanan ayas penyedia platform tersebut.

Sebagaimana dijelaskan dalam surat dirjen pajak no.se-06/pj.2015 dan pasal 23 uu pph no 7 tahun 2021 tentang penjual; (merchant sebagai pengguna jasa platform harus memotong pph pasal 23 atau imbalan yang diberikan kepada penyedia platform marketplace dalam biaya administrasi

Dijelaskan dalam *help* shopee bahwa dalam sekali transaksi jual beli terdapat biaya layanan, biaya Layanan sudah termasuk dengan biaya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan yang berlaku dan belum termasuk dengan biaya penanganan, sedangkan biaya penanganan sendiri merupakan biaya yang dikenakan kepada pembeli setiap berhasil melakukan *checkout* produk melalui aplikasi shopee. Ilustrasi perhitungan biaya layanan dalam poses transaksi dalam shopee.

Tabel 1. 1 Perhitungan biaya layanan dalam proses transaksi

Pembeli A melakukan 1 (satu) transaksi dari 1 (satu) toko :		
Total transaksi toko Z	Rp	100.000
Biaya Layanan	<u>Rp</u>	<u>1.000</u>
Total Pembayaran	Rp	101.000
Pembeli B melakukan 1 (satu) transaksi dari 2 (dua) toko:		
Total transaksi toko Z	Rp	100.000
Total transaksi toko Y	Rp	300.000
Biaya Layanan	<u>Rp</u>	<u>1.000</u>
Total Pembayaran	Rp	401.000

Sumber data: Shopee, 2023

Berdasarkan banyaknya pengunjung dan nilai transaksi pada shopee, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengenaan pajak pertambahan nilai pada usaha yang berbasis *online* melalui aplikasi shopee sebagai penghubung antara penjual dan pembeli. Dengan latar belakang tersebut, maka penelitian tertarik untuk mengangkat judul penelitian “ANALISIS PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI PADA *ONLINE MARKETPLACE SHOPEE TAHUN 2022*”.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka identifikasi masalah dan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah, bagaimana pengakuan akuntansi yang dilakukan dalam transaksi penjualan, bagaimana pengenaan pajak pertambahan nilai atas transaksi penyerahan barang dan bagaimana pelaksanaan kewajiban pajak pertambahan nilai yang dilakukan oleh shopee terhadap konsumen dan penjual.

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengakuan akuntansi yang dilakukan shopee untuk transaksi penjualan?
2. Bagaimana pengenaan pajak pertambahan nilai atas transaksi penyerahan barang di shopee?
3. Bagaimana pelaksanaan kewajiban pajak pertambahan nilai yang dilakukan oleh Shopee terhadap pembeli dan penjualan dalam tiap transaksi?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk melakukan analisis bagaimana pengenaan perpajakan pada *marketplace* shopee dan bagaimana shopee mencatat transaksi dan keuntungannya

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulisan ini memiliki beberapa tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis perlakuan pengakuan akuntansi yang dilakukan oleh shopee untuk mencatat transaksi penjualan.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengenaan pajak pertambahan nilai dalam *marketplace* shopee saat kegiatan transaksi penyerahan barang dagang.
3. Untuk shopee menganalisis pelaksanaan kewajiban pajak pertambahan nilai yang dilakukan pihak pembeli dan penjual dalam shopee.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan gambaran informasi tentang pengenaan perpajakan yang ada dalam *marketplace* dan bagaimana *marketplace* shopee mencatat transaksi penjualan.

1.4.2. Kegunaan Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan secara empiris dalam bidang perpajakan bagi penulis dan pembaca, kegunaan praktis bagi para pelaku usaha di dalam *marketplace* agar mengetahui bagaimana sistem pajak pertambahan nilai yang dilakukan oleh pihak *marketplace* terkait. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan referensi bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pajak

2.1.1. Pengertian Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) sebagaimana telah diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Pajak merupakan 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. Pembayaran pajak merupakan perwujudan dari kewajiban kenegaraan dan peran serta Wajib Pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Sesuai falsafah undang-undang perpajakan, membayar pajak bukan hanya merupakan kewajiban, tetapi merupakan hak dari setiap warga Negara untuk ikut berpartisipasi dalam bentuk peran serta terhadap pembiayaan negara dan pembangunan nasional.

Menurut S.I Djajadiningrat (Siti Resmi, 2017), pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan secara umum. Menurut TMBooks (2018) pada buku Perpajakan Indonesia, 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.

Dari beberapa definisi terkait pajak diatas, dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan kontribusi yang dilakukan secara wajib bagi rakyat untuk negaranya yang bersifat memaksa sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan wajib pajak atau rakyat tidak merasakan atau menerima imbalan secara langsung tetapi dapat ada dalam meningkatkan dan memperbaiki tata infrastruktur negaranya untuk membuat kemakmuran di dalam suatu bernegara.

2.1.2. Fungsi Pajak

Terdapat dua fungsi pajak, yaitu *budgetair* (sumber keuangan negara) dan fungsi *regulerend* (mengatur), seperti yang telah dijelaskan oleh Siti Resmi (2017):

1. Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak merupakan fungsi *budgetair* artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran, baik rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara, upaya tersebut ditempuh dengan cara ekstensifikasi maupun intensifikasi pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai Jenis Pajak Seperti Pajak Penghasilan (PPH), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PPB) dan lain-lain.

2. Fungsi *Regulerend* (Mengatur)

Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan.

Sedangkan menurut Waluyo (2011:6) pajak memiliki 4 fungsi tambahan selain fungsi *budgetair* (sumber keuangan negara) dan fungsi *regulerend* (mengatur), yaitu:

a. Fungsi Stabilitas

Dengan pajak pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakan yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan, hal ini bisa dilakukan antara lain dengan mengatur peredaran uang di masyarakat.

b. Fungsi Redistribusi Pendapatan

Pajak sudah dipungut oleh negara akan digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum, termasuk untuk biaya Pembangunan.

2.1.3. Jenis-jenis Pajak

Dalam Perpajakan ada pengelompokan pajak yang telah ditetapkan, menurut Mardiasmo (2016:7) pengelompokkan dibagi menjadi tiga:

1. Menurut golongannya, pajak ini dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:
 - a. Pajak langsung, yaitu pajak yang harus dipikul sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dibedakan atau dilimpahkan kepada orang lain. Contoh: pajak penghasilan.
 - b. Pajak tidak langsung, yaitu pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain, contoh: pajak pertambahan nilai.
2. Menurut sifatnya, pajak ini dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:
 - a. Pajak Subjektif, yaitu pajak yang berpangkal atau didasarkan pada subjeknya, dalam arti memperhatikan keadaan diri wajib pajak. contoh pajak penghasilan.

- b. Pajak Objektif, yaitu pajak yang berpangkal pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan diri wajib pajak, Contoh: pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah.
3. Menurut lembaga pemungutnya, pajak ini dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:
 - a. Pajak Pusat, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara. Contoh: pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah dan bea materai.
 - b. Pajak Daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Pajak Daerah terdiri atas:
 - 1) Pajak Provinsi, contoh: pajak kendaraan bermotor dan pajak bahan bakar kendaraan bermotor.
 - 2) Pajak Kabupaten/Kota, contoh: pajak hotel, pajak restoran, dan pajak hiburan.

2.1.4. Wajib Pajak

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 Tentang Perlakuan Perpajakan Untuk Mendukung Kemudahan Berusaha Bab 5 Pasal 1 ayat 2 mendefinisikan wajib pajak adalah orang pribadi atau badan meliputi pembayaran pajak, pemotongan pajak, dan pemungutan pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan.

Menurut Adestya & Saman, (2020) Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditentukan untuk melakukan kewajiban perpajakan, termasuk pemungutan pajak atau pemotongan pajak tertentu.

Indikator jumlah wajib pajak adalah jumlah wajib pajak terdaftar yaitu semua wajib pajak yang telah memenuhi persyaratan subjektif dan objektif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan berdasarkan *self assessment system*, wajib mendaftarkan diri di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal atau tempat kedudukan, dan tempat kegiatan usaha wajib pajak, dan kepada Wajib Pajak diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

2.2. Pajak Pertambahan Nilai

Menurut Undang undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1983 tentang pajak pertambahan nilai barang dan jasa dan pajak penjualan atas barang mewah yang telah diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan perpajakan, pajak pertambahan nilai adalah pajak atas konsumsi barang dan jasa di dalam Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat di setiap jalur produksi dan distribusi.

Dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 60/PMK.03/2022 Tentang tata cara penunjukan, pemungut, pemungutan, penyetoran, dan pelaporan pajak pertambahan nilai atas pemanfaatan barang kena pajak tidak berwujud dan/atau jasa kena pajak dari luar daerah pabean didalam daerah pabean melalui perdagangan melalui sistem elektronik pasal 2, Pajak pertambahan nilai dikenakan atas pemanfaatan barang kena pajak tidak berwujud dan/atau jasa kena pajak dari luar daerah pabean didalam daerah pabean melalui perdagangan melalui sistem elektronik.

Menurut Waluyo (2011:9) menyatakan bahwa pajak pertambahan nilai (PPN) merupakan pajak yang dikenakan atas konsumsi di dalam negeri (didalam Daerah Pabean), baik konsumsi barang maupun konsumsi jasa.

2.2.1. Objek Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Menurut Undang-Undang No.42 Tahun 2009 pasal 4 ayat 1 sebagaimana telah diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021, yaitu:

1. Penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) daerah pabean yang dilakukan oleh pengusaha
2. Impor BKP
3. Penyerahan Jasa Kena Pajak (JKP) di dalam daerah pabean yang dilakukan oleh pengusaha
4. Pemanfaatan BKP tidak berwujud dari luar daerah pabean di dalam daerah pabean
5. Pemanfaatan JKP dari luar daerah pabean di dalam daerah pabean
6. Ekspor BKP berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP)
7. Ekspor BKP tidak berwujud oleh PKP
8. Ekspor JKP oleh PKP

2.3. Barang Kena Pajak (BKP)

Barang kena pajak adalah barang yang dikenakan Pajak Pertambahan Nilai berdasarkan Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai yang direvisi dalam Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan Tahun 2021, yaitu:

- a. Penyerahan barang kena pajak di dalam daerah pabean yang dilakukan oleh pengusaha
- b. Impor barang kena pajak
- c. Penyerahan jasa kena pajak di dalam daerah pabean yang dilakukan oleh pengusaha
- d. Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;
- e. Pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;
- f. Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak;
- g. Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak; dan

h. Ekspor Jasa Kena Pajak oleh Pengusaha Kena Pajak.

2.4. Barang Yang Tidak dikenakan PPN (Non-BKP)

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 49 Tahun 2022 tentang pajak pertambahan nilai dibebaskan dan pajak pertambahan nilai atau pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah tidak dipungut atas impor dan/atau penyerahan barang kena pajak tertentu dan/atau penyerahan jasa kena pajak tertentu dan/atau pemanfaatan jasa kena pajak tertentu dari luar daerah pabean yaitu:

1. Dibebaskan dari pengenaan PPN
 - a. Vaksin polio
 - b. Buku pelajaran umum, kitab suci, dan buku pelajaran agama; dan
 - c. Mesin dan peralatan pabrik
 - d. Barang yang dihasilkan dari kegiatan usaha di bidang kelautan dan perikanan
 - e. Ternak yang kriteria dan/atau perinciannya diatur dengan peraturan menteri
 - f. Bibit dan/atau benih dari barang pertanian, perkebunan, kehutanan, peternakan, atau perikanan
 - g. Listrik, air bersih, senjata, amunisi
 - h. Kendaraan darat khusus bagi TNI/Polri
 - i. Satuan rumah susun milik tetap

2. Tidak dipungut PPN
 - a) Barang tertentu dalam kelompok barang kebutuhan pokok meliputi beras, gabah, jagung, sagu, kedelai, garam, daging, telur, susu, buah-buahan, dan sayur-sayuran dengan kriteria dan/atau perincian jenis barang.
 - b) Gula konsumsi dalam bentuk gula kristal putih yang berasal dari tebu tanpa tambahan bahan perasa atau pewarna.
 - c) Jenis pelayanan kesehatan medis, jasa pelayanan sosial, jasa pengiriman surat dengan perangko, jasa keuangan, jasa asuransi, jasa pendidikan, jasa penyiaran yang tidak bersifat iklan, jasa angkutan umum, jasa tenaga kerja, jasa telepon umum dengan menggunakan uang logam, dan jasa pengiriman uang dengan wesel pos.
 - d) Minyak tanah, gas bumi (gas dialirkan melalui pipa, liquified natural gas, dan compressed natural gas), serta hasil pertambangan mineral bukan logam dan batuan tertentu, dan bijih mineral tertentu.
 - e) Emas batangan selain untuk kepentingan cadangan devisa negara.

Tambahan menurut Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP) Tahun 2021 Bab IV Pasal 4A, yaitu :

- a) Makanan dan minuman yang disajikan di hotel, restoran, rumah makan, warung, dan sejenisnya, meliputi makanan dan minuman baik yang dikonsumsi di tempat maupun tidak, termasuk makanan dan minuman yang diserahkan oleh usaha jasa boga atau katering, yang merupakan objek pajak

daerah dan retribusi daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pajak daerah dan retribusi daerah; dan

- b) Uang, emas batangan untuk kepentingan cadangan devisa negara, dan surat berharga.

2.5. Jasa Kena Pajak (JKP)

Menurut UU Nomor 42 Tahun 2009 tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah sebagaimana yang telah di ubah pada UU No.7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, jasa kena pajak adalah setiap kegiatan pelayanan berdasarkan suatu perikatan atau perbuatan hukum yang menyebabkan suatu barang atau fasilitas atau kemudahan atau hak tersedia untuk dipakai, termasuk jasa yang dilakukan untuk menghasilkan barang karena pesanan atau permintaan dengan bahan dan atas petunjuk dari pemesan yang dikenakan pajak.

Tambahan jasa kena pajak menurut peraturan menteri keuangan republik Indonesia nomor 71/PMK,03/2022 asal 2, yaitu:

1. Jasa pengiriman paket
2. Jasa biro perjalanan wisata
3. Jasa pengurusan transportasi
4. Jasa penyelenggaraan perjalanan ibadah
5. Jasa media *voucher*

2.5.1. Jasa Yang Tidak di Kenakan PPN (Non-JKP)

Berdasarkan Undang-Undang No.7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, yaitu:

- a. Jasa keagamaan;
- b. Jasa kesenian dan hiburan, meliputi semua jenis jasa yang dilakukan oleh pekerja seni dan hiburan yang merupakan objek pajak daerah dan retribusi daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pajak daerah dan retribusi daerah.
- c. Jasa perhotelan, meliputi jasa penyewaan kamar dan/atau jasa penyewaan ruangan di hotel yang merupakan objek pajak daerah dan retribusi daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pajak daerah dan retribusi daerah;
- d. Jasa yang disediakan oleh pemerintah dalam rangka menjalankan pemerintahan secara umum, meliputi semua jenis jasa sehubungan dengan kegiatan pelayanan yang hanya dapat dilakukan oleh pemerintah sesuai dengan kewenangannya berdasarkan peraturan perundang-undangan dan jasa tersebut tidak dapat disediakan oleh bentuk usaha lain;
- e. Jasa penyediaan tempat parkir, meliputi jasa penyediaan atau penyelenggaraan tempat parkir yang dilakukan oleh pemilik tempat parkir atau pengusaha pengelola tempat parkir kepada pengguna tempat parkir yang

merupakan objek pajak daerah dan retribusi daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pajak daerah dan retribusi daerah;

- f. Jasa boga atau catering, meliputi semua kegiatan pelayanan penyediaan makanan dan minuman yang merupakan objek pajak daerah dan retribusi daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pajak daerah dan retribusi daerah.

2.6. Subjek PPN

Menurut UU No.42 Tahun 2009 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah sebagaimana telah diperbaharui dengan UU No.7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, menjelaskan subjek PPN sebagai berikut:

1. Pengusaha Kena Pajak

Pengusaha kena pajak adalah pengusaha yang melakukan penyerahan barang kena pajak dan atau penyerahan jasa kena pajak yang dikenakan pajak, berdasarkan undang-undang pajak pertambahan nilai tidak termasuk pengusaha kecil yang memilih untuk dikukuhkan sebagai pengusaha kena pajak.

- a. Pengusaha yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) dan atau Jasa Kena Pajak (JKP) di dalam daerah pabean:
 - a) Ekspor BKP berwujud atau tidak berwujud
 - b) Ekspor Jasa Kena Pajak
- b. Pengusaha Kecil yang memilih dikukuhkan sebagai PKP orang pribadi atau badan (bukan PKP)
 - a) Memanfaatkan BKP tidak berwujud dari luar daerah pabean
 - b) Memanfaatkan JKP dari luar daerah pabean

2. Pengusaha kecil

3. Orang pribadi atau badan yang memanfaatkan BKP/JKP

4. Orang atau badan yang melakukan pembangunan rumahnya sendiri dengan persyaratan tertentu

5. Pemungutan pajak yang ditunjuk pemerintah.

2.7. Karakteristik PPN

Menurut Waluyo (2014:11), pajak pertambahan nilai mempunyai beberapa sifat pemungutan atau karakteristik yang dikenal dengan *legal character*, yaitu:

1. Pajak Objektif, pemungutan PPN didasarkan pada objek pajak tanpa memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak (WP) sebagai subjek pajak.

2. Pajak Tidak Langsung, secara ekonomis beban PPN dapat dialihkan kepada pihak lain, tetapi kewajiban memungut, menyetor, melapor melekat pada pihak yang menyerahkan barang/jasa.
3. *Multi Stage Tax*, dilakukan secara berjenjang dari pabrik sampai konsumen akhir.
4. Dipungut Menggunakan Faktur Pajak, sehingga Pengusaha Kena Pajak (PKP) sebagai pemungut pajak harus menerbitkan faktur pajak sebagai bukti pemungutan PPN.
5. Bersifat *Netral*, dikenakan baik atas konsumsi barang maupun jasa, dan dipungut menggunakan prinsip tempat tujuan, yaitu bahwa PPN dipungut di tempat barang atau jasa dikonsumsi.
6. *Non-duplikasi*, karena terdapat mekanisme pengkreditan pajak masukan.
7. PPN sebagai pajak atas konsumsi dalam negeri atas penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) atau Jasa Kena Pajak (JKP) dilakukan atas konsumsi dalam negeri.

2.8. Dasar Pengenaan Pajak

Menurut Waluyo (2014:315) dasar pengenaan pajak merupakan jumlah harga jual atau penggantian atau nilai impor atau nilai ekspor atau nilai lain yang ditetapkan.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2022 Tentang Penerapan Terhadap Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah Bab IV pasal 14, PPN terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif PPN dengan Dasar Pengenaan Pajak (DPP) yang meliputi:

1. Harga Jual, nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh penjual karena penyerahan BKP, tidak termasuk PPN dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak
2. Penggantian, nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh pengusaha karena penyerahan JKP, ekspor JKP, atau ekspor BKP Tidak Berwujud, tidak termasuk PPN dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak; atau nilai berupa uang yang dibayar atau seharusnya dibayar oleh Penerima Jasa karena impor JKP dan/atau oleh penerima manfaat dari impor BKP tidak berwujud
3. Nilai Impor, nilai berupa uang yang menjadi dasar penghitungan bea masuk ditambah pungutan kepabeanan dan cukai untuk impor BKP, tidak termasuk PPN dan PPnBM
4. Nilai Ekspor, nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh eksportir
5. Nilai lain, diatur dengan atau berdasarkan PMK hanya untuk menjamin rasa keadilan dalam hal: Harga Jual, Nilai Penggantian, Nilai Impor, dan Nilai Ekspor sukar ditetapkan; dan/atau penyerahan BKP yang dibutuhkan oleh masyarakat banyak.

2.9. Tarif PPN

Dalam Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan Tahun 2021 Bab IV Pasal 7, menyebutkan tarif PPN:

1. Tarif Pajak Pertambahan Nilai yaitu:
 - a. Sebesar 11% (sebelas persen) yang mulai berlaku pada tanggal 1 April 2022;
 - b. Sebesar 12% (dua belas persen) yang mulai berlaku paling lambat pada tanggal 1 Januari 2025.
2. Tarif Pajak Pertambahan Nilai sebesar 0% (nol persen) diterapkan atas:
 - a. Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud;
 - b. Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud; dan
 - c. Ekspor Jasa Kena Pajak.
3. Tarif Pajak Pertambahan Nilai sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diubah menjadi paling rendah 5% (lima persen) dan paling tinggi 15% (lima belas persen).

2.10. Pengertian *E-commerce*

Menurut Kotler & Armstrong 2012 *E-commerce* adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan.

Menurut Wong (2010) *e-commerce* adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet. Maka dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan kumpulan dinamis antara teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dan konsumen serta komunitas tertentu dimana pertukaran barang antara pengecer dan konsumen dari berbagai komoditas dalam skala luas dan suatu transaksi elektronik, dan dalam proses pengiriman barang dari pengecer menggunakan transportasi dari suatu wilayah ke wilayah lain hingga sampai ke tangan konsumen dan hubungan yang terjadi adalah hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

2.10.1. Jenis-jenis *E-Commerce*

Menurut Kotler (2012) terdapat tujuh jenis *E-Commerce* berdasarkan karakteristiknya:

1. *Business to business (B2B)*, Mitra bisnis yang sudah saling mengenal dan sudah menjalin hubungan bisnis yang lama, pertukaran data yang sudah berlangsung berulang dan telah disepakati bersama, model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusi oleh kedua pelaku bisnis.

2. *Business to consumer (B2C)*, Terbuka untuk umum dimana informasi dapat disebarakan untuk umum juga, servis yang digunakan juga untuk umum sehingga dapat digunakan oleh banyak orang, servis yang digunakan berdasarkan permintaan, sehingga produsen harus mampu merespon dengan baik permintaan konsumen, sistem pendekatan adalah *client-server*.
3. *Consumer to Consumer (C2C)* model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, melainkan juga memberikan 20 fasilitas transaksi uang secara online. Dalam hal ini terdapat 2 (dua) indikator utama bagi sebuah website *marketplace*:
 - a. Setiap transaksi *online* harus difasilitasi oleh *website* yang bersangkutan
 - b. Dapat digunakan oleh penjual individual.
4. *Consumer to Business (C2B)*, model bisnis jenis ini melibatkan transaksi dari konsumen ke perusahaan, konsumen akan menawarkan produk atau jasa kepada perusahaan yang membutuhkan, contohnya *google adsense* dan *istockphoto.com*.
5. *Business to Administration (B2A)*, mencakup kegiatan transaksi *online* yang terjadi diantara perusahaan dengan administrasi public, jenis *e-commerce* ini melibatkan layanan pemerintah, contohnya *pajak.go.id* dan *bpjsketenagakerjaan.go.id*.
6. *Consumer to Administration (C2A)*, model bisnis C2A sama dengan B2A, hanya C2A melibatkan transaksi antara konsumen atau individu dengan administrasi public, contohnya *bpjs-kesehatan.go.id*.
7. *Online to Online (O2O)*, model bisnis untuk menarik pelanggan *online* agar mau berbelanja ke toko fisik yang memiliki toko secara *online*, contohnya *alfacart.com* dan *mataharimall.com*.

Dimana kegiatan yang berlangsung harus menggunakan fasilitas transaksi *online* seperti rekening pihak ketiga untuk menjamin keamanan transaksi. Penjual hanya akan menerima uang pembayaran setelah barang diterima oleh pembeli. Selama barang tersebut belum diterima oleh pembeli, maka penjual tidak dapat mencairkan hasil penjualan dan jika produk gagal sampai ke tangan pembeli maka uang yang telah dibayarkan akan dikembalikan ke pembeli.

Sedangkan Menurut Zhanys, A.B. & Tursinbaeva, A.F. (2018) pengertian *e-commerce* adalah aktivitas belanja *online* dengan menggunakan jaringan internet serta cara transaksinya melalui transfer uang secara digital. Keduanya meninjau pengertian *e-commerce* dari empat perspektif, yaitu:

1. Perspektif Komunikasi, *e-commerce* adalah sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer ataupun peralatan elektronik lainnya.
2. Perspektif Proses Bisnis, *e-commerce* adalah aplikasi dari sebuah teknologi menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.
3. Perspektif Layanan, *e-commerce* adalah alat yang dapat memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk mengurangi biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.
4. Perspektif Online, *e-commerce* menyediakan kemudahan untuk menjual dan membeli produk serta informasi melalui layanan internet maupun sarana *online* yang lainnya.

2.10.2. Manfaat *E-Commerce*

Keberadaan *e-commerce* di Indonesia memiliki dampak positif tersendiri, selain membantu perekonomian secara umum *e-commerce* memiliki beberapa manfaat, baik itu organisasi, perusahaan dan masyarakat itu sendiri. Menurut Suyanto (2003) *e-commerce* memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi organisasi pemilik *e-commerce*:
 - a. Memperluas *marketplace* hingga ke pasar nasional dan internasional.
 - b. Dengan *capital outlay* (pembiayaan modal) yang minim sebuah perusahaan dapat dengan mudah menemukan lebih banyak pelanggan, *supplier* yang lebih baik dan partner bisnis yang paling cocok dari seluruh dunia.
 - c. *E-commerce* menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan, dan pencarian informasi yang menggunakan kertas.
2. Bagi konsumen memiliki manfaat:
 - a. *E-commerce* memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi.
 - b. *E-commerce* memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan, mereka bisa memilih berbagai produk dan banyak vendor,
 - c. *E-commerce* menyediakan produk dan jasa yang tidak mahal kepada pelanggan dengan cara mengunjungi banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat.
 - d. Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi harian atau minggu.
3. Manfaat bagi masyarakat:
 - a. *E-commerce* memungkinkan orang untuk bekerja didalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini berakibat menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.
 - b. *E-commerce* memungkinkan orang di negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang susah mereka dapatkan tanpa bantuan *e-commerce*.

2.10.3. Indikator *E-Commerce*

Pengguna *E-commerce* dapat mempercepat konsumen untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan harganya, seperti yang dijelaskan oleh Abdi (2022) indikator yang dinyatakan dalam *e-commerce* adalah:

1. Kualitas Sistem

Terkait dengan internet, pengukuran sistem *e-commerce* sesuai dengan manfaat, tersedia barang, mampu beradaptasi, dan waktu untuk melakukan respon.

2. Kualitas atau keakuratan informasi

Ketika melihat konten dari *e-commerce*, jaringan isi dari konten sudah dipersonalisasi, mudah dimengerti, relevan, aman pada saat calon pembeli memulai melakukan transaksi dengan internet.

3. Kualitas atau Mutu Pelayanan

Dukungan total untuk melakukan layanan terlepas dari penyedia layanan internet.

4. Pemanfaatan

Diukur mulai dari kunjungan ke situs web untuk informasi dan pelaksanaan transaksi.

5. Kepuasan Pengguna

Terkait pengukuran terhadap komentar konsumen pada model *e-commerce* dan dapat menjangkau pada semua pelanggan saat membeli, membayar, dan menerima produk.

6. Manfaat

Sangat diperlukan dan menjadi penting bagi penjual untuk menilai baik atau buruk dari pelayanan yang telah diberikan dan apakah mempunyai dampak positif atau negatif dari *e-commerce* yang telah dimanfaatkan oleh konsumen, pemasok, karyawan, organisasi, pasar, dan industri.

Sedangkan menurut Annisa (2021) menyebutkan terdapat 3 (tiga) indikator yang dinyatakan dalam *e-commerce* yaitu:

1. Efisiensi Biaya Pengeluaran

Merupakan strategi perusahaan dengan cara meminimalkan biaya.

2. Reputasi

Informasi terkait *e-commerce* sangat dibutuhkan, jika tidak ada informasi yang terkait dengan *e-commerce* secara terperinci konsumen akan menggunakan reputasi untuk menilai *e-commerce* tersebut.

3. Kemudahan dalam Berbisnis *Online*

Niat untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce* adalah ukuran tingkat kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dalam hal ini adalah bertransaksi menggunakan *e-commerce*, dalam artian bertransaksi secara *online*.

2.11. Akuntansi

2.11.1. Pengertian Akuntansi

American Accounting Association dalam Soemarso (2018:5) mendefinisikan “Akuntansi sebagai proses mengidentifikasi, mengukur dan melaporkan informasi ekonomi untuk memungkinkan adanya penilaian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi mereka yang menggunakan informasi tersebut.”Definisi ini mengandung beberapa pengertian, yakni:

1. Kegiatan Akuntansi, Bahwa akuntansi merupakan proses yang terdiri dari identifikasi, pengukuran, dan pelaporan informasi ekonomi.
2. Kegunaan Akuntansi, Bahwa informasi ekonomi yang dihasilkan oleh akuntansi diharapkan berguna dalam penilaian pengambilan keputusan mengenai kesatuan usaha yang bersangkutan

2.11.2. Pengakuan Akuntansi

Menurut Nolviana (2020) Pengakuan pendapatan (*recognition*) merupakan proses penentuan apakah suatu pos yang memenuhi definisi unsur dinyatakan neraca atau laporan laba rugi komprehensif. Pengakuan menentukan waktu atau saat suatu pos akan disajikan sehingga membawa konsekuensi pencatatan atas transaksi tersebut harus dilakukan. Pos yang memenuhi definisi suatu unsur laporan keuangan harus diakui jika:

1. Ada kemungkinan bahwa manfaat ekonomi yang berkaitan dengan pos tersebut akan mengalir dari atau ke dalam entitas; dan
2. Pos tersebut mempunyai nilai atau biaya yang dapat diukur dengan andal. Di dalam akuntansi dasar ada dua macam basis akuntansi yang digunakan secara luas, di antaranya sebagai berikut:
 - a. Akuntansi dasar akrual (*accrual basis of accounting*) sebagian besar perusahaan menggunakan akuntansi dasar akrual (*accrual basis of accounting*), mengakui pendapatan ketika dihasilkan dan mengakui sebagai beban periode terjadinya, tanpa memperlihatkan waktu penerimaan atau pembayaran kas.
 - b. Akuntansi dasar kas (*cash basis of accounting*) mengakui pendapatan belum boleh diakui sampai dengan memperoleh kepastian mengenai kas yang akan diterima meskipun barang telah diserahkan.

2.12. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.12.1. Penelitian Sebelumnya

Berikut beberapa hasil penelitian sebelumnya yang relevan guna memperjelas konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	(Aufa Yudhistira, 2021) Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Pada <i>Online Marketplace</i> Tokopedia	Pajak Pertambahan Nilai (X) <i>Marketplace</i> Tokopedia (Y)	Pajak Pertambahan Nilai	Kualitatif deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan Tokopedia mendapatkan penghasilan dari fitur premium yang digunakan <i>merchant</i> , merupakan peristiwa terutang PPN
2.	(Primandita Fitriandi, 2020) Pemajakan Atas Transaksi Melalui <i>Online Marketplace</i>	Pemajakan transaksi (X) <i>Marketplace</i> (Y)	Pajak Pertambahan Nilai	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyedia platform <i>marketplace</i> untuk menjadi pemotongan final sebesar 0,5

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					persen
3.	(Afrizal Tahar,2020) Penaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha dalam transaksi <i>Online (E-commerce)</i> Studi Pengusaha online di Yogyakarta	Penaan Pajak Penghasilan (X) Pengusaha <i>Online (E-commerce)</i> (Y)	Penaan Pajak Penghasilan	Studi Kasus	Hasil Penelitian Menunjukan bahwa para pengusaha <i>E-commerce</i> setuju dengan diterapkannya pajak penghasilan
4.	(Muhammad Najib Ridho, 2021) Penaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Pada Transaksi <i>E-commerce</i>	Penaan PPN (X) Transaksi <i>E-commerce</i> (Y)	Penaan Pajak Penghasilan	Studi Kasus	Hasil menunjukan bahwa Pajak Pertambahan Nilai dipungut di tempat asal barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Sedangkan berdasarkan prinsip tempat tujuan, Pajak Pertambahan Nilai dipungut di tempat barang atau jasa dikonsumsi.
5.	(Ali Sandy Mulya dan Syaron Vania Agatha, 2020). Apakah Pajak Pertambahan Nilai Atas Transaksi <i>E-Commerce</i> Dapat Diterapkan Di Indonesia	Pajak Pertambahan Nilai (X) Transaksi <i>E-Commerce</i> Di Indonesia	Pajak Pertambahan Nilai (PPN)	Kuesioner	Hasil dari Penelitian <i>International Cross Border</i> berpengaruh terhadap variabel penerapan PPN. Sedangkan variabel Identitas dan Penegakan Hukum tidak berpengaruh terhadap variabel Penerapan PPN
6.	(Suparna Wijaya dan Adam Panchar Nirvana, 2021) Pajak Pertambahan Nilai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Studi kasus pada PT. Shopee Internasional Indonesia	Pajak Pertambahan Nilai (X) Perdagangan sistem elektronik (Y)	Pajak Pertambahan Nilai	Deskriptif Kualitatif	Hasil Penelitian ini menunjukan bahwa PT Shopee International Indonesia wajib melakukan pemungutan PPN PMSE atas penjualan jasadn barang digital oleh penjual yang berkedudukan di luar daerah pabean yang melakukan penjualan melalui <i>marketplace</i>

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					milik PT Shopee International Indonesia
7.	(Posma Leonardo dan Cheistine Tjen, 2020). Penerapan Ketentuan Perpajakan pada Transaksi <i>E-Commerce</i> pada Platform <i>Marketplace</i>	Perpajakan (X) Transaksi (Y)	Perpajakan	Mixed-Method	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan tidak melakukan penerapan atau ketentuan khusus bagi pengguna aplikasi Bukalapak, hal tersebut mengacu pada sistem perpajakan yang dilakukan di Indonesia yaitu <i>self assessment</i> .
8.	(Martina Coo Mogi, 2021) Potensi Dan Hambatan Dalam Pengenaan Pajak Penghasilan Dan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Usaha Berbasis Online (<i>E-Commerce</i>) Di Indonesia	Pengenaan Pajak Penghasilan (X) Usaha <i>Marketplace</i> (Y)	Pajak Pertambahan Nilai	Yuridis Normatif	Hasil dari penelitian ini adalah Terdapat beberapa faktor-faktor penghambat pemungutan Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai terhadap Transaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia dapat dilihat dari faktor kesadaran pelaku usaha online dalam membayar pajak yang masih rendah, lemahnya Peraturan yang mengatur.
9.	(Elsa Kusuma Indriyani dan Umahda Khori Furqon 2021) Analisis Penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Atas Transaksi <i>E-Commerce</i> Pada Platform <i>Marketplace</i> PT. Bukalapak	Penerapan Pajak Pertambahan Nilai (X) Trnasaksi <i>E-commerce</i> pada Bukalapak (Y)	Pajak Pertambahan Nilai	<i>Mixed Method</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penerapan SE-62/PJ/2013 belum cukup berhasil memaksimalkan pajak atas transaksi <i>E-Commerce</i> karena kurangnya pengetahuan perpajakan atas kewajiban perpajakannya menyebabkan kurang berhasil dalam memaksimalkan

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					pembayaran pajak atas transaksi <i>E-commerce</i> .
10.	(Lodang Prananta Widya Sasana, 2019) Analisis Penerapan Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai Atas Transaksi <i>E-commerce</i> pada Direktorat Jendral Pajak	Penerapan Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai (X) Transaksi <i>E-Commerce</i> pada Direktorat Jendral Pajak (Y)	Pajak Pertambahan Nilai	Studi Kasus	Hasil Penelitian, menunjukkan Undang-Undang yang belum menjelaskan dan kepastian tentang kewajiban OON sesuai dengan sistem <i>self assessment</i> .

Relevansi dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis:

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian “Pengenaaan Pajak Pertambahan Nilai Pada *Online Marketplace Tokopedia*” oleh Aufa Yudhistira (2021), terdapat pada metode data yang digunakan yaitu metode Kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan Aufa Yudhistira (2021) terdapat pada objek *marketplace* yang diteliti.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian “Pemajakan Atas Transaksi Melalui *Online Marketplace*” oleh Primandita Fitriandi (2020), terdapat pada metode data yang digunakan yaitu metode Kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan Primandita Fitriandi (2021) terdapat pada objek *marketplace* yang diteliti.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian “Pengenaaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha dalam Transaksi *Online (E-commerce)* Studi Kasus Pengusaha *Online* di Yogyakarta” oleh Afrizal Tahar (2020), terdapat pada Variabel yang digunakan. Sedangkan perbedaannya adalah metode penelitian yang digunakan.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian “Pengenaaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada Transaksi *E-Commerce*”, oleh Muhammad Najiv Ridho (2021), terdapat pada Variabel yang digunakan. Sedangkan perbedaannya adalah metode penelitian yang digunakan.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian “Apakah Pajak Pertambahan Nilai Atas Transaksi *E-commerce* Dapat Diterapkan di Indonesia”, oleh Ali Sandy Mulya dan Syaron Vania Aghata (2020), terdapat pada Variabel yang digunakan. Sedangkan perbedaannya adalah metode penelitian yang digunakan.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian “Pajak Pertambahan Nilai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Studi Kasus PT. Shopee internasional)”

oleh Suparna Wijaya dan Adam Oanchar Nirvana (2021), terdapat pada metode data yang digunakan yaitu metode Kualitatif deskriptif dan objek yang diteliti. Sedangkan perbedaannya adalah variabel yang digunakan.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian “Penerapan Ketentuan Perpajakan pada Transaksi *E-Commerce* pada *Platform Marketplace*” oleh Posma Leonardo dan Cheistine Tjen (2020) variabel yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada metode penelitian yang digunakan.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian “Potensi Dan Hambatan Dalam Pengenaan Pajak Penghasilan Dan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Usaha Berbasis *Online (E-Commerce)* Di Indonesia” oleh Martina Coo Mogi (2021) variabel yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada metode penelitian yang digunakan.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian “Analisis Penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Atas Transaksi *E-Commerce* Pada Platform *Marketplace* PT. Bukalapak” oleh Elsa Kusuma Indriyani dan Umahda Khori Furqon (2021). variabel yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada metode penelitian yang digunakan.

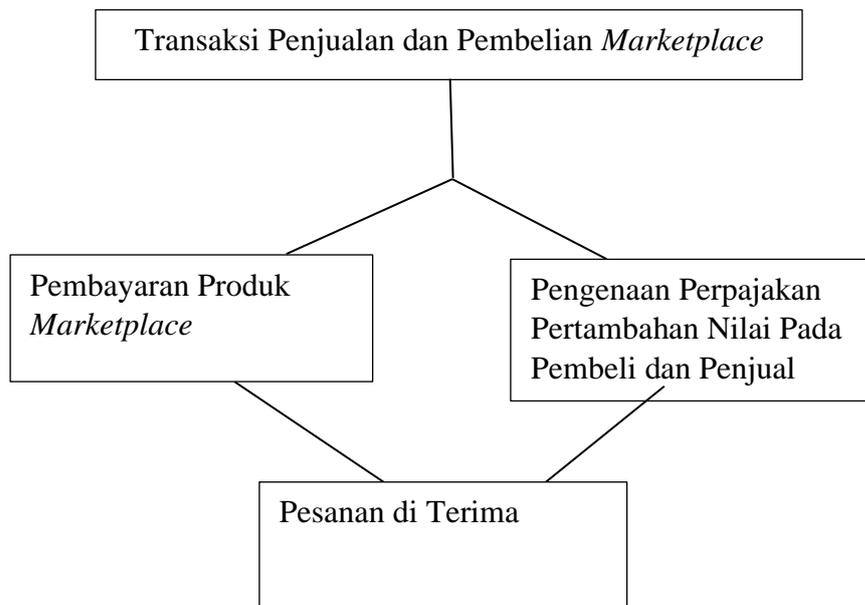
Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian “Analisis Penerapan Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai Atas Transaksi *E-commerce* pada Direktorat Jendral Pajak”, oleh Lodang Prananta Widya Sasana (2019), terdapat pada Variabel. Perbedaannya adalah metode penelitian yang digunakan.

2.12.2. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, sebelum para pelaku usaha me,promosikan produknya terlebih dahulu untuk mendaftarkan diri sebagai penjual atau *seller* dalam *marketplace*, dengan persyaratan persyaratan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha *marketplace*, sehingga pelaku usaha sudah mulai bisa jual produknya di *marketplace*.

Pembayaran pembelian produk yang dibeli oleh pembeli memiliki beberapa metode pembayaran seperti debit, *Cash On Delivery*, shopeepay, shopeepay letter dan lainnya, dengan beberapa macam pemilihan metode pembayaran. Pembeli dapat memilih metode yang mereka inginkan dengan ketentuan dan rincian yang harus dibayarkan berbeda beda antara metode satu dengan lainnya. Dalam rincian pembayaran dalam *seller* terdapat pajak pertambahan nilai yang dicantumkan oleh pihak *marketplace* sehingga secara tidak langsung pembeli atau penjual membayar pajak pertambahan nilai.

Setelah barang diterima pembeli, langkah selanjutnya penjual baru bisa mencairkan dana pembelian produk tersebut, sehingga dalam hal ini penjual harus menunggu pembeli sampai produk tersebut sampai ditangan pembeli, setelah itu terdapat beberapa rincian pembayaran dan pendapatan yang diberikan oleh pihak *marketplace*.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, dengan metode studi kepustakaan, metode yang dilaksanakan dengan cara mempelajari sejumlah literatur berupa kajian pustaka, buku, jurnal, berita di media massa dan lainnya untuk memperoleh dasar teoritis mengenai penelitian.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah pengenaan pajak pertambahan nilai pada online *marketplace* shopee.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah organisasi, karena penelitian ini mengenai suatu organisasi atau perusahaan.

Lokasi Penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah melakukan penelitian untuk memperoleh data yang berasal. Lokasi penelitian yang dijadikan tempat penelitian *marketplace* shopee.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data deskriptif kualitatif, yang dimana riset kualitatif memakai fakta dan fenomena yang didapat melalui data data yang tersedia.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, tetapi diperoleh dari penyedia data seperti: informasi tertulis mengenai kondisi perusahaan maupun laporan atau dokumen-dokumen perusahaan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Penjabaran masing masing variabel ke dalam indikator, ukuran dan skala data dapat ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Pajak Petambahan Nilai	Pengenaan pajak pertambahan nilai pada barang yang dijual dan dibeli	Transaksi pembelian pada shopee	Nominal

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah dengan data sekunder, yakni data yang telah ada dan dipublikasi sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian dengan cara mendownload dari website.

3.6. Metode Pengolahan / Analisis Data

Analisis data merupakan bagian terpenting dalam sebuah penelitian. Analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah yang tentang sebuah penelitian. Berikut merupakan analisis data yang akan digunakan didalam penelitian ini:

1. Mengumpulkan data yang berhubungan dengan penelitian secara keseluruhan.
2. Melakukan reduksi dan klasifikasi data yang tersedia.
3. Menganalisis pengenalan perpajakan atas transaksi penyerahan barang di shopee.
4. Menganalisis pencatatan yang dilakukan shopee dari kegiatan transaksi penjualan sebagai pendapatan.
5. Menarik kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

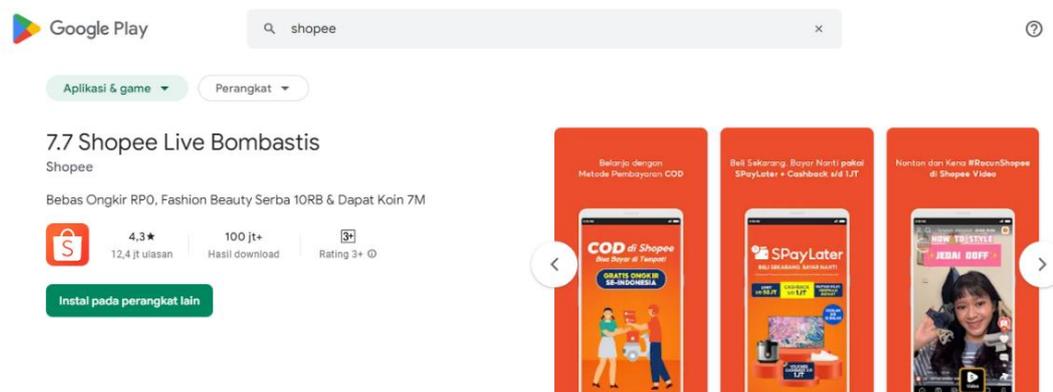
4.1.1. Profil Perusahaan Shopee

PT Shopee *International* merupakan anak perusahaan SEA Group yang dulu dikenal dengan nama Garena yang berpusat di Singapura, tahun 2015 Shopee diluncurkan di 7 (tujuh) pasar di berbagai negara yaitu, Singapore, Malaysia, Indonesia, Thailand, Taiwan, Vietnam dan Philipines, hingga saat ini Shopee sudah tersebar di berbagai negara seperti Brazil, China, Jepang, Meksiko, Korea Selatan, Taipei.

Masuknya Shopee ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan baru beroperasi pada akhir bulan Juni 2015, di Indonesia sendiri kantor operasional Shopee sudah tersebar di berbagai wilayah Indonesia yaitu, Jakarta, Bandung, Bekasi, Medan, Solo dan Yogyakarta.

Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* C2C yang berbasis *E-commerce* untuk memudahkan para penggunanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka *website* melalui perangkat komputer, dari tahun ketahun Shopee gencar memperbaharui sistem kerjanya dan menawarkan fitur-fitur menarik di dalamnya.

Shopee juga hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru, memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengantaran logistik yang *terintegritas*, hingga saat ini dalam *Google Playstore* Shopee sudah di *download* dalam 100 juta lebih pengguna.



Gambar 4. 1 Jumlah *Download* Aplikasi Shopee pada *Playstore*

Pada halaman awal pengguna akan disambut dengan 21 kategori yang tersedia di Shopee, yaitu pakaian wanita, pakaian pria, sepatu wanita, sepatu pria, tas, *fashion* muslim, aksesoris *fashion*, kecantikan dan kesehatan, jam tangan, *gadget*, perlengkapan olahraga, hobi dan mainan, perlengkapan bayi dan anak, perlengkapan rumah, elektronik, komputer dan aksesoris, makanan dan minuman, *voucher*, fotografi, otomotif, serba seribu, murah lebay dan serba serbi yang di dalamnya terdapat camilan dan dekorasi rumah.

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan Shopee

Visi dan misi merupakan hal *fundamental* bagi perusahaan, visi dan misi dikaitkan dengan jati diri serta identitas perusahaan. Secara *internal*, visi dan misi akan menentukan arah bisnis, menetapkan tujuan jangka panjang, dan mewujudkan apa yang telah ditetapkan sebelumnya. Shopee merupakan perusahaan besar dan memiliki visi dan misi perusahaan.

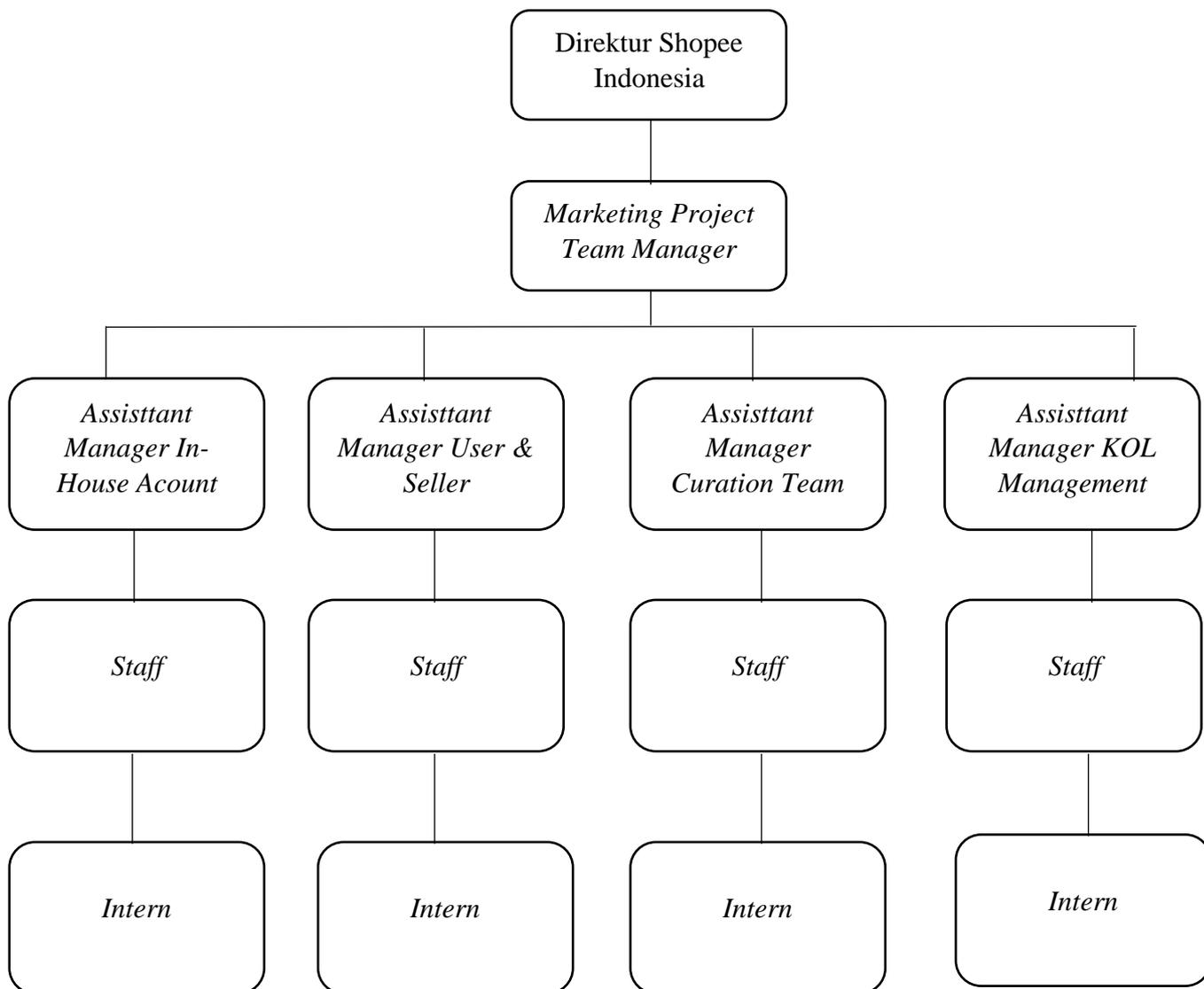
Visi dari shopee yaitu : “ Menjadi *Mobile Marketplace* Nomor 1 di Indonesia”.

Kemudian untuk mewujudkan visi tersebut, shopee menetapkan misi sebagai apa yang dilakukan untuk mencapai visi perusahaan, misi shopee yaitu: “Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan Bagi Para Penjual di Indonesia”.

Dalam web shopee *careers* menyebutkan tujuan dari shopee merupakan, percaya pada kekuatan transformatif dari teknologi dan ingin mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan platform untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas.

4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan Shopee

Pada sebuah perusahaan, manajemen organisasi yang baik menjadi faktor yang bisa melandasi kesuksesan sebuah perusahaan seperti pada struktur organisasi perusahaan Shopee. Adanya struktur yang jelas akan mempermudah operasional perusahaan karena bisa untuk mendefinisikan peran dan tanggung jawabnya dengan lebih jelas. Handhika Wiguna Jahja dalam struktur organisasi perusahaan Shopee menduduki jabatan sebagai Direktur dan menjadi pimpinan Shopee Indonesia. Berikut struktur organisasi perusahaan Shopee Indonesia:



Sumber: Shopee, (Diolah penulis, 2023)

Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Shopee

Shopee Indonesia dipimpin oleh Handhika Wiguna Jahja sebagai direktur, lalu tim *marketing* sebagai *marketing project team manager* yang mengepalari empat tim, yaitu *tim in-house account* dan *user and seller*, serta tim *curation* dan *kol management*.

Shopee *Feed* memiliki divisi, yaitu divisi *curation*, *key opinion leader management*, *user and seller*, dan *in-house account*, divisi *curation*, yang merupakan divisi bertugas untuk mengatur dan mengelola tampilan (*Front End*) di tab shopee *feed* agar mendapatkan peningkatan interaksi dan *engagement* dari *user* shopee sehingga dengan meningkatnya interaksi dan *engagement* diharapkan *user* menghabiskan waktu lebih lama dalam aplikasi yang nantinya berakhir melakukan pembelian dalam aplikasi. Tampilan *front end* shopee *feed*, atau tampilan akhir yang dilihat ketika *user* membuka aplikasi shopee, memiliki beberapa tab atau kategorisasi, yaitu *timeline*, *explore*, *fashion*, *beauty*, *gadget*, *new normal*, *voucher*,

terbaru, dan promo. Kemudian, tim *curation* juga bertugas juga dalam membuat perencanaan tampilan (*Front End*).

Divisi KOL (*Key Opinion Leader*) *Management* memiliki tujuan untuk mengedukasi dan mengaktivasi user dan calon *user* shopee melalui para KOL atau *key opinion leader*. Selain itu, mereka juga selalu menjaga dan mempertahankan hubungan baik perusahaan dengan para KOL dengan melakukan beberapa *gathering*.

Divisi *User and Seller* bertugas untuk mengedukasi para *seller* baru maupun lama untuk lebih mudah dalam berjualan dan mempromosikan produknya, juga membuat strategi seperti *competition* untuk para *seller* dan *user* agar dapat meningkatkan penggunaan shopeefeed dan juga meningkatkan partisipasi beberapa *campaign* yang dibuat oleh *marketing project*. Kemudian, divisi *in-house account* memiliki tugas untuk mengelola konten *in-house account* yang termasuk di dalam shopee *feed* seperti shopee.id, shopee *fashion*, shopee *for men*, shopee kpop, shopee *beauty*, dan lainnya.

4.2 Tinjauan Pendapatan, beban dan Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Pada Shopee

Pada dasarnya shopee menyediakan platform *online marketplace* secara gratis, *merchant* dapat membuka toko tanpa dipungut biaya tetapi *online marketplace* menarik biaya penjualan dan biaya administrasi dari *merchant* untuk masuk kedalam pendapatan *marketplace*.

1. Penjual akan dikenakan biaya administrasi

Shopee memiliki beberapa kategori produk dalam menentukan tarif biaya administrasi yang diberlakukan, seperti:

- a. Kategori A berupa, *fashion*, elektronik (kelistrikan), kebutuhan sehari-hari, aksesoris handphone, olahraga dan *outdoor*, otomotif, kesehatan
- b. Kategori B meliputi, elektronik (peralatan elektronik, media player, konsol game, kamera, peralatan komputer).
- c. Kategori C meliputi, obat-obatan, makan dan minuman, kebutuhan hewan peliharaan
- d. Kategori D meliputi, aksesoris fashion, alat alat rumah tangga
- e. Kategori E meliputi, Elektronik (aksesoris komputer), perlengkapan rumah.

Shopee memiliki 2 (dua) kategori terhadap *seller* yang terdaftar, yaitu

- a. *seller non-star* dan *seller star*, perbedaannya terdapat pada lamanya waktu *seller* berjualan, jumlah pesanan yang masuk dan saldo penjualan, untuk *seller non-star* merupakan *seller* yang baru memulai berjualan di *marketplace* shopee dan belum memiliki pencapaian pesanan minimal 50 pesanan.
- b. *seller star* merupakan *seller* yang sudah memiliki pendapatan bersih 60jt dalam 30 terakhir dalam *marketplace* shopee.

Dalam hal ini *seller* tidak bisa memilih apakah tokonya menjadi *non-star* atau *star* karena untuk mendapatkan dan memilih dua kategori *seller* tersebut dilakukan secara otomatis oleh pihak *marketplace* shopee, berikut penjabaran tarif biaya administrasi dalam *marketplace* shopee :

1. *Seller Non-star*, *seller non-star* dikenakan biaya administrasi apabila telah mencapai minimal 50 total pesanan terselesaikan sejak bergabung di shopee, dengan tarif:

Tabel 4. 1 Biaya Administrasi *Non-star*

Kategori	Biaya Administrasi Dasar <i>Non-Star</i>	Biaya Administrasi Final <i>Non-Star</i>
Kategori A	5%	4%
Kategori B Dan C	3,2%	3,2%
Kategori D Dan E	2,8%	2,8%

Sumber: Shopee (Diolah penulis , 2023)

Perhitungan biaya administrasi yang diterapkan oleh online *marketplace* shopee, biaya administrasi = (Harga asli produk – Diskon produk dan/atau voucher diskon ditanggung penjual).

Tabel 4. 2 Biaya Administrasi *Non-star* Produk A

Biaya Administrasi <i>Seller Non-Star</i> Produk A	
Produk I	
Harga Asli Produk (Kategori A)	Rp 100.000
Diskon Penjual	Rp 8.000
Voucher Diskon Penjualan	Rp 8.000
Total Pembayaran Pembeli	Rp 84.000
Biaya Administrasi Penjualan <i>Non-star</i> (4,0% x Rp84.000)	Rp 3.360

Sumber: Shopee (Diolah penulis, 2023)

Hasil dari perhitungan di atas untuk kategori produk A *seller non-star* yang termasuk kedalam, *fashion*, elektronik (kelistrikan), kebutuhan sehari-hari, aksesoris handphone dan lainnya dikenakan tarif biaya administrasi sebesar 4,0% dengan nominal Rp3.360 untuk satu kali transaksi yang dilakukan oleh pembeli .Biaya administrasi akan secara otomatis dipotong oleh shopee dari dana penjualan *seller* ketika pembeli menerima barang dari kurir dan memberikan keterangan pesanan diterima pada aplikasi shopee.

Tabel 4. 3 Biaya Administrasi *Non-star* Produk B&C

Biaya Administrasi <i>Seller Non-Star</i> Produk B&C	
Produk II	
Harga Asli Produk (Kategori B&C)	Rp 120.000
Diskon Penjual	Rp 6.000
Voucher Diskon Penjualan	Rp 6.000
Total Pembayaran Pembeli	Rp 108.000
Biaya Administrasi Penjualan <i>Non-star</i> (3,2% x Rp108.000)	Rp 3.456

Sumber: Shopee (Diolah penulis,2023)

Hasil dari perhitungan di atas untuk kategori produk B&C *seller non-star* yang termasuk kedalam, elektronik (peralatan elektronik, media *player*, konsol *game*, kamera, dan peralatan komputer) dikenakan tarif biaya administrasi sebesar 3,2% dengan nominal Rp3.456 untuk satu kali transaksi yang dilakukan oleh pembeli. Biaya administrasi akan secara otomatis dipotong oleh shopee dari dana penjualan *seller* ketika pembeli menerima barang dari kurir dan memberikan keterangan pesanan diterima pada aplikasi shopee.

Tabel 4. 4 Biaya Administrasi *Non-star* Produk D&E

Biaya Administrasi <i>Seller Non-Star</i> Produk D&E	
Produk III	
Harga Asli Produk (Kategori B&C)	Rp 8 0.000
Diskon Penjual	Rp 5.000
Voucher Diskon Penjualan	Rp 5.000
Total Pembayaran Pembeli	Rp 70.000
Biaya Administrasi Penjualan <i>Non-star</i> (2,8% x Rp70.000)	Rp 1.960

Sumber: Shopee (Diolah penulis, 2023)

Hasil dari perhitungan di atas untuk kategori produk D&E *seller non-star* yang termasuk kedalam, obat-obatan, makanan dan minuman kebutuhan hewan peliharaan, dan perlengkapan rumah tangga dikenakan tarif biaya administrasi sebesar 2,8% dengan nominal Rp1.960 untuk satu kali transaksi yang dilakukan oleh pembeli. Biaya administrasi akan secara otomatis dipotong oleh shopee dari dana penjualan *seller* ketika pembeli menerima barang dari kurir dan memberikan keterangan pesanan diterima pada aplikasi shopee.

2. *Seller Star*, untuk menjadi *seller star* para *merchant* harus memiliki penilaian toko 4.4 bintang, mendapatkan pembeli dan transaksi yang berbeda dalam 30 hari, pendapatan bersih 20jt dalam 30 hari terakhir dan persentase keaktifan toko sebesar 60%.Penjual yang tergabung dalam *seller star* dikenakan biaya administrasi, sebagai berikut :

Tabel 4. 5 Biaya Administrasi *Star*

Kategori	Biaya Administrasi Dasar <i>Star</i>	Biaya Administrasi Final <i>Star</i>
Kategori A	5,88%	4,7%
Kategori B Dan C	4%	4%
Kategori D Dan E	3,3%	3,3%

Sumber: Shopee (diolah penulis, 2023)

Perhitungan biaya administrasi yang di terapkan oleh online *marketplace* shopee, biaya administrasi = (Harga asli produk – Diskon produk dan/atau *voucher* diskon ditanggung penjual).

Tabel 4. 6 Biaya Administrasi *Star* Produk A

Biaya Administrasi <i>Seller Star</i> Produk A	
Produk I	
Harga Asli Produk (Kategori A)	Rp 180.000
Diskon Penjual	Rp 9.000
Voucher Diskon Penjualan	Rp 9.000
Total Pembayaran Pembeli	Rp 162.000
Biaya Administrasi Penjualan <i>Non-star</i> (4,7% x Rp162.000)	Rp 7.614

Sumber: Shopee, (diolah penulis, 2023)

Dari perhitungan diatas merupakan untuk kategori produk A seller star yang termasuk kedalam, fashion, elektronik (kelistrikan), kebutuhan sehari-hari, aksesoris handphone dan lainnya kenakan tarif biaya administrasi sebesar 4,7% dengan nominal Rp7.614 untuk satu kali transaksi yang dilakukan oleh pembeli. Biaya administrasi akan secara otomatis dipotong oleh shopee dari dana penjualan *seller* ketika pembeli menerima barang dari kurir dan memberikan keterangan pesanan diterima pada aplikasi shopee.

Tabel 4. 7 Biaya Administrasi *Star* Produk B&C

Biaya Administrasi <i>Seller Star</i> Produk B&C	
Produk II	
Harga Asli Produk (Kategori B&C)	Rp 95.000
Diskon Penjual	Rp 3.000
Voucher Diskon Penjualan	Rp 3.000
Total Pembayaran Pembeli	Rp 89.000
Biaya Administrasi Penjualan <i>Non-star</i> (4,0% x Rp89.000)	Rp 3.560

Sumber: Shopee (Diolah penulis, 2023)

Hasil dari perhitungan di atas untuk kategori produk B&C *seller star* yang termasuk kedalam, elektronik (peralatan elektronik, media *player*, konsol *game*,

kamera, dan peralatan komputer) dikenakan tarif biaya administrasi sebesar 4,0% dengan nominal Rp3.560 untuk satu kali transaksi yang dilakukan oleh pembeli. Biaya administrasi akan secara otomatis dipotong oleh shopee dari dana penjualan *seller* ketika pembeli menerima barang dari kurir dan memberikan keterangan pesanan diterima pada aplikasi shopee.

Tabel 4. 8 Biaya Administrasi *Star* Produk D&E

Biaya Administrasi <i>Seller Star</i> Produk D&E		
Produk III		
Harga Asli Produk (Kategori D&E)	Rp	117.000
Diskon Penjual	Rp	6.000
Voucher Diskon Penjualan	Rp	6.000
Total Pembayaran Pembeli	Rp	105.000
Biaya Administrasi Penjualan <i>Non-star</i> (3,3% x Rp105.000)	Rp	3.465

Sumber: Shopee, (diolah penulis, 2023)

Hasil dari perhitungan di atas untuk kategori produk D&E *seller star* yang termasuk kedalam, obat-obatan, makanan dan minuman kebutuhan hewan peliharaan, dan perlengkapan rumah tangga dikenakan tarif biaya administrasi sebesar 3,3% dengan nominal Rp3.465 untuk satu kali transaksi yang dilakukan oleh pembeli. Biaya administrasi akan secara otomatis dipotong oleh shopee dari dana penjualan *seller* ketika pembeli menerima barang dari kurir dan memberikan keterangan pesanan diterima pada aplikasi shopee.

Shopee juga memiliki fitur biaya layanan penjual untuk program *cashback* XTRA dan gratis ongkir XTRA, yang dimana ini merupakan biaya yang dibebankan oleh shopee untuk layanan yang disediakan kepada penjual yang terdaftar ke dalam program, biaya layanan akan dikenakan untuk semua pesanan yang terselesaikan baik yang menggunakan *voucher cashback* XTRA atau yang tidak memakai voucher. Biaya layanan berbeda-beda tergantung tipe penjual dan program yang diikuti,

1. *Merchant Non-Star*

Untuk perhitungan biaya layanan penjual dalam fitur gratis ongkir dan *cashback* untuk *merchant* yang terdaftar sebagai *non-star* sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Biaya Layanan Penjual Produk I kategori A

Biaya Layanan Penjual Produk I Kategori A		
Biaya Produk I (Kategori A)		
Harga Asli Produk I	Rp	100.000
Diskon Penjual	Rp	2.000
Voucher Diskon Penjualan	Rp	10.000
Total Pembayaran Pembeli	Rp	88.000
Biaya Administrasi Penjualan <i>Non-star</i> (4,0 x Rp88.000)	Rp	3.520

Biaya Layanan <i>Cashback</i> XTRA (2% x Rp88.000)	Rp.	1.760
Diskon Biaya layanan <i>Cashback</i> XTRA (30% x Rp1.760)	Rp.	528
Total Biaya Layanan <i>Cashback</i> yang Dikenakan ke Penjual Setelah diskon	Rp.	1.232

Sumber: shopee (diolah penulis, 2023)

Hasil dari perhitungan untuk produk I kategori A *seller non-star* yang termasuk kedalam, *fashion*, elektronik (kelistrikan), kebutuhan sehari-hari, aksesoris handphone dan lainnya, yang di kenakan untuk biaya administrasi sebesar 4,0%, untuk biaya layanan *cashback* sebesar 2% dan diskon biaya layanan *cashback* sebesar 30%.Biaya yang terlampir pada faktur pembeli sebesar Rp88.000, sedangkan pada faktur *merchant* terdapat biaya biaya lainnya sebesar Rp.1.232.

Tabel 4. 10 Biaya Layanan Penjual Produk II Kategori B/C

Biaya Layanan Penjual Produk II Kategori B/C		
Biaya Produk II (Kategori B/C)		
Harga Asli Produk II	Rp	500.000
Diskon Penjual	Rp	2.000
Voucher Diskon Penjualan	Rp	10.000
Total Pembayaran Pembeli	Rp	488.000
Biaya Administrasi Penjualan <i>Non-star</i> (3,2 x Rp488.000)	Rp	15.616
Biaya Layanan <i>Cashback</i> XTRA (2% x Rp488.000)	Rp.	9.760
Diskon Biaya layanan <i>Cashback</i> XTRA (30% x Rp9.760)	Rp.	2.928
Total Biaya Layanan <i>Cashback</i> yang Dikenakan ke Penjual Setelah diskon	Rp.	6.832

Sumber: Shopee (diolah penulis, 2023)

Hasil dari perhitungan untuk produk II kategori B/C *seller non-star* yang termasuk kedalam, elektronik (peralatan elektronik, media *player*, konsol *game*, kamera, dan peralatan komputer), biaya administrasi dibebankan kepada *merchant* sebesar 3,2%, untuk biaya layanan *cashback* sebesar 2% dan diskon biaya layanan *cashback* sebesar 30%.Biaya yang terlampir pada faktur pembeli sebesar Rp488.000, sedangkan pada faktur *merchant* terdapat biaya biaya lainnya sebesar Rp6.832.

Tabel 4.11 Biaya Layanan Penjual Produk II Kategori D/E

Biaya Layanan Penjual Produk II Kategori D/E		
Biaya Produk III (Kategori D/E)		
Harga Asli Produk III	Rp	1000.000
Diskon Penjual	Rp	5.000
Voucher Diskon Penjualan	RP	10.000
Total Pembayaran Pembeli	Rp	985.000
Biaya Administrasi Penjualan <i>Non-star</i> (2,8 x Rp985.000)	Rp	27.580
Biaya Layanan <i>Cashback</i> XTRA (2% x Rp985.000)	Rp.	19.700
Diskon Biaya layanan <i>Cashback</i> XTRA (30% x	Rp.	5.910

Rp19.700)	
Total Biaya Layanan <i>Cashback</i> yang Dikenakan ke Penjual Setelah diskon	Rp. 13.790

Sumber : Shopee, diolah oleh penulis 2023

Hasil dari perhitungan untuk produk III kategori D/E *seller non-star* yang termasuk kedalam, obat-obatan, makanan dan minuman kebutuhan hewan peliharaan, dan perlengkapan rumah tangga, tarif untuk biaya administrasi yang dibebankan kepada *merchant* sebesar 2,8%, untuk biaya layanan *cashback* sebesar 2% dan untuk diskon biaya layanan sebesar 30%. Biaya yang terlampir pada faktur pembeli sebesar Rp985.000, sedangkan pada faktur *merchant* terdapat biaya biaya lainnya sebesar Rp5.910.

2. *Merchant Star*

Tabel 4.12 Biaya Layanan Penjual Produk I Kategori A

Biaya Layanan Penjual Produk I Kategori A	
Biaya Produk I (Kategori A)	
Harga Asli Produk I	Rp 250.000
Diskon Penjual	Rp 9.000
Voucher Diskon Penjualan	Rp 11.000
Total Pembayaran Pembeli	Rp 230.000
Biaya Administrasi Penjualan <i>Star</i> (4,7 x Rp230.000)	Rp 10.810
Biaya Layanan <i>Cashback</i> XTRA (2% x Rp230.000)	Rp. 4.600
Diskon Biaya layanan <i>Cashback</i> XTRA (30% x Rp4.600)	Rp. 1.380
Total Biaya Layanan <i>Cashback</i> yang Dikenakan ke Penjual Setelah diskon	Rp. 7.590

Sumber: Shopee (diolah penulis, 2023)

Hasil dari perhitungan untuk produk I kategori A *seller star* yang termasuk ke dalam, *fashion*, elektronik (kelistrikan), kebutuhan sehari-hari, aksesoris handphone dan lainnya, yang dikenakan untuk biaya administrasi sebesar 4,7%, untuk biaya layanan *cashback* sebesar 2% dan diskon biaya layanan *cashback* sebesar 30%. Biaya yang terlampir pada faktur pembeli sebesar Rp230.000, sedangkan pada faktur *merchant* terdapat biaya biaya lainnya sebesar Rp.7.590.

Tabel 4.13 Biaya Layanan Penjual Produk II Kategori B/C

Biaya Layanan Penjual Produk II Kategori B/C	
Biaya Produk II (Kategori B/C)	
Harga Asli Produk II	Rp 700.000
Diskon Penjual	Rp 6.000
Voucher Diskon Penjualan	RP 10.000
Total Pembayaran Pembeli	Rp 684.000
Biaya Administrasi Penjualan <i>Star</i> (4,0 x Rp684.000)	Rp 27.360
Biaya Layanan <i>Cashback</i> XTRA (2% x Rp684.000)	Rp. 13.680
Diskon Biaya layanan <i>Cashback</i> XTRA (30% x Rp12.960)	Rp. 3.888
Total Biaya Layanan <i>Cashback</i> yang Dikenakan ke Penjual Setelah diskon	Rp. 9.792

Sumber: shopee (diolah penulis, 2023)

Hasil dari perhitungan untuk produk II kategori B/C *seller Star* yang termasuk kedalam, elektronik (peralatan elektronik, media *player*, konsol *game*, kamera, dan peralatan komputer), biaya administrasi dibebankan kepada *merchant* sebesar 4,0%, untuk biaya layanan *cashback* sebesar 2% dan diskon biaya layanan *cashback* sebesar 30%. Biaya yang terlampir pada faktur pembeli sebesar Rp684.000, sedangkan pada faktur *merchant* terdapat biaya lainnya sebesar Rp9.792.

Tabel 4.14 Biaya Layanan Penjual Produk II Kategori D/E

Biaya Layanan Penjual Produk II Kategori D/E	
Biaya Produk III (Kategori D/E)	
Harga Asli Produk III	Rp 1.2000.000
Diskon Penjual	Rp 2.000
Voucher Diskon Penjualan	RP 10.000
Total Pembayaran Pembeli	Rp 1.188.000
Biaya Administrasi Penjualan <i>Star</i> (3,3 x Rp1.188.000)	Rp 39.204
Biaya Layanan <i>Cashback</i> XTRA (2% x Rp1.188.000)	Rp. 37.760
Diskon Biaya layanan <i>Cashback</i> XTRA (30% x Rp37.760)	Rp. 11.328
Total Biaya Layanan <i>Cashback</i> yang Dikenakan ke Penjual Setelah diskon	Rp. 12.772

Sumber: shopee (diolah penulis, 2023)

Hasil dari perhitungan untuk produk III kategori D/E *seller star* yang termasuk kedalam, obat-obatan, makanan dan minuman kebutuhan hewan peliharaan, dan perlengkapan rumah tangga, tarif untuk biaya administrasi yang dibebankan kepada *merchant* sebesar 3,3%, untuk biaya layanan *cashback* sebesar 2% dan untuk diskon biaya layanan sebesar 30%. Biaya yang terlampir pada faktur

pembeli sebesar Rp1.888.000, sedangkan pada faktur *merchant* terdapat biaya biaya lainnya sebesar Rp37.760.

Biaya layanan penjual ini sudah termasuk kedalam biaya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sesuai dengan peraturan pemerintah tentang perpajakan yang berlaku, biaya layanan program gratis ongkir XTRA belum termasuk biaya administrasi penjual dan biaya layanan program *cashback* XTRA, biaya layanan ini dipotong secara otomatis saat saldo penjualan masuk ke dalam rekening *merchant*

Dalam hal ini biaya administrasi baik *non-star* atau *star* tidak dikenakan ke dalam diskon produk atau diskon ditanggung penjual, biaya administrasi dipotong secara otomatis melalui sistem shopee saat dana hasil penjualan dilepaskan ke saldo penjual atau saat pembeli mengklik pesanan diterima.

Rincian Penghasilan	
<p>👉 Dana Akan Dilepaskan</p> <p>Pesanan sudah dibayar oleh Pembeli</p> <p>Dana akan dilepaskan jika Pembeli sudah klik "Pesanan Diterima"</p>	
Penghasilan dari Pesanan	Rp197.336
Total Pesanan	Rp162.660
Harga Produk	Rp162.660
Subtotal Ongkos Kirim	Rp51.000
Ongkir Dibayar Pembeli	Rp51.000
Biaya Admin	-Rp16.324
Biaya Administrasi	-Rp7.540
Biaya Layanan	-Rp8.784

Gambar 4.3 Rincian Penghasilan

Dalam gambar terlampir rincian biaya yang dimiliki oleh *merchant star*, terdapat biaya administrasi dan biaya layanan yang ditanggung *merchant* yang akan diterima *merchant* dan *online marketplace* setelah pembeli mengklik pesanan diterima dan dikurangkan secara otomatis oleh pihak *online marketplace*.

Online marketplace shopee juga memiliki biaya penanganan pembeli yaitu biaya yang dikenakan ke pembeli untuk setiap transaksi *checkout* yang berhasil melalui situs atau aplikasi shopee, biaya layanan tidak berlaku untuk transaksi produk digital seperti zakat, donasi.

Biaya penanganan dihitung dari total transaksi dan metode yang dipilih pembeli, rincian tarif metode pembayaran:

Tabel 4. 15 Tarif Metode Pembayaran

Metode Pembayaran	Biaya Penanganan
Kartu Kredit/Debit	0%
Indomart/Alfamart	Rp2.500
Spaylater	1%
Akulaku/Kredivo	1,5%
Cod(Cash On Divelyry)	4%
Cicilan Kartu Kredit (3 Bulan)	2,5%
Cicilan Kartu Kredit (6 Bulan)	3,5%
Cicilan Kartu Kredit (12 Bulan)	6%
Cicilan Kartu Kredit (18 Bulan)	8%
Cicilan Kartu Kredit (24 Bulan)	10% (Pengecualian 1,5% Bank Btn & Bank Mandiri(
Virtual Account	Rp1.000 (Pengecualian 0% Untuk Virtual Account Seabank)
Shopeepay	0%

Sumber: Shopee (diolah penulis, 2023)

Biaya penanganan pembeli termasuk ke dalam pencatatan penerimaan pendapatan shopee untuk tiap transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan akan dipotong secara otomatis melalui sistem *online marketplace* saat dana hasil penjualan dilepas ke saldo penjual sesuai dengan tarif dan pemilihan metode pembayaran yang berlaku. Biaya penanganan ini sudah termasuk kedalam Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sesuai dengan peraturan perpajakan yang sedang berlaku.

4.2.1 Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Shopee

Menurut Lampiran Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*, saat terutang Pajak Pertambahan Nilai adalah pada saat harga atas penyerahan JKP diakui sebagai piutang atau penghasilan, atau pada saat diterbitkan faktur penjualan oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP), sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum dan diterapkan secara konsisten. Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai saat pemesanan barang pembeli dapat melakukan pembelian barang di shopee dengan mudah hanya mencari barang yang diinginkan kemudian melakukan pesanan pembelian, kemudian pembeli hanya mengisi alamat lengkap, jumlah barang yang ingin dibeli, metode pembayaran yang diinginkan dalam transaksi, metode pembayaran yang dipilih oleh pembeli dan jasa kurir yang akan dipilih. Setelah itu pembeli akan menerima rincian pembayaran dan pembeli melakukan pembayaran setelah melakukan pembayaran yang dipilih, pembeli tinggal menunggu barang datang melalui jasa kurir yang dipilih.

Menurut Lampiran Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*, saat terutang Pajak Pertambahan Nilai atas peristiwa pembelian tersebut adalah saat pembayaran diterima oleh penyelenggara *online marketplace*, yaitu shopee, *merchant* dapat mengirim barang kepada pembeli setelah menerima notifikasi pembayaran dari shopee. Oleh karena itu, faktur pembelian wajib dibuat oleh *merchant* saat rincian pembayaran diterima oleh pembeli melalui aplikasi *shopee* *pengenaan* pajak pertambahan nilai saat pengiriman barang ketika *merchant* ingin mengirim barang kepada pembeli, *merchant* tidak bisa menyerahkan sendiri kepada pembeli hal tersebut akan merugikan *merchant* karena membutuhkan waktu, biaya, dan tenaga yang banyak oleh karena itu, *merchant* menggunakan jasa kurir *pengenaan* PPN atas peristiwa tersebut menurut Lampiran Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*, objek PPN atas peristiwa tersebut adalah penyerahan yang dilakukan oleh *online marketplace merchant* kepada pembeli BKP yang berupa penyerahan JKP didalam daerah pabean sehingga peristiwa pengiriman barang melalui kurir merupakan objek PPN sebagaimana Pasal 4 ayat (1) huruf c Undang-Undang PPN 1984 yang sebagaimana telah beberapa kali diubah dalam UU HPP Nomor 7 Tahun 2021, yaitu berupa penyerahan jasa kena pajak di dalam daerah pabean yang dilakukan oleh pengusaha, yaitu penyedia jasa kurir saat terutang PPN atas peristiwa pengiriman barang tersebut adalah saat pembayaran diterima oleh penyelenggara *online marketplace*, dan pajak pertambahan nilai ada pada saat pembeli memilih metode pembayaran yang dipilihnya pada saat melakukan transaksi pembelian sesuai dengan masing-masing tarif metode yang berbeda.

Website shopee menjelaskan tentang biaya layanan pembeli merupakan biaya yang dibebankan kepada pembeli sebesar Rp1.000 untuk setiap transaksi melalui situs atau aplikasi shopee, biaya layanan sudah termasuk biaya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan dibidang perpajakan yang berlaku, biaya layanan pembeli dapat dilihat pada saat pembeli melakukan checkout pesanan dan juga akan terlihat di halaman rincian pesanan, halaman pembayaran pembelian, dan faktur pesanan.

Pembayaran Pembeli		Faktur	
Total Pembayaran Pembeli Rp160.000		Klik tombol untuk mendapatkan faktur pesanan melalui email <input type="button" value="Kirim"/>	
Detail		No. Pesanan: 2210127R4K0Q2D	
Total Pesanan	Rp150.000	Total Pembayaran	Waktu Pembayaran
Ongkos Kirim	Rp9.000	Rp416.100	12/10/22
Voucher Shopee	Rp0	Rincian Pengiriman	Metode Pembayaran
Dapatkan Koin Shopee - 0 Koin	Rp0		SeaBank
Biaya Layanan	Rp1.000	Rincian Pesanan	
		OPL Per Order, Mass Upload - 2	x 1 Rp25.100
		OPL PET - JULY 2021 - RECURRING - D...	x 3 Rp390.000
		Variasi: Putih	
		Subtotal untuk Produk	Rp415.100
		Subtotal Pengiriman - JNE Reguler LPS	Rp9.000
		Biaya Layanan	Rp1.000
		Total Diskon Pengiriman	-Rp9.000
		Total Pembayaran	Rp416.100

Gambar 4. 4 Faktur Pembelian

Dalam gambar terdapat biaya layanan yang dimana disebutkan dalam website shopee termasuk dalam Pajak Pertambahan Nilai sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, biaya layanan ada tiap pembeli melakukan transaksi dalam shopee.

Biaya penanganan merupakan biaya yang dikenakan kepada pembeli untuk setiap *checkout* yang berhasil, biaya penanganan dihitung dari total transaksi, tarif yang dikenakan pada biaya layanan bervariasi tergantung pada metode pembayaran yang dipilih oleh pembeli, biaya penanganan pembeli ini akan dipotong secara otomatis melalui sistem shopee saat dana hasil penjualan dilepaskan ke saldo penjualan, sehingga dana ini sebelum pesanan diterima akan ditahan dalam saldo penjualan sebelum pembeli mengklik barang diterima setelah pembeli mengklik baru biaya penanganan ini dipotong, biaya penanganan ini berbeda dengan biaya layanan pembeli.

4.2.2 Proses Bisnis Penyetoran Hasil Penjualan Kepada Merchant Oleh Penyelenggara Online Marketplace

Setelah pembeli menerima dan menyelesaikan pembelian, hasil dari pembelian pembeli melalui tahap berikut :

1. Penyelenggara *online marketplace* atau shopee menyetor hasil penjualan kepada *merchant* atau penjual melalui rekening yang telah dipilih oleh

merchant atau dapat melalui shopeepay, yang dapat disebut sebagai saldo penjualan.

2. Jumlah yang disetor oleh shopee kepada *merchant* sesuai dengan nilai transaksi yang dikurangi dengan biaya biaya yang menjadi potongan otomatis oleh shopee.
3. Periode penyetoran hasil penjualan oleh shopee kepada *merchant* sesuai dengan kapan pembeli menyelesaikan pemesanan.
4. Setelah itu baru *merchant* dapat menarik saldo penjualan melalui rekening yang *merchant* pilih.

4.3 Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian

4.3.1 Pengakuan akuntansi yang dilakukan shopee dalam mencatat transaksi penjualan

Pendapatan atas pendapatan bunga kontraktual dan pendapatan bunga pada PT. Shopee *International* Indonesia diakui menggunakan metode *cash basis* dimana Pendapatan diakui atau dicatat pada saat kas benar-benar diterima atau adanya penerimaan uang. Pengukuran pendapatan atas pendapatan bunga kontraktual dan pendapatan bunga provisi pada PT Shopee *International* Indonesia diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima. Penyajian pendapatan atas pendapatan bunga kontraktual dan pendapatan bunga provisi ada PT Shopee *International* Indonesia disajikan dalam Laporan Keuangan Laba Rugi Perusahaan. Disamping disajikan dalam Laporan Laba Rugi pendapatan atas pendapatan bunga kontraktual dan pendapatan bunga provisi pada PT Shopee *International* Indonesia harus diungkapkan pada catatan atas laporan keuangan, sedangkan pengakuan pendapatan atas pendapatan operasional lain pada PT Shopee *International* Indonesia diakui menggunakan metode *accrual basis* dimana pada saat manfaat ekonomi yang akan diterima perusahaan dimasa yang akan datang. Pengukuran pendapatan atas pendapatan operasional lain pada PT Shopee *International* Indonesia diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima. Penyajian pendapatan atas pendapatan operasional lain pada PT Shopee *International* Indonesia disajikan dalam laporan laba Rugi Perusahaan. Selain itu juga disajikan dalam laporan laba rugi pendapatan atas pendapatan operasional lain pada PT Shopee *International* Indonesia harus diungkapkan pada catatan atas laporan keuangan tersebut .

Analisis beban pada PT Shopee *International* Indonesia, beban atas beban penyisihan dan penyusutan pada PT Shopee *International* Indonesia diakui menggunakan metode *accrual basis* dimana seluruh biaya diakui sebagai beban pada laporan laba rugi di periode terjadinya pengukuran beban atas beban penyisihan dan penyusutan pada PT Shopee *International* Indonesia diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima. Penyajian beban atas beban penyisihan dan penyusutan pada PT Shopee *International* Indonesia disajikan dalam laporan keuangan laba rugi perusahaan disamping disajikan dalam laporan laba rugi beban atas beban penyisihan dan penyusutan pada PT Shopee *International*

Indonesia harus diungkapkan pada catatan atas laporan keuangan. Kedua, yaitu beban pemasaran didalamnya terdapat biaya iklan dan biaya promosi pengakuan akuntansi atas beban pemasaran pada PT Shopee *International* Indonesia mengakui seluruh biaya sebagai beban pada laporan laba rugi di periode terjadinya, sementara itu pengukuran akuntansi atas beban pemasaran pada PT Shopee *International* Indonesia diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima.

Penyajian Beban atas Beban Pemasaran pada PT Shopee *International* Indonesia disajikan dalam Laporan Laba Rugi Perusahaan, selain itu juga disajikan pada catatan atas laporan keuangan poin perhatian berikutnya adalah pada beban administrasi dan umum yang didalamnya terdapat biaya materai, beban alat kantor, beban alat kebersihan kantor, beban listrik dan air, beban telepon dan *tax*, dan biaya fotokopi, dimana perlakuan akuntansi atas beban administrasi dan umum tersebut mengakui seluruh biaya sebagai beban pada laporan laba rugi di periode terjadinya. Selanjutnya pengukuran Beban atas Beban Administrasi dan Umum diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima, adapun penyajiannya mengikuti perlakuan akuntansi pada akun beban lainnya.

Berdasarkan hasil uraian diatas, mengatakan bahwa shopee menerima pendapatan berasal dari tiap transaksi yang dilakukan oleh pembeli, shopee menerima hasil dari biaya administrasi dan biaya pembeli yang dibebankan kepada seller merchant dan pembeli, sehingga shopee mencatat transaksi yang dilakukan oleh pembeli setiap *checkout* merupakan pendapatan, dan shopee mendapatkan dari pilihan metode pembayaran yang dilakukan oleh pembeli. Pendapatan lainnya shopee berasal dari iklan yang dilakukan *seller*, jasa krim, biaya gratis ongkir, dan lainnya.

1. Pengakuan akuntansi terhadap biaya administrasi *non-star*

A. Produk A

Tabel 4. 16 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Administrasi *non-star* pada Produk A

Piutang	Rp84.000	
Diskon Penjualan	Rp8.000	
Voucher Diskon	Rp8.000	
Beban Administrasi	Rp3.600	
Pendapatan		Rp103.360

Sumber: Diolah oleh penulis, 2023

Jurnal di atas untuk kategori produk A *seller non-star* yang termasuk kedalam, *fashion*, elektronik (kelistrikan), kebutuhan sehari-hari, aksesoris handphone dan lainnya, jurnal yang dilakukan oleh shopee mendapatkan pendapatan Rp103.360 untuk satu kali transaksi.

B. Produk B&C

Tabel 4. 17 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Administrasi *non-star* pada Produk B&C

Piutang	Rp108.000	
Diskon Penjualan	Rp6.000	
Voucher Diskon	Rp6.000	
Beban Administrasi	Rp3.456	
Pendapatan		Rp123.456

Sumber: Diolah oleh penulis, 2023

Jurnal di atas untuk kategori produk B&C *seller non-star* yang termasuk kedalam, *fashion*, elektronik (peralatan elektronik, media *player*, konsol *game*, kamera dan peralatan komputer), jurnal yang dilakukan oleh shopee mendapatkan pendapatan Rp123.456 untuk produk B&C *seller star* untuk satu kali transaksi.

C. Produk D&E

Tabel 4. 18 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Administrasi *non-star* pada Produk D&E

Piutang	Rp70.000	
Diskon Penjualan	Rp5.000	
Voucher Diskon	Rp5.000	
Beban Administrasi	Rp1.960	
Pendapatan		Rp81.960

Sumber: Diolah oleh penulis, 2023

Jurnal di atas untuk kategori produk D&E *seller non-star* yang termasuk kedalam, obat-obatan, makanan dan minuman, kebutuhan hewan peliharaan dan perlengkapan rumah tangga, jurnal yang dilakukan oleh shopee mendapatkan pendapatan Rp81.960 pada produk D&E *seller star* untuk satu kali transaksi.

2. Pengakuan akuntansi terhadap biaya administrasi *star*

A. Produk A

Tabel 4. 19 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Administrasi *Star* pada Produk A

Piutang	Rp162.000	
Diskon Penjualan	Rp9.000	
Voucher Diskon	Rp9.000	

Beban Administrasi	Rp7.614	
Pendapatan		RP187.614

Sumber:Diolah oleh penulis,2023

Jurnal di atas untuk kategori produk A *seller star* yang termasuk kedalam, *fashion*, elektronik (kelistrikan), kebutuhan sehari-hari, aksesoris handphone dan lainnya, jurnal yang dilakukan oleh shopee mendapatkan pendapatan Rp187.614 untuk satu kali transaksi.

B.Produk B&C

Tabel 4. 20 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Administrasi *star* pada Produk B&C

Piutang	Rp89.000	
Diskon Penjualan	Rp3.000	
Voucher Diskon	Rp3.000	
Beban Administrasi	Rp3.560	
Pendapatan		Rp98.560

Sumber:Diolah oleh penulis,2023

Jurnal di atas untuk kategori produk B&C *seller star* yang termasuk kedalam, *fashion*, elektronik (peralatan elektronik, media *player*, konsol *game*, kamera dan peralatan komputer), jurnal yang dilakukan oleh shopee mendapatkan pendapatan Rp98.560 untuk produk B&C *seller star* untuk satu kali transaksi.

C.Produk D&E

Tabel 4. 21 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Administrasi *star* pada Produk D&E

Piutang	Rp105.000	
Diskon Penjualan	Rp6.000	
Voucher Diskon	Rp6.000	
Beban Administrasi	Rp3.456	
Pendapatan		Rp120.465

Sumber:Diolah oleh penulis,2023

Jurnal di atas untuk kategori produk D&E *seller star* yang termasuk kedalam, obat-obatan, makanan dan minuman, kebutuhan hewan peliharaan dan perlengkapan rumah tangga, jurnal yang dilakukan oleh shopee mendapatkan pendapatan Rp120.465 pada produk D&E *seller non-star* untuk satu kali transaksi.

3. Pengakuan akuntansi terhadap biaya layanan produk *non-star*

A. Produk A *non-star*

Tabel 4. 22 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Layanan Produk *non-star* pada Produk A

Pembeli			Penjual		
Persediaan barang	Rp88.000		Kas	Rp88.000	
Diskon	Rp2.000		Biaya administrasi	Rp3.520	
Voucher	Rp10.000		Biaya Layanan	Rp1.232	
Kas		Rp100.000	Persediaan		Rp88.000
			Kas		Rp4.752

Sumber: Diolah Penulis, 2023

Jurnal di atas untuk kategori produk A *seller non-star* yang termasuk kedalam, *fashion*, elektronik (kelistrikan), kebutuhan sehari-hari, aksesoris handphone dan lainnya, jurnal yang dilakukan oleh penjual dan pembeli.

B. Produk B&C *non-star*

Tabel 4. 23 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Layanan Produk *non-star* pada Produk B&C

Pembelian			Penjualan		
Persediaan barang	Rp488.000		Kas	Rp488.000	
Diskon	Rp2.000		Biaya administrasi	Rp15.616	
Voucher	Rp10.000		Biaya Layanan	Rp6.832	
Kas		Rp500.000	Persediaan		Rp488.000
			Kas		Rp22.444

Sumber: Diolah Penulis, 2023

Jurnal di atas untuk kategori produk B&C *seller non-star* yang termasuk kedalam, *fashion*, elektronik (peralatan elektronik, media *player*, konsol *game*, kamera dan peralatan komputer), jurnal yang dilakukan oleh penjual dan pembeli.

C. Produk D&E *non-star*Tabel 4. 24 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Layanan Produk *non-star* pada Produk D&E

Pembelian			Penjualan		
Persediaan barang	Rp985.000		Kas	Rp985.000	
Diskon	Rp5.000		Biaya administrasi	Rp27.580	
Voucher	Rp10.000		Biaya Layanan	Rp13.790	
Kas		Rp1.000.000	Persediaan		Rp985.000
			Kas		Rp41.370

Sumber: Diolah Penulis, 2023

Jurnal di atas untuk kategori produk D&E *seller star* yang termasuk kedalam, obat-obatan, makanan dan minuman, kebutuhan hewan peliharaan dan perlengkapan rumah tangga, jurnal yang dilakukan oleh penjual dan pembeli.

4. Pengakuan akuntansi terhadap biaya layanan produk *star*A. Produk A *star*Tabel 4. 25 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Layanan Produk *star* pada Produk A

Pembelian			Penjualan		
Persediaan barang	Rp230.000		Kas	Rp230.000	
Diskon	Rp9.000		Biaya administrasi	Rp10.810	
Voucher	Rp11.000		Biaya Layanan	Rp7.590	
Kas		Rp230.000	Persediaan		Rp230.000
			Kas		Rp18.400

Sumber: Diolah penulis, 2023

Jurnal di atas untuk kategori produk A *seller star* yang termasuk kedalam, *fashion*, elektronik (kelistrikan), kebutuhan sehari-hari, aksesoris handphone dan lainnya, jurnal yang dilakukan penjual dan pembeli.

B. Produk B *star*Tabel 4. 26 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Layanan Produk *star* pada Produk B&C

Pembelian			Penjualan		
Persediaan barang	Rp684.000		Kas	Rp684.000	
Diskon	Rp6.000		Biaya administrasi	Rp27.360	
Voucher	Rp10.000		Biaya Layanan	Rp9.793	
Kas		Rp700.000	Persediaan		Rp684.000
			Kas		Rp37.153

Sumber :Diolah oleh penulis,2023

Jurnal di atas untuk kategori produk B&C *seller non- star* yang termasuk kedalam, *fashion*, elektronik (peralatan elektronik, media *player*, konsol *game*, kamera dan peralatan komputer), jurnal yang dilakukan oleh penjual dan pembeli.

C. Produk D/E *star*Tabel 4. 27 Pengakuan Akuntansi terhadap Biaya Layanan Produk *star* pada Produk D&E

Pembelian			Penjualan		
Persediaan barang	Rp1.188.000		Kas	Rp1.188.000	
Diskon	Rp2.000		Biaya administrasi	Rp39.204	
Voucher	Rp10.000		Biaya Layanan	Rp12.772	
Kas		Rp1.188.000	Persediaan		Rp1.188.000
			Kas		Rp51.976

Sumber:Diolah penulis,2023

Jurnal di atas untuk kategori produk D&E *seller star* yang termasuk kedalam, obat-obatan, makanan dan minuman, kebutuhan hewan peliharaan dan perlengkapan rumah tangga, jurnal yang dilakukan oleh penjual dan pembeli.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aufa Yudhistira (2021) bahwa *Marketplace* mendapatkan penghasilan dari biaya yang dibebankan kepada pembeli dan penjual.

4.3.2 Pengenaan PPN Atas Transaksi Penyerahan Barang Pada Shopee

Sebelum keluarnya Peraturan Menteri Keuangan mengenai Perpajakan E-commerce dan menekan Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (SPNBE) atau *Roadmap E-Commerce* tahun 2017-2019, penegasan terhadap aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce* telah diatur dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak No 62 Tahun 2013, beberapa model bisnis yang *diatur online marketplace* (Shopee, Tokopedia, Lazada), *classified ads* (kaskus.com) dan lain lain.

Saat terutang PPN atas peristiwa pengiriman barang tersebut adalah saat pembayaran diterima oleh penyelenggara online marketplace, yaitu tokopedia oleh karena itu faktur pajak wajib dibuat oleh merchant saat rincian pembayaran diterima, pembeli melalui aplikasi shopee. Dasar pengenaan pajak (DPP) yang tercantum dalam faktur pajak tersebut menggunakan DPP nilai lain, Menurut Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 121/PMK.03/2015 Tentang Nilai Lain Sebagai Dasar Pengenaan Pajak untuk jasa pengiriman barang adalah 10%, sehingga DPP sebesar 1% dari harga jasa pengiriman barang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengenaan pajak pertambahan nilai atas peristiwa pembelian tersebut adalah saat pembayaran diterima oleh penyelenggara *online marketplace*, yaitu shopee *merchant* dapat mengirim barang kepada pembeli pada saat mendapatkan notifikasi pembayaran dari shopee, oleh karena itu faktur wajib pajak di buat *merchant* saat rincian pembayaran diterima oleh pembeli melalui aplikasi shopee.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Najib Ridho (2020), bahwa pengenaan pajak pertambahan nilai pada saat penyerahan barang diterima oleh pembeli dan pembeli mengklik pesanan diterima.

4.3.3 Pelaksanaan Kewajiban PPN Yang Dilakukan Shopee

Dalam hal ini shopee memungut kewajiban pajak pertambahan nilai yang dibebankan kepada pembeli sebesar Rp1.000 pada setiap transaksi yang dilakukan oleh pembeli dengan metode pembayaran apapun dan tanpa adanya minimal transaksi, sedangkan untuk *seller* shopee menerapkan tarif PPN 11% sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Shopee memungut PPN kepada penjual yang termasuk kedalam biaya layanan penjual sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang sedang berlaku dan shopee memungut kewajiban pajak pertambahan nilai kepada penjual atau *merchant* pada setiap pembeli melakukan transaksi yang disebut dengan biaya layanan penjual dengan tarif berbeda pada setiap kali *checkout* sesuai dengan berapa persen barang dan toko *merchant*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Suparna Wijaya dan Adam Panchar (2021), mengatakan bahwa shopee wajib melakukan pemungutan PPN atas penjualan barang dalam *online marketplace*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai “Penaan Pajak Pertambahan Nilai Pada Online *Marketplace* Shopee Tahun 2022”. Adapun kesimpulan yang diambil oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Pengakuan akuntansi yang dilakukan untuk transaksi penjualan diakui menggunakan metode *cash basis* dimana pendapatan diakui atau dicatat saat kas diterima atau adanya penerimaan uang, pengukuran pendapatan atas pendapatan bunga kontraktual dan pendapatan bunga provisi pada shopee diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima, penyajian pendapatan atas pendapatan bunga kontraktual dan pendapatan bunga provisi ada shopee disajikan dalam laporan keuangan laba rugi perusahaan.
2. Penaan Pajak Pertambahan nilai atas transaksi penyerahan barang di shopee terjadi pada saat barang diterima oleh pembeli, serta pembeli melakukan penyelesaian pesanan pada aplikasi shopee jika barang telah diterima. Sehingga pembeli dan penjual akan di kirimkan faktur pembelian melalui aplikasi maupun di *download* melalui email.
3. Shopee sebagai penghubung yang menyediakan wadah bagi penjual dan pembeli secara online memungut kewajiban pajak pertambahan nilai yang dibebankan kepada pembeli pada setiap transaksi yang dilakukan oleh pembeli dengan metode pembayaran apapun dan tanpa adanya minimal transaksi, sedangkan untuk *seller* shopee menerapkan tarif PPN 11% sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Sedangkan untuk *merchant* shopee memungut PPN yang dibebankan kepada *merchant* dalam biaya layanan penjual untuk tiap pembelian yang diterima.

5.2.Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka saran yang diberikan peneliti yaitu:

1. Untuk Shopee sebagai wadah perantara antara penjual dan pembeli dapat memberikan pendekatan kepada kedua belah pihak dalam melakukan aktifitas jual beli.

2. Dalam aktifitas akhir yaitu penyerahan barang kepada pembeli, hal ini diharapkan shopee membuat fitur untuk penjual dimana penjual dapat acc bahwa barang yang diterimadalam kondisi baik.
3. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya disarankan agar lebih menspesifikasikan ataupun menambah variabel terkait dengan menghitung ppn masukan dan keluaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. Pengertian E-commerce Menurut Para Ahli dan Contohnya di Indonesia. (2022). *Liputan6*. Tersedia di: <https://hot.liputan6.com/read/4856338/pengertian-ecommerce-menurut-para-ahli-dan-contohnya-di-indonesia>. [Diakses Pada 21 Juli 2021].
- Anisa, T. Semakin Berkembang, Ini Potensi *E-Commerce* di Indonesia. (2021). *Ekrut Media*. Tersedia di: <https://www.ekrut.com/media/semakin-berkembang-ini-potensi-ecommerce-di-indonesia>. [Diakses Pada 21 Juli 2023]
- Bagaimana Cara Menghitung Biaya Layanan?. (2022). *Help Shopee*. Tersedia di : [https://help.shopee.co.id/portal/article/108665-\[Biaya%20Layanan\]%20Bagaimana%20cara%20menghitung%20Biaya%20Layanan%3F#:~:text=Biaya%20Layanan%20sudah%20termasuk%20dengan,belum%20termasuk%20dengan%20Biaya%20Penanganan](https://help.shopee.co.id/portal/article/108665-[Biaya%20Layanan]%20Bagaimana%20cara%20menghitung%20Biaya%20Layanan%3F#:~:text=Biaya%20Layanan%20sudah%20termasuk%20dengan,belum%20termasuk%20dengan%20Biaya%20Penanganan) . [Diakses pada 13 Mei 2023].
- Biaya Penanganan & Layanan. Tersedia di <https://seller.shopee.co.id/edu/article/16463> [Diakses pada 01 Juni 2023].
- Biaya Layanan Penjual pada Program Cashback XTRA & Gratis Ongkir XTRA. Tersedia di : <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7216>. [Diakses pada 20 Juni 2023]
- Direktorat Jendral Pajak. Pajak.Go.Id.. Tersedia di : <https://www.pajak.go.id/id/pajak>. [Di Akses Pada 01 November 2022].
- Finaka, A.W. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi. Indonesia Baik. Tersedia di <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2C03%20juta%20pengguna> . [Di akses pada 10 April 2023].
- Fitriandi, P. (2020). Perpajakan Atas Transaksi Melalui *Online Marketplace*. Politeknik Keuangan Negara STAN. *JPI (Jurnal Pajak Indonesia)*.
- Indriyani, E.K. dan Umahda K.F. (2021). Analisis Penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas Transaksi *E-commerce* pada *Platform Marketplace* PT. Bukalapak. *Assest Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran* Yogyakarta: Andi.

- Leonardo,P.(2020). Penerapan Ketentuan Perpajakan pada *Transaksi E-commrce* pada *platform marketplace*. *Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*.Vol.8 No 1.
- Mardiasmo. 2016. *Perpajakan*. Edisi 18. Andi. Yogyakarta.
- _____.(2019). *Perpajakan*. Cetakan Pertama. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Mogi, M.O.(2021).Potensi dan Hambatan dalam Pengenaan Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Usaha Berbasis Online (E-commerce) di Indonesia.*Jurnal Universitas Surabaya*.Vol 10 No.2
- Online Pajak. Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Apa Itu?.(2023). <https://www.online-pajak.com/tentang-ppn-efaktur/pajak-pertambahan-nilai-ppn>. [Diakses 23 April 2023].
- Peraturan Pemerintah Nomor: 9 Tahun 2021*. Ortax.Go. Tersedia di: <https://Datacenter.Ortax.Org/Ortax/Aturan/Show/17321> [Diakses Pada 20 Januari 2023].
- Perpu No : 2 Tahun 2022*. Ortax.Go. Tersedia di : <https://Datacenter.Ortax.Org/Ortax/Aturan/Show/25029> [Diakses Pada 20 Januari 2023].
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesi Nomor 60/PMK.03/2022*. Tersedia di: <https://datacenter.ortax.org/ortax/aturan/show/17754> .[Diakses Pada 23 April 2023].
- Resmi, Siti 2017. *Perpajakan Teori Dan Kasus*. Salemba Empat. Jakarta.
- Ridho, M.J.(2021).Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Pada *Transaksi E-Commerce*. *Journal Mandalanursa*.Vol 5 No.1.
- Rizaty Ayu. M.(2022).Semakin banyak pelaku usaha daring di Indonesia pada 2022.Data Indonesia.id.Tersedia di <https://dataindonesia.id/digital/detail/semakin-banyak-pelaku-usaha-daring-di-indonesia-pada-2022#:~:text=Semakin%20Banyak%20Pelaku%20Usaha%20Daring%20di%20Indonesia%20pada%202022> . [Di akses pada 10 April 2023].
- Santi, Nolviana, Arsyad Paweroi dan Daryanti.(2020). Analisis Pengakuan Pendapatan Pada Pt. Sinar Surya Cemerlang Cabang Parepare. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar*.
- Sasana, L.P.W.(2019).Analisis Penerapan Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai Atas *Transaksi E-commerce* pada Direktorat Jendral Pajak.*Jurnal Mandiri*. Vol.3 No.1.
- Soemarso.2018. *Akuntansi Suatu Pengantar 1*. Jakarta: Salemba Empat.Jakarta.

- Suteja, J. (2023). Shopee, Tokopedia dan Lazada, Siapa Juara. *Investor.id*. Tersedia di <https://investor.id/business/319585/shopee-tokopedia-dan-lazada-siapa-juara#:~:text=Data%20tersebut%20ditunjukkan%20App%20Annie,marketplace%20dengan%20pengunjung%20website%20tertinggi> [Diakses 10 April 2023].
- Pusat Edukasi Penjual. Tersedia di <https://seller.shopee.co.id/edu/article/464> . [Diakses pada 01 Juni 2022].
- Tahar, A. dan Septiani, D.D.(2020).Pengenaaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha dalam Transaksi *Online (E-commerce)* studi pengusaha di Yogyakarta.*Jurnal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.Vol.31 No.6.
- UU No 2 Tahun 2009.Ortax.Go. Tersedia di ; <https://Datacenter.Ortax.Org/Ortax/Aturan/Show/13964> [Diakases Pada 01 November 2022].
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2000 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan.* Kemenkeu.Com. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2000/16tahun2000uu.htm> [Di Akses Pada 08 September 2022].
- Undang-Undang Nomor : 7 TAHUN 2021.* Datacenter.Ortax.Org. Tersedia Di : <https://Datacenter.Ortax.Org/Ortax/Aturan/Show/17575> [Diakses 07 September 2022].
- Wijaya, S. dan Nirvana, P.A. (2021). Pajak Pertambahn Nilai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Studi Kasus PT.Shopee Internasioal Indonesia. *Bilancia Jurnal Ilmiah Akuntansi*. Vol. 5 No.3.
- Waluyo. (2014).*Akuntansi Pajak Dan Perpajakan*.Jakarta:Penerbit Salemba Empat.
- Waluyo. (2011).*Perpajakan Indonesia*.Jakarta:Penerbit Salemba Empat.
- Yudhistira, A. (2021). Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Pada *Online Marketplace* Indonesia. *Jurnalku Politeknik Keuangan Negara Stan*. Vol.1 No.1.
- Zhanys,A.B.&Tursinbaeva, A.F (2018) *Internet Technology in Electronic Commerce, Journal of Physics*.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mufida Azzahra
Alamat : Kp.Cicopong RT 01 RW 04 Desa Cigudeg
Kec. Cigudeg Kab Bogor

Tempat/Tangga Lahir : 13 Juli 2001
Agama : Islam

Pendidikan

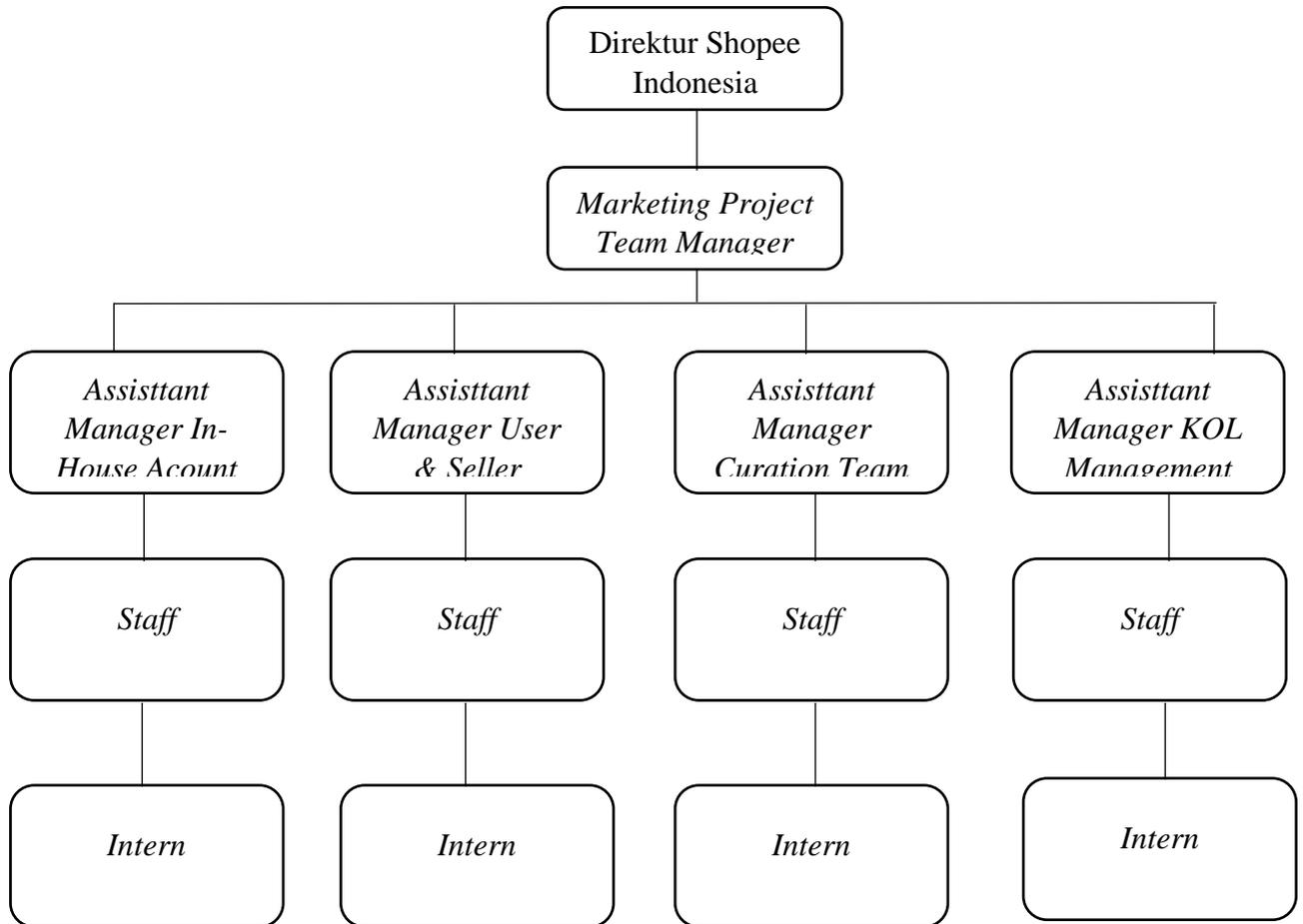
- SD : SDN 02 Cigudeg
- SMP : SMPN 01 Cigudeg
- SMA : SMAN 01 Cigudeg
- Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, September 2023

Mufida Azzahra

LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi Shopee



Lampiran 2 Informasi Jasa Kirim

Layanan Jasa kirim	Berat	Ukuran (P x L x T)
<i>Shopee Xpress Standard</i>	50kg	N.A
<i>Shopee Xpress Instant</i>	20kg/40kg	50x50x50cm
<i>ID Express</i>	100kg	200x200x200cm
<i>Anteraja Reguler</i>	50kg	50x50x50cm
<i>Anteraja Economy</i>	50kg	50x50x50cm
<i>SiCepat REG</i>	50kg	100x100x100cm
<i>SiCepat Halu</i>	20kg/4km	100x100x100cm
<i>SiCepat Gokil</i>	50kg	160x160x160cm
<i>SiCepat Sameday</i>	10kg	40x40x17cm
<i>SiCepat Best</i>	30kg	120x120x120cm
<i>J&T Express</i>	50kg	300x110x76cm
<i>J&T Cargo</i>	80kg	N.A
<i>Ninja Xpress</i>	30kg	100x100x100cm
<i>JNE Reguler (Cashless)</i>	50kg	N.A
<i>JNE YES (Cashless)</i>	50kg	N.A
<i>JNE JTR (Cashless)</i>	500kg	N.A
<i>Gosend Sameday</i>	5kg/40km	40x40x17cm
<i>GoSend Instant</i>	20kg/km	40x40x17cm
<i>GrabExpress Sameday</i>	7kg/40km	40x40x20cm
<i>GrabExpress Instant</i>	10kg/40km	50x50x50cm
<i>Pos Kilat Khusus</i>	50kg	35x20x25cm
<i>Indah Logistik</i>	200kg	N.A

Lampiran 3 Biaya Admisntrasi *Non-star*

Kategori	Biaya Administrasi Dasar <i>Non-Star</i>	Biaya Administrasi Final <i>Non-Star</i>
Kategori A	5%	4%
Kategori B Dan C	3,2%	3,2%
Kategori D Dan E	2,8%	2,8%

Lampiran 4 Biaya Administras *Star*

Kategori	Biaya Administrasi Dasar <i>Star</i>	Biaya Administrasi Final <i>Star</i>
Kategori A	5,88%	4,7%
Kategori B Dan C	4%	4%
Kategori D Dan E	3,3%	3,3%

Lampiran 5 Rincian Pembayaran

← Rincian Penghasilan

💰 Dana Akan Dilepaskan
Pesanan sudah dibayar oleh Pembeli
Dana akan dilepaskan jika Pembeli sudah klik "Pesanan Diter

Penghasilan dari [?]
Pesanan **Rp197.336**

Total Pesanan Rp162.660
Harga Produk Rp162.660

Subtotal Ongkos Kirim Rp51.000
Ongkir Dibayar Pembeli Rp51.000

Biaya Admin -Rp16.324
Biaya Administrasi [?] -Rp7.540
Biaya Layanan [?] -Rp8.784

Lampiran 6 Tarif Metode Pembayaran

Metode Pembayaran	Biaya Penanganan
Kartu Kredit/Debit	0%
Indomart/Alfamart	Rp2.500
Spaylater	1%
Akulaku/Kredivo	1,5%
Cod(Cash On Diverly)	4%
Cicilan Kartu Kredit (3 Bulan)	2,5%
Cicilan Kartu Kredit (6 Bulan)	3,5%
Cicilan Kartu Kredit (12 Bulan)	6%
Cicilan Kartu Kredit (18 Bulan)	8%
Cicilan Kartu Kredit (24 Bulan)	10% (Pengecualian 1,5% Bank Btn & Bank Mandiri)
Virtual Account	Rp1.000 (Pengecualian 0% Untuk Virtual Account Seabank)
Shopeepay	0%

Lampiran 7 Faktur Pembelian

Pembayaran Pembeli	Faktur
<p>Total Pembayaran Pembeli Rp160.000</p> <p>Detail</p> <p>Total Pesanan Rp150.000</p> <p>Ongkos Kirim Rp9.000</p> <p>Voucher Shopee Rp0</p> <p>Dapatkan Koin Shopee - 0 Koin Rp0</p> <p>Biaya Layanan Rp1.000</p>	<p>Klik tombol untuk mendapatkan faktur pesanan melalui email <input type="button" value="Kirim"/></p> <p>No. Pesanan: 2210127R4K0Q2D</p> <p>Total Pembayaran Rp416.100 Waktu Pembayaran 12/10/22</p> <p>Rincian Pengiriman Metode Pembayaran SeaBank</p> <p>Rincian Pesanan</p> <p>OPL Per Order, Mass Upload - 2 x 1 Rp25.100</p> <p>OPL PET - JULY 2021 - RECURRING - D... x 3 Rp390.000</p> <p>Variasi: Putih</p> <p>Subtotal untuk Produk Rp415.100</p> <p>Subtotal Pengiriman - JNE Regular LPS Rp9.000</p> <p>Biaya Layanan Rp1.000</p> <p>Total Diskon Pengiriman -Rp9.000</p> <p>Total Pembayaran Rp416.100</p>