

PEMANFAATAN TEKNOLOGI *E-COMMERCE* BAGI WAJIB PAJAK UMKM DI KOTA PEMALANG

(Studi Kasus Kelompok Usaha “Siomay” di Kecamatan Ampelgading, Kota Pemalang)

Ria Kusmawati¹⁾ Imahda Khori Furqon²⁾

^{1,2)} Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Pekalongan
Email: ¹⁾ riakusmawati3@gmail.com ²⁾ imahdaaljihat@gmail.com

Abstrak

Seiring perkembangan teknologi yang membawa arus kemajuan yang begitu cepat. Salah satunya dengan hadirnya *e-commerce* yang mampu membawa masyarakat UMKM menikmati kemudahan dan kecanggihannya. *E-commerce* merupakan sebuah website jual beli yang dimanfaatkan oleh pengusaha guna kelancaran dalam proses penjualan dan pembelian akan suatu barang. Kepatuhan wajib pajak seringkali mendapat sorotan yang besar dikarenakan kurangnya pengetahuan dan wawasan masyarakat dalam membayar pajak dengan baik dan benar. Sehingga kesadaran masyarakat semakin berkurang yang akhirnya timbul permasalahan mengenai kewajiban pajak bagi pelaku UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya kepatuhan UMKM terhadap pajak. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data yang digunakan penelitian deskriptif ini adalah dengan mengumpulkan data jumlah pajak pelaku UMKM terhadap wajib pajak, sedangkan penelitian menggunakan metode deskriptif-kuantitatif dilakukan dengan menampilkan data yang ada serta mengkaji data tersebut mengenai wajib pajak UMKM sebelum dan sesudah adanya *E-commerce*. *E-commerce* mampu membawa pengaruh besar kepada UMKM terhadap adanya kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci: Pajak, UMKM, *E-commerce*

PENDAHULUAN

Pajak merupakan suatu tuntutan keras dari pemerintah yang harus dipatuhi oleh setiap warga, guna menaati aturan yang berlaku sesuai Undang-Undang. Menurut Undang-Undang Nomor 28 tahun 2007, pajak merupakan kontribusi wajib kepada Negara terhadap orang pribadi dimana pajak itu sifatnya memaksa berdasarkan hukum Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan apapun baik secara langsung maupun tidak yang dapat digunakan untuk keperluan negara untuk kesejahteraan rakyatnya.

Di Era globalisasi yang terjadi saat ini seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan semakin meningkat, peningkatan tersebut ditandai dengan hadirnya internet yang dahulu hanya digunakan oleh beberapa pengguna saja. Seiring berjalannya waktu, maka internet semakin banyak penggunanya. Sebagian pengguna internet telah banyak menghabiskan waktunya dalam hitungan hari, dapat dikatakan pengguna internet mampu mencapai 6-8 jam perharinya. Hal tersebut menandakan bahwa perkembangan yang begitu pesat dan tingginya teknologi mampu menguasai dunia digital. Sebagian besar masyarakat lebih memprioritaskan untuk memanfaatkan teknologi komunikasi sebagai bentuk transaksi ketika akan melakukan sebuah transaksi penjualan dan pembelian disuatu wilayah.

Teknologi semakin canggih dengan berbagai varian jenis alat komunikasi elektronik mulai dari telephone genggam, *Automatic Teller Marchine* (ATM), berbagai *smartphone* yang canggih, computer, laptop, jaringan komunikasi yang beragam variannya dan masih banyak lagi teknologi lainnya. Dengan adanya teknologi tersebut maka seseorang akan lebih mudah ketika akan mengoperasikan atau menjalankan kegiatannya guna memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan.

Perdagangan akan lebih mudah seiring dengan teknologi komunikasi yang mampu memberikan keuntungan bagi seorang wirausaha maupun para konsumen. Penggunaan internet semakin banyak diminati dikalangan masyarakat. Wajib pajak hendaknya selalu mengikuti sosialisasi akan pajak yang mana didalamnya akan mendapat bimbingan mengenai dunia perpajakan. Semakin banyak mengikuti sosialisasi maka akan semakin kuat dan semakin mengerti dunia perpajakan. Selain itu juga akan semakin kuat kepatuhannya sebagai wajib pajak pelaku UMKM e-commerce.

Pajak, Salah satu pendapatan negara paling besar adalah dari pajak. Seiring perkembangan teknologi dan informasi maka pajak akan lebih mudah diakses dengan menggunakan teknologi canggih sehingga orang akan lebih mudah mengakses internet dari rumah. Kini berbagai transaksi perdagangan juga dapat dilakukan secara online menggunakan teknologi *e-commerce*. Semakin banyak dan luasnya perkembangan *e-commerce* yang semakin pesat maka akan memudahkan manusia dalam bertransaksi jarak jauh. Pajak merupakan sumber penerimaan pemerintah yang

paling utama, yang mana berasal dari masyarakat dan digunakan untuk melaksanakan pembangunan nasional secara efektif. Oleh karena itu, pajak menjadi komponen penting agar pemerintah dapat berjalan dengan baik sesuai target yang hendak dicapai (Kiswara, 2011).

Berkembangnya transaksi *E-commerce* maka perlu adanya penegasan hukum terkait dengan kepatuhan pungutan pajak penghasilan maupun pungutan pajak pertambahan nilai. Dengan adanya *E-commerce* membuat pelaku wajib pajak memiliki kewajiban besar dalam upaya membayar pajak kepada negara. Pajak akan dikenakan kepada wajib pajak yang telah memiliki penghasilan tiap bulannya meskipun penghasilan itu tidak tetap jumlahnya. Pajak yang dikenakan kepada pelaku bisnis *E-commerce* merupakan pajak penghasilan dan pajak pertambahan nilai. Pengusaha *E-commerce* dengan omset bruto yang tidak melebihi 4,8 miliar rupiah maka akan dikenakan pajak sama dengan pelaku UMKM, yaitu sebesar 0,5% dari omsetnya. Sedangkan bagi pelaku usaha *E-commerce* yang omsetnya mencapai 4,8 miliar per periodenya atau bahkan melebihi itu maka akan dikenakan pajak pertambahan nilai.

Masyarakat sebagai pelaku UMKM wajib pajak harus diberikan edukasi mengenai pentingnya dalam membayar pajak sesuai tepat waktu dan ketentuan pajak yang berlaku. Pemerintah hendaknya selalu terbuka dalam memberikan manfaat yang sebanding antara pembangunan Negara dan pelaku UMKM. Dengan memungkinkan memberikan kewajiban kepada pelaku usaha untuk memiliki surat izin usaha online dan untuk mendaftarkan dirinya supaya memiliki surat izin agar memudahkan dalam pengawasan pengenaan pajak terhadap pelaku *E-commerce* di Indonesia.

Indonesia mengandalkan pajak sebagai sumber utama dalam hal penerimaan wajib pajak guna menopang anggaran APBN negara. Pajak merupakan sumber penerimaan terbesar bagi negara, selain itu pajak juga digunakan sebagai pengeluaran yang sifatnya umum. Meskipun pendapatan disektor pajak lebih besar dibanding dengan pendapatan disektor lain tetapi penerimaan pajak UMKM belum mampu mencapai 100% terpenuhi, hal ini dibuktikan adanya era perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih. Ketidakcapaian ini menandakan karena kurangnya sosialisasi perpajakan, serta kesadaran masyarakat para pelaku Usaha

Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang masih minim. 60 juta unit pelaku UMKM di Indonesia, baru sekitar kurang lebih 2,5% juta wajib pajak yang mempunyai tanggungjawab besar akan pajaknya (Republika.co.id).

Pajak yang dikeluarkan pemerintah memiliki peran penting dalam rangka mencapai target penerimaan pajak, guna melakukan pengembangan kapasitas organisasi melalui penguatan Sumber Daya Manusia (SDM), penguatan teknologi informasi, penguatana anggaran, dan lain sebagainya. Penerimaan pajak dapat ditingkatkan melalui kepatuhan pajak yang dapat dilakukan dengan cara mensosialisasikan penyederhanaan tarif pajak yang dilakukan oleh pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2018.

Peraturan Menteri Keuangan 210/PMK.010/2018, tentang perlakuan perpajakan dalam tansaksi sistem digital melalui *E-commerce*. Bahwasanya telah adanya regulasi pajak secara efektif mengenai aturan penggunaan *platform marketplace* seperti shopee, bukalapak, tokopedia, lazada, dan lain sebagainya. Dari regulasi tersebut maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan bagi para pelaku *marketplace* yaitu pertama para UMKM yang berjualan di *marketplace* maka wajib membayar PPh sesuai ketentuan yang berlaku. Kedua, penyedia platform *marketplace* diwajibkan untuk menyetor dan merekapitulasi seluruh transaksi dagang yang telah dilakukan selama kurun waktu satu tahun.

UMKM, Program pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu instrument penting dalam menaikkan kinerja perekonomian masyarakat sehingga dengan adanya UMKM menjadikan ekonomi masyarakat mampu bergerak aktif yang kedudukannya sangat strategis dalam menjangkau ekonomi ditingkat nasional. Hal ini dikarenakan pola pengembangan UMKM yang sangat besar dan luas guna meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM juga mampu menciptakan aktivitas manusia menjadi lebih bermakna dan mampu membuat pelaku usaha berfikir kreatif dan inovatif untuk mengembangkan minat dan bakatnya demi mengembangkan kreatifitas yang akan memiliki nilai guna. Dengan bantuan teknologi maka UMKM akan semakin maju dan mampu berkembang pesat sebagai wadah serta penggerak perekonomian masyarakat untuk bekerja.

Berdasarkan hal tersebut maka Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan suatu bentuk usaha yang bergerak dibidang ekonomi masyarakat yang memiliki jiwa *entrepreneur* untuk berinovasi dalam mengembangkan suatu usaha yang akan digeluti sebagai bentuk usaha produktif guna memperoleh hasil yang hendak dicapai yaitu meningkatkan pendapatan ekonomi. Adapun dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha hendaknya memiliki strategi yang dilandasi dengan pola pikir yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya, misalnya seperti menempatkan pasar sasaran yang tepat, kemudian melakukan penetapan posisi, bauran pemasaran dan menganalisis kegiatan dari hasil pemasaran yang sudah berjalan (Philip Kotler, 2004).

Dalam Undang-undang No. 20 Pasal 19 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan bidang sumber daya manusia dapat dilakukan dengan cara 1) memasyarakatkan dan memberdayakan kewirausahaan, 2) meningkatkan keterampilan teknis, 3) membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan program motivasi, kreativitas dan penciptaan ide baru sebagai seorang wirausaha. Hal ini menandakan bahwa sumber daya manusia merupakan sumber terpenting yang berperan dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dengan menjadikan seorang wirausaha yang kreatif dan memiliki jiwa *entrepreneur* yang tinggi dalam rangka mempengaruhi kurva ekonomi masyarakat yang berpendapatan rendah menjadi masyarakat yang sejahtera.

E-Commerce, perkembangan *E-commerce* di Indonesia sekarang ini sudah sangat pesat. Hal ini dikarenakan penggunaan teknologi yang semakin canggih dari masa ke masa. Masyarakat lebih enggan menggunakan teknologi *E-commerce* sebagai alat transaksi terutama transaksi jarak jauh. *E-commerce* merupakan suatu alat transaksi atau proses transaksi antara penjual dan pembeli dengan menjualkan suatu produk dan menawarkannya lewat media elektronik dengan perantara media computer maupun handphone yang dapat digunakan dalam aktivitasnya dalam melakukan transaksi.

Dengan adanya *E-commerce* tentu akan membuat seseorang lebih hemat dari baik dari sisi budget maupun waktu. Dikarenakan orang tidak perlu membeli sesuatu datang langsung ke tempat penjualan dengan repot, melainkan cukup melihat produk memilih dan membelinya lewat *E-commerce* tentu sangat efektif dalam

penggunaannya. Seiring perkembangan zaman maka teknologi informasi berkembang sangat pesat, tak heran jika orang yang hidup di era ini fasih dalam mengolah teknologi *E-commerce*. Orang yang belum mengenal tentang teknologi maka dapat dipastikan akan berada pada belakang dalam artian ia akan tertinggal.

E-commerce mampu membawa manusia lebih memanfaatkan teknologi internet ketika akan melakukan transaksi. Dengan adanya *E-commerce* penjualan online yang disituskan ke *E-commerce* biayanya akan lebih murah dibandingkan biaya offline langsung tatap muka. Biasanya dalam penjualan teknologi berbasis *E-commerce* akan ada tawaran rekomendasi produk baru, promo, gratis ongkir maupun diskon yang ditawarkan penjual maka informasi akan lebih cepat didapatkan dengan adanya teknologi *E-commerce*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif-kuantitatif yaitu melalui pendekatan studi kasus pada kelompok usaha siomay di Kecamatan Ampelgading Pematang. Kemudian penelitian deskriptif ini dilakukan dengan mengumpulkan data jumlah pajak pelaku UMKM terhadap wajib pajak. Data yang disajikan dengan menggunakan jenis data kuantitatif dimana data didapatkan dari bentuk data numerik yakni data wajib pajak usaha siomay yang dilakukan dengan melihat data badan pusat statistik kemudian didukung dengan melakukan pengamatan, observasi serta wawancara langsung dengan UMKM siomay yang ada di desa Losari. Data ini digunakan untuk menganalisis kondisi lingkungan yang sedang terjadi. Hal ini digunakan untuk mengetahui secara detail proses mengenai kewajiban dalam membayar pajak, kemudian sampai ke pemasaran dengan menggunakan teknologi *E-commerce*.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Dimana dalam data primer ini diperoleh langsung dari sumbernya mengenai survey lapangan pelaku usaha siomay kepada Bapak Kusnadi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui secara riil keadaan kondisi lingkungan yang ada yang sedang dialami oleh UMKM Bapak Kusnadi. Dimana Bapak Kusnadi memasarkan serta mempromosikan dagangannya lewat media *E-commerce* namun juga dibantu dengan memasarkan ke pelanggan

secara langsung yaitu ke garmen yang ada didekat wilayah rumahnya, kemudian juga diselingi dengan memasarkan siomaynya dengan berkeliling ke suatu Desa Arjosari, Ambo Botekan, dan Comal. Penelitian menggunakan metode dokumentasi dan wawancara ini bertujuan untuk mencari data pendukung nyata yang berupa catatan dan bentuk foto.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tarif pajak merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat rendah dalam berkewajiban membayar pajak. Menurut PP Nomor 23 Tahun 2018 masyarakat diharapkan dapat membayar serta menumbuhkan wajib pajak sebagai pelaku UMKM. Hal ini tentu akan menjadi tantangan besar bagi para pelaku UMKM yang semakin meluas seiring dengan adanya teknologi yang semakin canggih. PP Nomor 23 Tahun 2018 hadir untuk memberikan kemudahan bagi wajib pajak dalam pemberian biaya yang rendah, mekanisme pembayaran dan pelaporan yang cukup mudah dengan dibantu teknologi. Pajak sangat mudah dicapai melalui peraturan perundang-undangan, penetapan hukum dan aturan yang mengikat terkait perpajakan. Dengan hal tersebut maka wajib pajak akan lebih mudah dan tidak akan merasakan kesulitan dalam membayar pajak dengan menghitung maupun menyeteror (BG Consulting, 2003).

Dalam lingkup hukum pajak, subjek pajak itu sebagai wajib pajak. Yang memiliki hak dan kewajiban berdasarkan Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan wajib pajak 1 (1). Dengan hal ini maka orang pribadi yang dikatakan sebagai wajib pajak tentunya memiliki kewajiban yang cukup besar dalam membayar pajak, dalam hal pemungutan dan pemotongan pajak yang dilakukan setiap satu tahun sekali berdasarkan kriteria tertentu. Mengingat semakin pesat perkembangan teknologi di dunia, dengan berkembangnya transaksi perdagangan barang atau jasa melalui *E-commerce* ini maka perlu adanya penegasan khusus terkait pemungutan pajak baik pajak penghasilan maupun pajak pertambahan nilai atas transaksi *E-commerce* tersebut.

Tabel 1
Banyaknya Sambungan Telepon Terpasang Menurut Kecamatan di
Kabupaten Pemalang 2019

Kecamatan	Kapasitas	Pelanggan	Telepon	Wartel	Warnet
	Terpakai	Customer	Kartu	Wartel	(Unit)
01. Moga	500	500	-	-	-
02. Warungpring	166	166	-	-	-
03. Pulosari	94	94	-	-	-
04. Belik	329	329	-	-	-
05. Watukumpul	51	51	-	-	-
06. Bodeh	106	106	-	-	-
07. Bantarbolang	288	288	-	-	-
08. Randudongkal	1 159	1 159	-	-	-
09. Pemalang	4 722	4 722	-	-	-
10. Taman	1 614	1 614	-	-	-
11. Petarukan	577	577	-	-	-
12. Ampelgading	188	188	-	-	-
13. Comal	1 135	1 135	-	-	-
14. Ulujami	368	368	-	-	-
Jumlah/Total 2019	11 297	11 297	-	-	-
2018	9 721	7 770	-	-	53
2017	10 399	11 179	-	-	53
2016	41 954	40 783	-	10	106
2015	14 694	13 764	-	10	55
2014	13 764	10 953	-	10	55

Sumber: BPS Kabupaten Pemalang 2021

UMKM siomay dengan memanfaatkan teknologi *E-commerce* kali ini cukup terbilang efektif dan efisien dikarenakan memiliki tujuan untuk mengembangkan usahanya yang sudah sesuai dengan peraturan pemerintah. Usaha mikro kecil dan menengah dalam hal ini memiliki peran penting dalam ketentuan wajib pajak. Dengan adanya peraturan pemerintah maka akan semakin membuat pengusaha memiliki tanggung jawab penuh terhadap kepatuhan membayar pajak atas penghasilan yang mereka dapatkan. Sehingga pajak akan mampu membantu keuangan negara dan menstabilkan berdirinya UMKM yang nantinya mampu menyediakan lahan pekerjaan bagi setiap warga yang membutuhkan sehingga akan mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan (Sutrisno, 2006).

Tabel 2
Pengeluaran Rata-rata per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditi di Kabupaten Pemalang 2018-2020

Kelompok Komoditi Konsumsi	Pengeluaran Rata-rata per Kapita Sebulan menurut Kelompok Komoditi di Kabupaten Pemalang (Rupiah)					
	Rata-rata perkapita			%		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Pajak, pungutan dan asuransi	16979.00	23906.00	25640.00	1.90	2.71	2.78

Sumber: BPS Kabupaten Pemalang 2021

Dari tabel diatas terlihat bahwa pengeluaran perkapita dihitung tiap bulan dalam kelompok komoditi pajak, pungutan dan asuransi di Kabupaten Pemalang pada tahun 2018-2020 terlihat mengalami pengeluaran yang meroket, tahun 2018 rata-rata pengeluaran pajak terlihat turun dari tahun 2019 sebesar 6.927 atau 0.81% pungutan pajak. Namun, di tahun 2020 pungutan pajak mengalami pengeluaran yang sangat drastis hingga mencapai angka 2.78%. Hal ini terjadi dikarenakan penerimaan pajak mengalami pengurangan atau turun secara signifikan. Dengan adanya fenomena tersebut, maka Direktorat Jajaran Pajak harus memberikan dukungan dalam membantu waib pajak untuk mendapatkan intensif pajak agar ekonomi tetap berjalan supaya dapat membantu para pelaku usaha.

Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati mengungkapkan bahwa penerimaan pajak di tahun 2020 baru mencapai Rp. 1.019,56 triliun atau 85,65%. Dengan adanya realisasi pajak yang terus berkembang dan meningkat itu akan membawa penerimaan pajak negara tahun 2020 semakin besar. Artinya pelaku usaha siomay pun harus berani dalam mengambil resiko dua kali dalam berwirausaha. Pertama bahwa UMKM memiliki kewajiban dalam membayar pajak. Kedua pengguna *E-commerce* memiliki tanggung jawab dalam hal wajib pajak. Hal ini dikarenakan pajak merupakan suatu tuntutan keras yang diterapkan pemerintah kepada masyarakat guna kepedulian masyarakat akan membayar pajak sebagai warga negara yang cinta terhadap tanah air maka pajak merupakan suatu bentuk keharusan/ kewajiban.

Dalam praktiknya adanya penarikan pajak dari negara itu sebenarnya untuk masyarakat juga, dikarenakan hal tersebut akan berputar dari masyarakat untuk

Negara, kemudian negara merealisasikannya kemasyarakat untuk kesejahteraan seperti pemberian subsidi barang yang dibutuhkan masyarakat. Pajak juga untuk menjunjang usaha mikro kecil dan menengah sehingga perekonomian masyarakat pun dapat terus berjalan dan mampu berkembang setiap saat.



Gambar 1
Proses Pengerjaan Siomay

Usaha siomay telah menciptakan berbagai strategi pemasaran yang sangat besar yang sudah direncanakan secara matang dengan sistem promosi dan pemasaran menggunakan teknologi *E-commerce*, yang mana mampu membuat pelanggan lebih mudah dalam proses transaksi dan tidak perlu repot untuk keluar rumah. Dalam usaha siomay ini juga telah menerapkan sistem *delivery*. Hal ini mampu membangun relasi dengan sesama masyarakat sebagai pelaku kosumen, strategi yang digunakan dalam membangun sistem promosi yaitu dilakukan dengan menggunakan media sosial (whatsapp, instagram dan bentuk media lainnya). Sedangkan dalam membangun relasi yaitu dengan menjalin kerjasama dengan masyarakat untuk membantu kegiatan promosi dengan bantuan masyarakat untuk menjadi *reseller* dalam proses penjualannya.

KESIMPULAN

Perdagangan melalui media online/*E-commerce* merupakan sumber potensi besar dalam penerimaan pajak, yang perlu digali dan diberlakukan untuk keadilan. Dengan beralihnya budaya belanja masyarakat ke media online, pemerintah harus memberlakukan kebijakan untuk menangkap perubahan sekaligus potensi tersebut. Peraturan Pemerintah yang diterbitkan merupakan langkah yang baik, yang kemudian harus disertai dengan kebijakan teknis lain untuk penerapan pada usaha *E-commerce*.

DAFTAR REFERENSI

- Salamah, B., & Khoiri Furqon, I. 2020. *Pengaruh Pandemi Covid Terhadap Penerimaan Pajak di Negara Indonesia Pada Tahun 2020*, Vol. 1, No. 2, Hal. 277-289.
- Setiawan, T. 2019. *Analisis Persepsi Wajib Pajak Pelaku UMKM Terhadap Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018*. *International Journal of Social Science and Business*, 3(4), 463-472.
<http://dx.doi.org/10.23887/ijssb.v3i4.21637.464>.
- Ningsih, S. S., & Saragih, F. 2020. *Pemahaman Wajib Pajak Pelaku UMKM Mengenai Peraturan Pemerintah tentang PP No. 23 Tahun 2018 tentang Ketentuan Pajak UMKM*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 20(1), 38-44.
<https://doi.org/10.30596/jrab.v20i1.4870>.

Ayza, Bustamar. 2017. *Hukum Pajak Indonesia*. Jakarta: Penerbit Kencana.

Indrawan, R., & Binekas, B. 2018. *Pengaruh Pemahaman Pajak dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 6(3), 419-428.

Irmawati, D. 2011. Pemanfaatan E-commerce dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis-ISSN*, 2085(1375):161-171.

Lamia, A. 2015. *Analisis Efektifitas dan Kontribusi Pemungutan Pajak Restoran, Pajak Reklame, dan Pajak Penerangan Jalan pada Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Minahasa Utara*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5).

Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W. 2017. *Pemanfaatan Web E Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran*. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 3(1).

Sanjaya, R. 2021. *Implementasi Fungsi Manajemen Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pusat Kuliner Kota Pinrang (Analisis Ekonomi Syariah) (Doctoral dissertation, IAIN Parepare)*.

Seta, H. B. 2019. *Pengenalan Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kecamatan Cipayung*. *SENABDIKOM*, 1(1)

Sitorus, Riris Rotua, 2017, “*Pengaruh E-Commerce Terhadap Jumlah Pajak yang Disetor dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening*”, *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*.

Yulianto, Y., Alfiah, F., Harahap, E. P., Pahad, B. A., Andriyanto, A., Azahri, I. A., & Saputra, R. S. 2015. *Analisa Peranan Teknologi Internet sebagai Media Transaksi E-Commerce dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi*. *Semnasteknomedia Online*, 3(1).