



PPN JASA APLIKASI PADA OJEK *ONLINE* (OJOL)

Sugeng Wahyudi¹, Suparna Wijaya²
Politeknik Keuangan Negara STAN,
Jl Bintaro Jaya Sektor V Tangerang Selatan
Sprnwijaya@pknstan.ac.id

<https://doi.org/10.18382/nusamba.v6i2.15881>

Informasi Artikel

Tanggal masuk	24 April 2021
Tanggal revisi	8 Juni 2021
Tanggal diterima	21 Agustus 2021

Abstract

The development of technology makes online motorcycle taxis have users and partners that are increasing rapidly every year. However, this also brings problems related to the taxation aspect, namely in determining the business model and the very large number of realtime transactions. The purpose of this study was to determine the treatment of value added tax in an application company and the applicable tax provisions. The method used is descriptive qualitative using literature studies and interviews. The results obtained information that value added tax is imposed on drivers / partners as users of application services provided by online motorcycle taxi operators. The transaction submission of applications carried out by online motorcycle taxi operators does not fulfill the elements of being a retail entrepreneur because there is already a contract between the two parties. So that based on taxation provisions, online motorcycle taxi operators should make a tax invoice for each of these submissions, regardless of whether the application user has an NPWP or not.

Keywords: value added tax, digital economy, online transportation, tax invoice, taxable services

Abstrak

Perkembangan teknologi membuat ojek *online* memiliki pengguna dan mitra yang meningkat pesat setiap tahunnya. Namun, hal tersebut juga membawa masalah terkait aspek perpajakannya yaitu dalam menentukan model bisnis dan jumlah transaksi realtime yang sangat besar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perlakuan pengenaan pajak pertambahan nilai di suatu perusahaan aplikasi dan ketentuan perpajakan yang berlaku. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan studi literatur dan wawancara. Hasil penelitian diperoleh informasi bahwa pajak pertambahan nilai dikenakan terhadap pengemudi/mitra selaku pengguna jasa aplikasi yang disediakan oleh operator ojek *online*. Transaksi penyerahan aplikasi yang dilakukan operator ojek *online* tidak memenuhi unsur sebagai pengusaha eceran karena sudah ada kontrak di antara kedua belah pihak. Sehingga berdasarkan ketentuan perpajakan, seharusnya operator ojek *online* membuatkan faktur pajak untuk setiap penyerahan tersebut, terlepas dari pengguna aplikasi mempunyai npwp atau tidak.

Kata Kunci : pajak pertambahan nilai, digital ekonomi, transportasi online^[U1], faktur pajak, jasa kena pajak

1. Pendahuluan

Berdasarkan kajian Google-A.T Kearney tahun 2017, sebanyak US\$ 3 miliar dolar Amerika Serikat investasi asing mengalir untuk bisnis digital di Indonesia. Di Indonesia sendiri pada tahun 2019, sudah ada 5 *Unicorn* yang ada yaitu Gojek, Tokopedia, OVO, Traveloka, dan Bukalapak (Franedya 2019). Menurut laporan e-Conomy SEA (Google Temasek 2018), ekonomi digital Indonesia terbesar dan memiliki pertumbuhan yang tercepat se-Asia Tenggara yaitu sebesar US\$27 miliar atau Rp391 triliun dan diprediksikan mencapai US\$100 pada tahun 2025.

Laporan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2018 mengungkapkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 64% yaitu 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk 264,16 juta jiwa. Selain jumlah penduduk Indonesia yang besar, secara nasional Indonesia mempunyai Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar dibandingkan negara-negara lainnya di kawasan Asia Tenggara yaitu sebesar Rp14.837 triliun (Kusnandar, Databoks 2019). Ekonomi digital di Indonesia mulai berkembang, hal ini terlihat dari banyaknya perusahaan rintisan berbasis digital.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan industri 4.0, tidak bisa dimungkiri ekonomi digital akan semakin berkembang di Indonesia. Ekonomi digital Indonesia merupakan pasar yang strategis bagi berbagai penjual baik dari dalam maupun luar negeri. Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia menyampaikan bahwa kebangkitan ekonomi digital Indonesia mencapai US\$130 miliar pada 2020 (ANTARA 2018). Ekonomi digital menjadi peluang yang menjanjikan bagi Indonesia. Laporan lembaga riset McKinsey memperkirakan potensi ekonomi digital Indonesia dapat mencapai USD65 miliar pada tahun 2022 (Kementerian Sekretaris Negara 2019).

Berdasarkan riset Google, Temasek dan Bain & Company, pangsa pasar (*gross merchandise value*) layanan ojek *online* Indonesia memiliki nilai dan pertumbuhan yang paling besar dalam kawasan Asia Tenggara. Pada tahun 2015, Indonesia sudah menjadi pangsa pasar terbesar dengan nilai *gross merchandise value* sebesar US\$980 juta. Pada tahun 2019, pangsa pasar tumbuh menjadi US\$5,7 miliar. Sedangkan pada tahun 2025 diperkirakan pangsa pasar ojek *online* Indonesia tetap menjadi yang tertinggi diatas Singapore, Thailand, Filipina, Vietnam, dan Malaysia yaitu dengan mengalami peningkatan secara signifikan menjadi US\$18 miliar (Kusnandar, Databoks 2019). Selain itu, pada tahun 2018 ekonomi digital memberikan kontribusi terhadap ekonomi nasional sedikit diatas rerata ASEAN yaitu sebesar 2,9% dari PDB Indonesia, Vietnam dan Singapura menjadi negara yang berada di atas Indonesia (Jayani 2019).^[U2]

Selain memberikan kontribusi terhadap PDB Indonesia, ekonomi digital direalisasikan dengan menerapkan teknologi digital terhadap usaha yang sebelumnya sudah ada. Salah satu usaha yang sudah dikembangkan dengan memanfaatkan teknologi digital adalah ojek. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ojek adalah sepeda atau sepeda motor yang ditambahkan dengan cara memboncengkan penumpang atau penyewanya. Ojek merupakan transportasi umum tidak resmi di Indonesia yang sudah ada sejak tahun 1969 (Benmetan, 2017). Seiring dengan perkembangan zaman, ojek yang memanfaatkan teknologi digital

disebut dengan ojek *online*. Di Indonesia, ojek *online* mulai bermunculan pada tahun 2015. Pada awalnya hanya ada dua operator ojek *online* yaitu Gojek dan Grab, setelah itu muncul berbagai ojek *online* seperti Uber, Maxim, Nujek dan lainnya.

Munculnya berbagai ojek *online* dan besarnya minat pengguna ojek *online* di Indonesia menimbulkan lapangan kerja baru yaitu sebagai pengemudi ojek *online*. Berdasarkan riset Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) menyebutkan bahwa pada tahun 2018 rata-rata penghasilan mitra Gojek sudah melebihi upah minimum kabupaten/kota(UMK) yaitu sebesar Rp4,9 juta per bulan, sedangkan UMK Jabodetabek sebesar Rp3,8 juta per bulan. Penghasilan yang lumayan dan tidak membutuhkan keahlian khusus menjadi daya tarik utama masyarakat berlomba-lomba mendaftar menjadi pengemudi ojek *online*. Kepala Badan Pusat Statistik (BPS), Suhariyanto mengatakan bahwa kehadiran ojek *online* membantu menurunkan angka pengangguran di sektor informal. Oleh karena itu, secara tidak langsung ojek *online* memiliki peran dalam menggerakkan perekonomian Indonesia dengan mengurangi jumlah pengangguran. Hal ini didukung pernyataan Presidium Nasional Gerakan aksi Roda Dua (GARDA) yang mengungkapkan bahwa saat ini ada lebih dari 4 juta pengemudi ojek *online* yang tersebar di seluruh Indonesia (Kumparan.com 2020).

Begitu banyaknya jumlah pengemudi ojek *online* di Indonesia menimbulkan sebuah pertanyaan tentang bagaimana pemenuhan kewajiban perpajakannya. Menurut pengamat pajak Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) Reza Hafiz, memisalkan sebuah operator ojek *online* memiliki 2000 mitra dengan rata-rata penghasilan atas jasanya Rp200 ribu per hari. Dengan demikian dalam satu hari didapat penghasilan Rp400juta, dari nilai tersebut jika dikenakan PPN 10 persen menjadi Rp40 juta. Dalam satu bulan potensi PPN 2000 mitra mencapai Rp1,2 miliar dan Rp14 miliar dalam setahun (Okezone 2016). Pengandaian potensi pajak diatas terbatas untuk 2000 mitra dan jenis Pajak Pertambahan Nilai, jika digabungkan dengan informasi sebelumnya yang menyatakan jumlah pengemudi ojek *online* sekitar 4 juta dan penyerahan jasa yang bermacam-macam dapat dibayangkan betapa besarnya potensi Pajak Pertambahan Nilai yang dapat dimaksimalkan dari ojek *online*.

Ojek *online* yang ada di Indonesia pada umumnya memiliki perusahaan atau badan usaha tetap yang berlokasi di Indonesia. Oleh karena itu, seharusnya pengenaan Pajak Pertambahan Nilai terhadap penyerahan jasa aplikasi antara operator dengan mitra dapat dikenakan. Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa Dan Pajak Penjualan Barang Mewah Sebagaimana Telah Beberapa Kali Diubah Terakhir Dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2009 pada dasarnya mengatur semua transaksi dikenakan Pajak Pertambahan Nilai kecuali yang dikecualikan dalam Undang-Undang. Dalam proses bisnis ojek *online* terdapat sistem bagi hasil antara operator ojek *online* dengan mitra, besaran bagi hasil ada yang 20% dan 10%. Dengan demikian selain melakukan penyerahan jasa kepada pelanggan, operator ojek *online* juga melakukan penyerahan jasa aplikasi kepada mitra yaitu atas jasa mempertemukan antara pelanggan dengan mitra (pengemudi ojek).

Aplikasi *online* seringkali disebut *eservice*. *Eservice* [13] merupakan suatu layanan atau jasa yang diserahkan melalui internet atau dalam jaringan elektronik. Selain itu, peran manusia dalam *eservice* umumnya minim dan penyerahannya tidak dapat dilakukan tanpa adanya teknologi informasi. Kollman (2019) menjelaskan bahwa syarat umum pengenaan

PPN atas *eservice* adalah adanya hubungan langsung antara penyerahan dengan manfaat yang diterima pengguna. Sementara itu, dalam transaksi *eservice* tanpa perlu adanya pembayaran secara faktual oleh pengguna transaksi telah dianggap sebagai penyerahan karena terdapat pihak yang mendapatkan manfaat atas *eservice* yang digunakannya. Pihak yang memanfaatkan jasa diidentifikasi melalui registrasi sukarela yang dilakukan pengguna. Apabila pengguna tidak melakukan registrasi, identifikasi pengguna tetap dapat dilakukan melalui pelacakan *internet protocol* (IP) dan *cookies*. Oleh karena itu, *eservice* pada dasarnya memenuhi kriteria penyerahan jasa sebagaimana dalam transaksi *offline* sehingga terutang PPN. Dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya PPN atas transaksi *eservice* tetap dikenakan sesuai dengan ketentuan PPN atas transaksi jasa yang dilakukan secara *offline*. Akan tetapi, dalam lingkup akses internet tanpa batas kadang penentuan pihak yang benar-benar mendapat manfaat sulit ditentukan.

Atas penyerahan jasa aplikasi, dalam pasal 4A ayat 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Penjualan Barang Mewah tidak termasuk dalam jasa yang dikecualikan. Selain itu, dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 80 Tahun 2012 Tentang Jasa Angkutan Umum Di Darat Dan Jasa Angkutan Umum Di Air Yang Tidak Dikenai Pajak Pertambahan Nilai mendefinisikan kendaraan yang termasuk angkutan umum (tidak dikenakan PPN) adalah kendaraan yang menggunakan tanda nomor kendaraan dengan dasar kuning dan tulisan hitam, sedangkan kendaraan ojek *online* tidak demikian. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian di lapangan untuk mengetahui proses bisnis, pengenaan, hambatan dan cara memaksimalkan pengenaan pajak pertambahan nilai atas penyerahan jasa aplikasi pada ojek *online*.

Berdasarkan penelusuran, penulis belum banyak mendapati penelitian tentang pajak pertambahan pada ojek *online* ini. Penelitian terhadap pajak terhadap ekonomi digital yang bersifat secara umum sudah banyak dilakukan, seperti pajak terhadap ekonomi digital (Wijaya & Utamawati, 2018; Rum et al., 2018; Az'mi, 2019; Putri, 2019; Ngasuko, 2019; Firmansyah, 2020; Suwardi et al., 2020; Miftahudin & Irawan, 2020; Carolina & Inayati, 2021; Faifitasari, 2021), pajak atas *e-commerce* (Cahyadi & Margana, 2018; Arimbhi et al., 2019; Adam & Astin, 2019, Kornawan, 2019; Hasanudin et al., 2020; Safira, 2020; Ridayati et al., 2020; Haryadi & Sari, 2020; Sukarno et al., 2020; Hadadi, 2021), proses bisnis ojek online (Amajida, 2016; Anindhita et al., 2016; Roesdijanto et al., 2016; Anggriana et al., 2017; Anwar, 2017; Verasatiwi & Wulan, 2018), dan kepatuhan wajib pajak pengemudi ojek online (Ramadhani, 2017; Chandra & Arfianti, 2018; Meiyanti & Mulyani, 2019; Widyaputra, 2019). Sedangkan penelitian Indriana (2016) terkait mekanisme dan upaya pemungutan pajak pertambahan nilai terhadap jasa pengiriman paket melalui layanan *instant courier* ojek *online* merupakan penelitian yuridis normatif yang lebih kepada mekanisme awal sehingga perusahaan penyelenggara aplikasi tersebut wajib mengukuhkan diri sebagai pengusaha kena pajak. Penelitian yang dilakukan oleh penulis melihat dari sisi perusahaan penyelenggara sudah berstatus sebagai pengusaha kena pajak dan bagaimana selama ini pemungutan pajak pertambahan nilai kepada konsumen berupa mitranya apakah telah sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku, hambatannya, dan pengawasan yang sudah dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak.

2. Metode

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi, pengamatan, dan wawancara. Dokumentasi dilakukan dengan mempelajari secara rinci kontrak kerjasama antara perusahaan penyelenggara aplikasi ojek *online* dengan mitra ojek *online* ataupun resto. Hal ini sebagai bukti otentik karena tidak ada perwakilan perusahaan penyelenggara ojek *online* yang bersedia menjadi narasumber. Pengamatan dilakukan dengan terjun langsung sebagai konsumen ojek *online* dan resto yang bekerja sama dengan perusahaan penyelenggara ojek *online*. Wawancara dilakukan dengan tiga pihak, yaitu mitra yang terdiri dari resto (Tn. A) dan ojek *online* (Tn. B). Hal ini dilakukan untuk menggali lebih dalam terhadap mitra yang berlaku sebagai konsumen *e-service* dari aplikasi yang diselenggarakan perusahaan ojek *online*. Sedangkan petugas Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang merupakan *account representative* (Tn. C) dengan tugas melakukan pengawasan terhadap pemenuhan ketentuan perpajakan yang dilakukan oleh salah satu wajib pajak yang bergerak di sektor transportasi *online* [14]. Hal ini merupakan upaya untuk mengetahui perlakuan perpajakan yang dijalankan oleh perusahaan penyelenggara transportasi *online* tersebut dan pengawasan yang sudah dilakukan oleh DJP. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil dokumentasi, pengamatan, dan wawancara dengan ketentuan perpajakan yang berlaku, yaitu Undang-Undang PPN 1984 dan peraturan turunannya.

3. Hasil dan Pembahasan

Operator ojek *online* menegaskan tujuan bisnisnya dalam bagian ketentuan dan layanan. Gojek menyatakan dengan jelas bahwa Gojek adalah perusahaan teknologi, bukan merupakan perusahaan transportasi, kurir, pos, jasa pengantaran, logistik, keuangan, dan lain-lain. Semua layanan disediakan oleh pihak ketiga yang independen yang tidak dipekerjakan oleh Gojek. Sementara dalam ketentuan dan layanan Grab dijelaskan bahwa Grab hanyalah penyedia layanan aplikasi dan karena itu tidak bertanggung jawab atas klaim, kerugian atau kerusakan yang ditimbulkan pengemudi.

Berdasarkan informasi yang berasal dari dokumentasi tersebut dapat disimpulkan bahwa operator ojek *online* merupakan perusahaan teknologi atau penyedia layanan aplikasi, bukan sebagai pihak yang melakukan penyerahan atas jasa transportasi, kurir, logistik, dan lainnya. Pihak ketiga merupakan pihak independen karena bukan bekerja dengan berdasarkan sistem upah melainkan dengan sistem bagi hasil. Selain itu, tidak ada hubungan kerja layaknya atasan dan bawahan tetapi merupakan hubungan kemitraan yang mempunyai kedudukan yang sama dan saling membutuhkan.

Operator ojek *online* melakukan perekrutan untuk mendapatkan pengemudi atau biasa disebut dengan mitra. Untuk dapat menjadi mitra, pengemudi ojek harus memenuhi beberapa syarat yaitu memiliki kendaraan pribadi lengkap dengan STNK yang aktif, berumur minimal

17 tahun dan maksimal 55 tahun, memiliki SIM C yang masih berlaku dan harus memiliki *smartphone* dengan RAM minimal 1 GB. Selain itu, setelah pengemudi lolos syarat tersebut maka harus melakukan penandatanganan persetujuan kontrak.

Berdasarkan dokumen kontrak tersebut, tidak disebutkan secara jelas pola kemitraan yang digunakan antara operator dengan pengemudi di dalam kontrak. Akan tetapi, berdasarkan Pasal 26 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Pasal 2 sampai Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan dapat disimpulkan bahwa sistem kemitraan yang mengikat antara operator dan pengemudi ojek merupakan pola bentuk kemitraan lainnya. Hal ini dikarenakan terdapat sistem bagi hasil penghasilan yaitu 80% bagi pengemudi dan 20% bagi operator.

Operator ojek *online* beroperasi menggunakan sistem informasi yang canggih. Operator menggunakan aplikasi (perangkat lunak) yang berbasis sistem operasi android dan IOS sebagai sarana tempat mempertemukan pengemudi dengan pelanggan. Aplikasi ini harus dipasang dalam perangkat keras yaitu *smartphone* baik yang digunakan oleh pengemudi maupun pelanggan. Dalam perangkat keras tersebut terdapat perangkat *general positioning system* (GPS) yang berfungsi memberikan informasi posisi dari pengemudi dan pelanggan. Dengan algoritma tertentu milik operator, pelanggan akan dicarikan pengemudi yang sesuai berdasarkan kriteria tertentu, misalnya pengemudi yang berada di lokasi terdekat atau pengemudi dengan penilaian terbaik. Selain itu, semua informasi terkait penyediaan layanan yaitu seperti data pengemudi, pelanggan, koordinat lokasi, data saldo uang elektronik dan lainnya disimpan dalam suatu basis data. Informasi yang terdapat dalam aplikasi milik pengemudi, pelanggan dan basis data saling terhubung dengan jaringan internet. Prosedur penanganan setiap tahapan dalam aplikasi dilakukan dengan mengikuti *Standard Operating Procedure* seperti SOP Pemesanan, SOP Pembayaran, dan lainnya

Pemerintah menjadi pihak eksternal yang sangat penting dalam menentukan proses dan kelanjutan bisnis perusahaan operator ojek *online*. Pemerintah berperan dalam menerbitkan aturan-aturan terkait angkutan umum dan kebijakan ekonomi. Pemerintah berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas Angkutan Jalan (LLAJ) tidak memasukkan sepeda motor (ojek) sebagai angkutan umum. Namun, Menteri Perhubungan berdasarkan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan membuat diskresi atas penggunaan sepeda motor sebagai angkutan umum karena sudah terjadi secara masif di masyarakat dan belum ada aturannya. Untuk menjamin kepentingan dan keselamatan umum, negara melakukan pengaturan dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 118 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus mengatur terkait tarif batas bawah batas atas dan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 12 Tahun 2019 tentang Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor yang digunakan untuk Kepentingan Masyarakat dengan tujuan menjamin keselamatan pengguna ojek *online*.

Berdasarkan dokumentasi juga diketahui aliran proses penyerahan jasa perantara dalam aplikasi antara pelanggan, pengemudi, dan sistem/operator adalah sebagai berikut. Pelanggan/*user* melakukan *login* ke dalam aplikasi sampai dengan berhasil, setelah itu pelanggan memilih jenis layanan yang akan dipesan dalam hal ini adalah jasa pengantaran (goride, grabbike) dan memasukkan data terkait detail pemesanan. Sistem atau operator ojek *online* akan meneruskan informasi ini ke *driver* sesuai dengan algoritma operator. Setelah menerima data pemesanan, *driver* akan melakukan konfirmasi di dalam aplikasi, jika *driver* menolak order maka sistem akan mencarikan *driver* yang lain. Setelah mendapatkan *driver*, Informasi diteruskan kepada pelanggan dan *driver* langsung menuju lokasi pelanggan sesuai data yang diterima sebelumnya. Pengemudi ojek kemudian melakukan pengantaran sampai dengan tempat tujuan.

Setelah selesai, berdasarkan pengamatan penulis, pelanggan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dengan kas ataupun uang elektronik. Dalam hal menggunakan uang elektronik, saldo uang elektronik milik pelanggan akan berkurang dan saldo milik *driver* akan bertambah sesuai dengan biaya perjalanan. Terakhir, pelanggan melakukan penilaian di dalam aplikasi ojek *online* terhadap performa *driver* selama melakukan pengantaran.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan *account representative* operator ojek *online* (Tn C), didapatkan informasi bahwa dalam sehari sekitar ratusan ribu jasa perantara diserahkan oleh operator pada aplikasi ojek *online*. Nilai yang menjadi dasar sebagai pengenaan PPN adalah sebesar imbal hasil yang diterima oleh operator yaitu sebesar 20% dari omset. Sebagai contoh, jika biaya ojek *online* dari PKN STAN ke Mall Bintaro Exchange adalah Rp20.000 maka sebesar Rp4.000 merupakan nominal yang menjadi penghasilan operator ojek *online* dan nominal tersebut menjadi dasar pengenaan PPN.

Selain itu, jumlah pengemudi ojek *online* yang besar ternyata tidak semuanya memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). 30% pengemudi ojek *online* memiliki NPWP dan sebanyak 70% pengemudi ojek *online* tidak memiliki NPWP. Oleh karena itu, faktor pengenaan Pajak Pertambahan Nilai atas pengemudi yang memiliki NPWP dibuat seperti biasa yaitu dengan dibuat faktur pajaknya. Namun, bagi pengemudi yang tidak memiliki NPWP maka faktur pajak atas pengenaan PPN nya diperlakukan seperti pedagang eceran sehingga Pajak Pertambahan Nilai tetap dipungut dengan faktur pajak digunggung dan dianggap penyerahan pada pengguna akhir.

Berdasarkan Pasal 20 ayat 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah Sebagaimana Telah Beberapa Kali Diubah Terakhir dengan Undang-Undang 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 menjelaskan

bahwa Pengusaha Kena Pajak Pedagang Eceran melakukan penyerahan Jasa Kena Pajak



dengan 3 cara sebagai berikut:

- melalui suatu tempat penyerahan jasa secara langsung kepada konsumen akhir atau langsung mendatangi dari satu tempat konsumen akhir ke tempat konsumen akhir lainnya;
- dilakukan secara langsung kepada konsumen akhir, tanpa didahului dengan penawaran tertulis, pemesanan tertulis, kontrak, atau lelang; dan
- pada umumnya pembayaran atas penyerahan jasa dilakukan secara tunai.

Poin kedua yaitu penyerahan dilakukan secara langsung kepada konsumen akhir menjadi poin yang harus diperhatikan. Untuk melihat lebih jelas konsumen akhir sehingga dapat ditentukan PKP operator ojek *online* termasuk sebagai pedagang eceran atau tidak dapat dengan ilustrasi aliran penyerahan jasa sebagai berikut.

Gambar 1 Proses Transaksi Penyerahan Jasa Aplikasi *Online*

Sumber: Diolah penulis

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen akhir adalah pengguna atau pemakai akhir dari suatu produk. Dengan kata lain, konsumen akhir melakukan konsumsi secara langsung barang tersebut, dan tidak digunakan atau dimanfaatkan untuk kegiatan produksi atau perdagangan. Menurut gambar aliran penyerahan jasa diatas, operator ojek *online* melakukan penyerahan jasa perantara melalui aplikasi kepada pengemudi ojek. Pengemudi ojek setelah mendapatkan pelanggan, melakukan penyerahan jasa pengantaran pada konsumen akhir/pelanggan. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengemudi ojek bukan merupakan konsumen akhir karena operator ojek *online* menyerahkan jasa perantara kepada pengemudi ojek yang atas jasa tersebut digunakan oleh pengemudi ojek untuk menyerahkan jasa pengantaran kepada konsumen akhir. Dengan demikian, operator ojek *online* tidak dapat dikategorikan sebagai Pengusaha Kena Pajak Pedagang Eceran. Dengan diambilnya kebijakan oleh petugas DJP menjadi dipersamakan dengan pedagang eceran menyebabkan faktor pajak dibuat dengan

cara digunggung. Perbedaan faktor pajak digunggung dan tidak digunggung seperti pada tabel berikut.

Tabel Perbandingan Faktor Pajak Tidak Digunggung dan Digunggung

No.	Faktor Pajak yang Tidak Digunggung	Faktor Pajak yang Digunggung
1.	Memuat keterangan lengkap sesuai ketentuan Pasal 13 ayat (5) UU PPN	Memuat keterangan sesuai ketentuan Pasal 13 ayat (5) UU PPN, tetapi dapat tidak mencantumkan keterangan sebagaimana dimaksud Pasal 13 ayat (5) huruf b dan huruf g UU PPN
2.	Nomor Seri Faktur Pajak (NSFP) harus menggunakan NSFP yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak	Kode dan NSFP dapat berupa nomor nota, kode nota, atau ditentukan sendiri oleh PKP Pedagang Eceran
3.	Dilaporkan secara lengkap pada Formulir 1111 A2 SPT Masa PPN per transaksi	Cukup diisi jumlah DPP Penyerahan dan PPN yang telah dipungut pada Formulir 1111 AB SPT Masa PPN tanpa rincian per transaksi

Sumber: artikel ddtc.co.id

Berdasarkan Pasal 13 Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai disebutkan bahwa Pengusaha Kena Pajak memiliki kewajiban untuk menerbitkan faktur pajak. Faktur pajak dibuat berdasarkan status Pengusaha Kena Pajak bukan tergantung pada kondisi penerima jasa dalam hal ini pengemudi ojek.

Dengan demikian, kondisi pengemudi ojek tidak dapat digunakan sebagai titik acuan yang mendasari pembuatan faktur pajak. Yang menjadi dasar adalah kondisi dari PKP operator ojek *online* saat melakukan penyerahan. Sesuai dengan keterangan sebelumnya bahwa PKP operator ojek *online* tidak dapat dikategorikan sebagai PKP pedagang eceran, karena terdapat kontrak antara perusahaan penyelenggara aplikasi dengan mitranya. Oleh karena itu, PKP operator ojek *online* seharusnya membuat faktur pajak atas semua transaksinya dengan pengemudi ojek baik yang memiliki NPWP maupun yang tidak memiliki NPWP.

Operator ojek *online* seharusnya dapat memiliki data yang lengkap terkait pengemudi/*driver* dari dokumen kontrak. Jika dari awal sudah disiapkan, maka akan memudahkan dalam melakukan administrasi pembuatan faktur pajak. Setelah data terkait faktur pajak lengkap, Pengusaha Kena Pajak operator ojek *online* dapat memungut PPN pengemudi ojek dengan menggunakan faktur pajak gabungan. Atas satu faktur pajak gabungan untuk satu pengemudi ojek dalam 1 bulan kalender (masa pajak) berisi sejumlah transaksi penyerahan jasa perantara yang terjadi antara PKP operator ojek dengan setiap pengemudi. Dengan menggunakan faktur pajak gabungan akan membuat administrasi faktur pajak jauh lebih efisien.

Selain itu, PKP operator ojek *online* dapat mengajukan permohonan untuk menggunakan *e-faktur*. Dengan *e-faktur*, administrasi faktur pajak gabungan yang sudah efisien akan menjadi lebih mudah dan efisien. Hal ini terjadi karena semua data transaksi dalam faktur pajak akan tersimpan dalam *server*. Dengan demikian, operator ojek *online* akan lebih maksimal dalam melakukan pemenuhan kewajiban perpajakan pembuatan faktur pajak menggunakan *e-faktur*. Sebagai perusahaan dengan teknologi yang canggih seharusnya operator ojek *online* mudah untuk mengaplikasikan *e-faktur*.

Jika terpaksa Pengusaha Kena Pajak operator ojek *online* tidak dapat mempunyai data Nomor Pokok Wajib Pajak pengemudi ojek/mitra, berdasarkan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor 26 Tahun 2017 tentang Perubahan Atas PER-16/PJ/2014 menjelaskan bahwa faktur pajak tetap harus diterbitkan dengan mengganti isian kolom NPWP dengan 00.000.000.0-000.000. Oleh karena itu, tidak ada alasan yang membuat faktur pajak tidak dapat diterbitkan.

Ada beberapa hambatan yang menyebabkan pengenaan Pajak Pertambahan Nilai belum maksimal. Hambatan yang pertama yaitu banyaknya jumlah transaksi. Operator ojek *online* beroperasi meliputi hampir seluruh kota-kota besar di Indonesia. Jumlah pengemudi atau mitra berdasarkan estimasi Gerakan Aksi Roda (GARDA) mencapai 4 juta mitra. Dalam sehari sekitar ratus ribuan transaksi yang terjadi. Oleh karena itu, perusahaan tidak dapat dengan tepat membedakan pengemudi mana yang memiliki atau tidak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Dengan demikian, PKP operator ojek *online* tidak dapat membedakan perlakuan dalam pembuatan faktur pajaknya sehingga faktur pajak yang ada digunggung dan tidak digunggung tidak berdasarkan kriterianya. Selain itu, kantor pajak menerima data transaksi secara kumulatif. Jumlah transaksi harian yang besar apabila diterima untuk setiap bulan jumlahnya akan menjadi sangat besar. Hal ini membuat pegawai pajak menjadi lebih susah dalam menganalisa data transaksi Wajib Pajak.

Hambatan yang kedua yaitu perjanjian kontrak. Selain menjalin kemitraan dengan pengemudi ojek, operator ojek juga menjalin kemitraan dengan banyak pihak seperti restoran, bioskop, swalayan, dan lainnya. Narasumber Tn A dan Tn B tidak menyebutkan secara jelas berapa persentase bagi hasil untuk masing-masing layanan. Namun, narasumber menginformasikan bahwa ada ketidaksamaan persentase bagi hasil. Hal ini menjadi hambatan karena dengan persentase bagi hasil yang berbeda-beda akan mempengaruhi perhitungan dasar pengenaan PPN. Faktur pajak yang belum dilakukan administrasi dengan baik oleh PKP mengakibatkan kebingungan, ditambah dengan beragamnya dasar pengenaan pajak atas mitra yang berbeda menyebabkan pegawai pajak lebih sulit untuk melihat kebenaran pengenaan Pajak Pertambahan Nilai.

Hambatan ketiga yaitu sistem bagi hasil antara Grab dengan OVO. Grab sebelumnya melakukan meluncurkan uang elektronik sendiri yaitu Grab Pay, namun karena tidak lolos

lisensi Bank Indonesia maka Grab melakukan *strategic partnership* dengan PT.Visionet International. Perusahaan ini merupakan milik Grup Lippo yang menanamkan uangnya di *ventura capital* yang melakukan pendanaan di Grab. Narasumber Tn A dan Tn B tidak menyebutkan dengan jelas seperti apa sistem dan bagi hasil Grab dan OVO. Namun, dapat diambil kesimpulan bahwa Grab dan OVO membentuk *strategic partnership* dan ada potensi transaksi terkait hubungan istimewa sehingga pegawai pajak harus lebih teliti dalam melakukan pengujian pemenuhan kewajiban perpajakan Wajib Pajak.

Sesuai dengan kondisi yang telah disebutkan dalam ulasan sebelumnya dan berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber Tn C, didapatkan informasi bahwa pegawai pajak memaksimalkan pengawasan pengenaan Pajak Pertambahan Nilai dengan melakukan ekualisasi data SPT. Data internal seperti data SPT Masa, SPT Badan dibandingkan dengan data pembayaran dan pelaporan. Data pajak masukan-pajak keluaran, alat keterangan dan laporan keuangan juga digunakan untuk memaksimalkan pengujian pemenuhan kewajiban perpajakan Pajak Pertambahan Nilai. Selain itu, pegawai pajak menggunakan data eksternal yaitu dengan informasi lain yang di dapat dari mitra, rekanan, lawan transaksi, jurnal, *website*, media massa dan sumber eksternal lainnya.

SIMPULAN

Operator ojek *online* merupakan perusahaan teknologi atau penyedia layanan aplikasi, bukan merupakan perusahaan transportasi, kurir, pos, jasa pengantaran, logistik, keuangan, dan lain-lain. Operator ojek *online* menjalin hubungan dengan pihak ketiga independen menggunakan pola bentuk kemitraan lainnya, yaitu dengan sistem bagi hasil yang ditentukan besarnya dalam perjanjian kerja sama kemitraan.

PKP operator ojek *online* melakukan pemungutan PPN kepada mitra yang memiliki NPWP dengan membuat faktur pajak. Akan tetapi, bagi mitra yang tidak memiliki NPWP diperlakukan seperti pedagang eceran atau penyerahan pada konsumen akhir sehingga PPN disetor dan dilaporkan menggunakan PPN digunggung atau tidak dibuat faktur pajaknya. Berdasarkan peraturan perundang-undangan, pembuatan faktur pajak dibuat dengan memperhatikan kondisi PKP operator ojek *online*, bukan penerima jasa. Selain itu, PKP operator ojek *online* tidak dapat dikategorikan sebagai pedagang eceran sehingga faktur pajak seharusnya dibuat tidak digunggung. Jika data NPWP tidak lengkap, faktur pajak harus tetap dibuat dengan mengganti isian kolom NPWP dengan 00.000.000.0-000.000.

Terdapat 3 hambatan saat pengenaan PPN penyerahan jasa aplikasi ojek *online* yaitu jumlah transaksi yang sangat besar, perbedaan persentase bagi hasil antar mitra yang berbeda (pengemudi, resto, kafe, dan lainnya dan adanya *strategic partnership* dengan PT.Visionet International (OVO) yang berpotensi memiliki hubungan istimewa.

Pegawai pajak memaksimalkan pengenaan PPN penyerahan jasa aplikasi ojek *online* dengan melakukan ekualisasi data internal dan data eksternal. Data-data tersebut meliputi data SPT masa, SPT Badan, data pembayaran, data pelaporan, data pajak masukan-pajak

keluaran, alat keterangan, laporan keuangan, dan informasi Wajib Pajak yang didapat dari media massa, *website*, sumber lainnya.

Pengusaha Kena Pajak operator ojek *online* dapat memaksimalkan administrasi pembuatan faktur pajak dengan menggunakan faktur pajak gabungan dan *e-faktur*. Dengan faktur pajak gabungan maka untuk satu mitra setiap 1 bulan kalender cukup dibuat 1 faktur yang di dalamnya berisi data terkait transaksi yang terjadi. Selain itu dengan menggunakan *e-faktur* akan jauh menghemat sumber daya karena data faktur dalam bentuk elektronik akan disimpan dalam *server*. Sebagai perusahaan dengan teknologi yang canggih, seharusnya PKP operator ojek *online* dapat melakukan administrasi faktur pajak elektronik dengan baik. Selain itu, untuk menganalisa data yang sangat besar maka Direktorat Jenderal Pajak dapat meminta bantuan tenaga ahli *Data Scientist* atau *Data Analyst* untuk melihat potensi dari pemenuhan kewajiban perpajakan yang belum baik dari PKP operator ojek *online*.

DAFTAR PUSTAKA^[U5]

- [1] Adam D V., Astin IP. Kebijakan pengenaan pajak atas transaksi perdagangan online (e-commerce). *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi) 2019;2:220–6.*
- [2] Amajida FD. Kreativitas digital dalam masyarakat risiko perkotaan: Studi tentang ojek online “Go-Jek” di Jakarta. *Informasi 2016;46:115–28.*
- [3] Anindhita W, Arisanty M, Rahmawati D. Analisis penerapan teknologi komunikasi tepat guna pada bisnis transportasi ojek online (studi pada bisnis Gojek dan Grab Bike dalam penggunaan teknologi komunikasi tepat guna untuk mengembangkan bisnis transportasi). *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC, 2016.*
- [4] Anggriana R, Qomariah N, Santoso B. Pengaruh harga, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek online “OM-JEK” Jember. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia 2017;7.*
- [5] Annur CM. Rata-rata penghasilan mitra Gojek lebih upah minimum, ada yang belum. *Katadata 2019.*
- [6] ANTARA. Nilai ekonomi digital bakal tembus USD 130 miliar di 2020. *Tempo 2018.*
- [7] Anwar AA. Online vs konvensional: Keunggulan dan konflik antar moda transportasi di Kota Makassar. *ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia 2017:220–46.*
- [8] App Annie. *The state of mobile 2019.* San Francisco: App Annie; 2019.
- [9] Arimbhi P, Susanto I, Ghany SK. Proses bisnis dan aspek pemungutan pajak atas transaksi e-commerce dalam era revolusi industri 4.0. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah untuk Mewujudkan Masyarakat Madani 2019;6:53–67.*
- [10] Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia. *Penetrasi & profil perilaku pengguna internet Indonesia.* APJII; 2018.
- [11] Australian Taxation Office. *GST on imported services and digital products 2017.* GST on imported services and digital products.
- [12] Az’mi YU. *Perpajakan di era ekonomi digital: Indonesia, India, dan Inggris.* Surabaya: Universitas Wijaya Kusuma Surabaya; 2019.
- [13] Benmetan T. Sekelumit cerita tentang sejarah “ojek” di Indonesia. Yuk cari tahu!

- Goodnewsfromindonesia 2017.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2017/09/18/sekelumit-cerita-tentang-sejarah-ojek-di-indonesia-yuk-cari-tahu> (diakses 17 April 2020).
- [14] Bohang FK. Berapa jumlah pengguna dan pengemudi Go-Jek? Kompas 2017.
- [15] Cahyadini A, Margana IO. Kebijakan optimasi pajak penghasilan dalam kegiatan e-commerce. *Veritas Et Justitia* 2018;4:358–87.
- [16] Carolina A, Inayati I. Analisis strategi pemerintah dalam upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak youtuber di Indonesia. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia* 2021;6:533–49.
- [17] Chandra CA, Arfianti RI. Pengaruh tingkat pemahaman pajak, kualitas pelayanan publik, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor roda dua di DKI Jakarta (studi kasus pengendara ojek online). *Jurnal Akuntansi* 2018;7.
- [18] Faifitasari JR. Analisis pajak penghasilan pemotongan dan pemungutan atas aplikasi streaming musik Spotify ditinjau dari teori economic presence. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Journal)* 2021;4:44–51.
- [19] Firmansah B. Analisis kesiapan otoritas pajak dalam pemajakan atas ekonomi digital. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)* 2020;5:13–22.
- [20] Franedy R. RI kini punya startup unicorn ke-5, namanya OVO. *CNBC Indonesia* 2019.
- [21] Google Temasek. Southeast Asia’s internet economy hits an inflection point. *Google Temasek* 2018.
- [22] Google, Kearney AT. *Indonesia venture capital outlook 2017* 2017.
- [23] Hadadi MF. Pembebanan pajak penghasilan bagi pemilik toko daring. *Jurnal Education and Development* 2021;9:209.
- [24] Hafisah MJ. *Kemitraan usaha: Konsepsi dan strategi*. Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan; 2000.
- [25] Hartman S. *Net ready - strategies for success in the e-economy*. United States: McGraw Hill; 2000.
- [26] Haryadi B, Sari A. Menakar potensi penerimaan negara atas pajak e-commerce, tarik ulur regulasi dan hambatan penerimaan pajak: Suatu kajian literatur. *Jurnal Riset dan Aplikasi: Akuntansi dan Manajemen* 2020;4:331–41.
- [27] Hasanudin AI, Ramdhani D, Giyantoro MDB. Kepatuhan wajib pajak online shopping di Jakarta: Urgensi antara e-commerce dan jumlah pajak yang disetor. *Tirtayasa Ekonomika* 2020;15:65–85.
- [28] Indriana NT. Mekanisme dan upaya pemungutan pajak pertambahan nilai terhadap jasa pengiriman paket melalui layanan instant courier ojek online dihubungkan dengan Undang-Undang No. 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai. 2016.
- [29] Jayani DH. *Ekonomi digital menyumbang 2,9% PDB Indonesia*. Databoks 2019.
- [30] *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*. KBBI daring n.d. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/> (diakses 17 April 2020).
- [31] Katadata. *Inilah potensi ekonomi digital Indonesia*. Databoks 2017.
- [32] Sugiarto EC. *Ekonomi digital: The new face of Indonesia’s economy*. Kementerian Sekretariat Negara 2019.

-
- [33] Korniwawan R. Proses negosiasi Pemerintah Indonesia di dalam rencana kebijakan pajak e-commerce: Analisa komparatif. *Research Fair Unisri* 2019;3.
- [34] Kumparan.com. Organisasi ojol: Ada 4 juta driver ojol di Indonesia. *Kumparantech* 2020.
- [35] Kusnandar VB. PDB per kapita Indonesia di bawah Thailand. *Databoks* 2019.
- [36] Kusnandar VB. Berapa pangsa pasar jasa layanan transportasi online Indonesia? *Databoks* 2019.
- [37] McKinsey&Company. *How online commerce is driving Indonesia economic development*. Jakarta: McKinsey&Company; 2018.
- [38] Meiyanti T, Mulyani M. Faktor-faktor yang memberikan kontribusi terhadap kepatuhan wajib pajak ojek online (ojol) di Jakarta. *Jurnal Akuntansi* 2019;8.
- [39] Metrotvnews. Pertumbuhan ekonomi digital Indonesia tertinggi di ASEAN. *Metro Bisnis* 2019.
- [40] Miftahudin A, Irawan F. Alternatif kebijakan pajak pertambahan nilai atas konsumsi atau pemanfaatan konten dan jasa digital dari penyedia luar negeri (alternative policy of value added tax collection for consumption of digital content and services from foreign suppliers) n.d.
- [41] Ngasuko TA. Menggali potensi penerimaan negara dari digital ekonomi. *University Library of Munich, Germany*; n.d.
- [42] Novalius F. Ojek online tumbuh 6 kali lipat, simak fakta kejayaan Grab dan Gojek. *Okefinance* 2019.
- [43] OECD. *International VAT/GST guidelines*. OECD; 2015.
- [44] Novalius F. Potensi pajak dari ojek online bisa capai Rp14 miliar/tahun. *Okezone* 2016.
- [45] Purbo OW. *The struggle in Indonesia computer network beginning in 90's*. Jakarta: Elex Media Komputindo; 2001.
- [46] Putri BA. Tinjauan terhadap peraturan digital economy dan hukum pajak dalam Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai. *STAATSRECHT: Indonesian Constitutional Law Journal* 2019;3.
- [47] Ramadhani RR. Pengaruh dimensi keadilan pajak terhadap perilaku kepatuhan wajib pajak orang pribadi (studi pada pengemudi ojek online di Jakarta Selatan). *Universitas Jenderal Soedirman*, 2017.
- [48] Ridayati E, Astuti D, Nova YS, Maulana A, Sudjeni A, Hanif A. Pengenaan pajak e-commerce pasca diundangkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. *Jurnal Lex Specialis* 2020;1.
- [49] Roesdijanto R, Tutuko P, David R, Sonalitha E. Transformasi ojek tradisional ke ojek online. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 2016;3:76–9.
- [50] Rum IA, Fajri M, Alamanda AR. Tantangan pajak pada bisnis digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan* 2018;14:126–36.
- [51] Safira RD. Teknologi blockchain: Integrasi sistem informasi pembayaran dan pelaporan pajak pertambahan nilai pada digital commerce. *Universitas Airlangga*, 2020.
- [52] Setyowati D. Pengangguran turun 530 ribu berkat ojek online dan ibu rumah tangga. *Katadata* 2016.

-
- [53] Statista.com. Ride-hailing & taxi. Statista n.d. <https://www.statista.com/outlook/368/120/ride-hailing-taxi/indonesia>.
- [54] Sukarno S, Wifasari S, Setyawan B. Upaya peningkatan penerimaan pajak melalui penjualan berbasis e-commerce pada UMKM Kota Tangerang Selatan. *Proceedings Universitas Pamulang*, 2020.
- [55] Suwardi S, Budiandri A, Cinthya S, Ghifri NA. Memajaki transaksi ekonomi digital: Studi kasus di India, Perancis, dan Australia. *Jurnal PKN (Jurnal Pajak dan Keuangan Negara)* 2020;2:1–12.
- [56] Tapscott D. *The digital economy*. McGraw-Hill; 1995.
- [57] Verasatiwi I, Wulan RR. Studi fenomenologi pengemudi ojek online perempuan di Kota Bandung dalam kajian feminisme. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna* 2018;14.
- [58] Widyaputra FR. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan membayar pajak mitra Go-Jek. *STIE YKPN*, 2019.
- [59] Wijaya S, Utamawati H. Pajak penghasilan dari ekonomi digital atas cross-boarder transaction. *Jurnal Online Insan Akuntan* 2018;3:135–48.
- [60] Zakiyal D. Diagram dan analisa bagaimana Go-Jek berjalan. *Galegakzaki* 2016. <https://gelegakzaki.wordpress.com/2016/11/27/diagram-dan-analisa-baimana-go-jek-berjalan/> (diakses 17 April 2020).
- [61] Republik Indonesia. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009, tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Jakarta: Sekretariat Negara; 2009.
- [62] Republik Indonesia. Undang-undang Republik Indonesia 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. Jakarta: Sekretariat Negara; 2009.
- [63] Republik Indonesia. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: Sekretariat Negara; 2008.
- [64] Republik Indonesia. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2009, tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. Jakarta: Sekretariat Negara; 2009.
- [65] Republik Indonesia. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2014, tentang Administrasi Pemerintahan. Jakarta: Sekretariat Negara; 2014.
- [66] Republik Indonesia. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999, tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sekretariat Negara; 1999.
- [67] Republik Indonesia. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 80 Tahun 2012, tentang Jasa Angkutan Umum Di Darat Dan Jasa Angkutan Umum Di Air Yang Tidak Dikenai Pajak Pertambahan Nilai. Jakarta: Sekretariat Negara; 2012.
- [68] Republik Indonesia. Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 118 Tahun 2018, tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus. Jakarta: Sekretariat Negara; 2018.
- [69] Republik Indonesia. Peraturan Direktur Jenderal Pajak 26 Tahun 2017, tentang Perubahan Atas Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-16/PJ/2014 tentang Tata Cara Pembuatan dan Pelaporan Faktur Pajak Berbentuk Elektronik. Jakarta: Sekretariat Negara; 2017.
- [70] Republik Indonesia. Peraturan Direktur Jenderal Pajak 16 Tahun 2014, tentang Tata

- Cara Pembuatan dan Pelaporan Faktur Pajak Berbentuk Elektronik. Jakarta: Sekretariat Negara; 2014.
- [71] Republik Indonesia. Peraturan Direktur Jenderal Pajak 24 Tahun 2012, tentang Bentuk, Ukuran, Tata Cara Pengisian Keterangan, Prosedur Pemberitahuan Dalam Rangka Pembuatan, Tata Cara Pembetulan atau Penggantian, Dan Tata Cara Pembatalan Faktur Pajak. Jakarta: Sekretariat Negara; 2012.
- [72] Republik Indonesia. Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak 145 Tahun 2010, tentang Perlakuan Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Perdagangan. Jakarta: Sekretariat Negara; 2014.