

SKRIPSI

ANALISIS BIAYA KERJASAMA TERHADAP PENENTUAN HARGA DAN PPN PADA MITRA PT GRAB

SRI RESKIAWATI SYAM



**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

SKRIPSI

ANALISIS BIAYA KERJASAMA TERHADAP PENENTUAN HARGA DAN PPN PADA MITRA PT GRAB

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

SRI RESKIAWATI SYAM

A31116501



Kepada

**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

SKRIPSI

ANALISIS BIAYA KERJASAMA TERHADAP PENENTUAN HARGA DAN PPN PADA MITRA PT GRAB

disusun dan diajukan oleh

SRI RESKIAWATI SYAM

A31116501

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

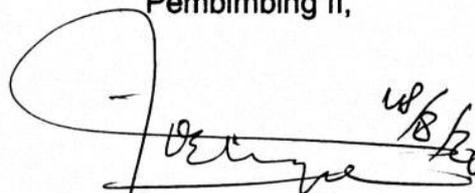
Makassar, 11 Mei 2020

Pembimbing I,



Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP 196604051992032003

Pembimbing II,



Drs. Yulianus Sampe, Ak., M.Si., CA
NIP 195607221987021001



Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA. *q*
NIP 19660405 199203 2 003

SKRIPSI

ANALISIS BIAYA KERJASAMA TERHADAP PENENTUAN HARGA DAN PPN PADA MITRA PT GRAB

disusun dan diajukan oleh

SRI RESKIAWATI SYAM

A31116501

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **06 Agustus 2020** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA	Ketua	1
2	Drs. Yulianus Sampe, Ak., M.Si., CA	Sekretaris	2
3	Dr. Grace T. Pontoh, S.E., Ak., M.Si., CA	Anggota	3
4	Dr. Hj. Nirwana, S.E., M.Si., Ak., CA	Anggota	4



Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA. *q*
NIP 19660405 199203 2 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

nama : Sri Reskiawati Syam

NIM : A31116501

jurusan/program studi : Akuntansi/Strata 1

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

ANALISIS BIAYA KERJASAMA TERHADAP PENENTUAN HARGA DAN PPN PADA MITRA PT GRAB

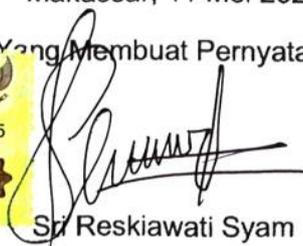
adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 11 Mei 2020

Yang Membuat Pernyataan,




Sri Reskiawati Syam

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Pertama-tama ucapan terima kasih peneliti berikan kepada Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku pembimbing utama dan Drs. Yulianus Sampe, Ak., M.Si., CA., selaku pembimbing serta atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, memberi motivasi, dan memberi bantuan literatur, serta diskusi-diskusi yang dilakukan dengan peneliti.

Ucapan terima kasih juga peneliti tujukan kepada Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA., dan Sekertaris Jurusan Akuntansi Dr. Syarifuddin, S.E., M.Soc.Sc., Ak., CA., yang telah memberikan bantuan dan dukungannya. Hal yang sama juga peneliti sampaikan kepada Dr. Grace T. Pontoh, S.E., Ak, M.Si., CA dan Dr. Hj. Nirwana, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku penguji.

Terakhir, ucapan terima kasih kepada ayah dan ibu beserta saudara-saudara peneliti atas bantuan, nasehat, dan motivasi yang diberikan selama penelitian skripsi ini. Semoga semua pihak mendapat kebaikan dari-NYA atas bantuan yang diberikan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Makassar, 11 Mei 2020

Penulis,

Sri Reskiawati Syam

ABSTRAK

Analisis Biaya Kerjasama Terhadap Penentuan Harga dan PPN Pada Mitra PT Grab

Analysis of Cooperation Costs on Price Determination and VAT at PT Grab Partners

Sri Reskiawati Syam
Andi Kusumawati
Yulianus Sampe

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya kerjasama terhadap penentuan harga dan PPN pada mitra PT Grab dalam layanan GrabFood. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei kepada 30 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya kerjasama menimbulkan adanya kenaikan harga dan rasa khawatir mitra terhadap harga yang dicantumkan di aplikasi dapat mempengaruhi konsumen terutama jika ditambahkan dengan ongkos kirim tetapi dengan adanya layanan yang disediakan PT Grab melalui GrabFood dapat memudahkan mitra dalam melakukan pemasaran sehingga restoran lebih mudah dikenal di kalangan masyarakat dan jangkauan restoran lebih luas, selain itu layanan GrabFood juga membantu dan mempermudah pemungutan pajak dalam transaksi *e-commerce*.

Kata Kunci: Biaya Kerjasama Terhadap Penentuan Harga dan PPN, Mitra PT Grab

This study aims to analyze the cost of cooperation for pricing and VAT for PT Grab partners in the GrabFood service. This research uses descriptive analysis method. The data collection method used was a survey of 30 respondents. The results show that the cost of cooperation causes an increase in prices and partners' concerns about the prices listed in the application can affect consumers, especially if added with shipping costs, but with the services provided by PT Grab through GrabFood, it can make it easier for partners to do marketing so that restaurants are more easily recognized. among the public and the reach of restaurants is wider, besides that the GrabFood service also helps and simplifies tax collection in e-commerce transactions.

Keywords: *Cooperation Costs for Pricing and VAT, PT Grab Partners*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Teori Atribusi	7
2.1.2 Pajak	8
2.1.2.1 Pengertian Pajak	8
2.1.2.2 Jenis Pajak	8
2.1.2.3 Pajak Pertambahan Nilai.....	10
2.1.2 Analisis Pepajakan PT Grab	10
2.1.2.1 Pendapatan.....	10
2.1.2.2 Pengeluaran.....	11
2.1.2 Media Online	15
2.1.3.1 Pengertian Media Online	15
2.1.3.2 Online Food Delivery.....	18
2.1.3.3 Ketetapan Pajak Online Food Delivery	18
2.2 Peneliti Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODE PENEITIAN	23
3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2 Lokasi Penelitian	23
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Analisis Data	24
BAB IV PEMBAHASAN & HASIL PENELITIAN	25

BAB V PENUTUP	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran	41
5.3 Keterbatasan Penelitian	42
 DAFTAR PUSTAKA	 43
 LAMPIRAN	 44

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Jumlah Restoran atau Gerai Makanan di Kota Makassar yang Terdaftar Sebagai Mitra GrabFood.....	4
2.1	Penelitian Terdahulu.....	20
4.1	Data Responden.....	25
4.2	Usia Restoran.....	27
4.3	Usia Kerjasama Restoran dengan GrabFood.....	28
4.4	Ketetapan Harga Mitra.....	33
4.5	Rasa Khawatir Mitra.....	33
4.6	Penghasilan Mitra Setelah Dikurangkan Dengan Biaya Kerjasama.....	34
4.7	Omzet Restoran Setelah Terdaftar Menjadi Mitra.....	36
4.8	Transaksi Yang Sering Diterima.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Jenis Pengeluaran PT Grab.....	11
2.2 Penjualan Perlengkapan Driver	12
2.3 Jasa Pembelian Informasi.....	13
2.4 Contoh Perhitungan Laporan Transaksi.....	19
2.5 Kerangka Pemikiran.....	22
4.1 Pemahaman Mitra Mengenai Kebijakan Kerjasama.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Biodata.....	45
2 Survei Penelitian.....	46
3 Panduan Survei.....	47
4 Daftar Restoran atau Gerai Makanan di Kota Makassar yang Terdaftar Sebagai Mitra GrabFood.....	49
5 Contoh Kontrak Kerjasama.....	51

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi dan perkembangan dunia *online* saat ini telah maju dengan pesat. Internet saat ini sudah dapat diakses oleh seluruh orang di dunia sehingga dapat memudahkan seseorang untuk mencari dan mendapatkan berbagai informasi yang jangkauannya lebih luas (Wijaya, 2018). Teknologi informasi memiliki peran yang sangat penting terhadap perekonomian suatu negara. Munculnya kemajuan teknologi informasi, kemampuan produktifitas dunia industri dapat meningkat seperti industri kreatif yang berbasis teknologi informasi.

Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) sangat mendorong seseorang untuk selalu kreatif dan berinovasi dalam berbisnis. Menurut Onggo (2007) terdapat tiga hal yang populer dilakukan oleh siapa saja yang terhubung ke internet, yaitu: 1) Saling berkomunikasi menggunakan internet, baik melalui *voice messenger* ataupun *e-mail*; (2) Berselancar dari web ke web lain; (3) mencari informasi lewat situs pencarian. Dari ketiga pernyataan yang dipaparkan Onggo (2007), pernyataan kedua dan ketiga yang paling berpengaruh terhadap kegiatan konsumen dan adanya produsen yang menyediakan. Mulai dari kegiatan jual beli barang yang biasa disebut *online shopping* yang tidak hanya bisa dilakukan melalui situs website tetapi saat ini bisa dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan beberapa aplikasi yang bisa di *download* melalui *smartphone*.

Perusahaan-perusahaan saat ini dituntut untuk dapat bersaing secara ketat. Memiliki daya saing yang cukup akan sangat berpengaruh dalam

mengembangkan usaha bisnis *online*. Teknologi dijadikan sebagai strategi perusahaan untuk mengalahkan pesaing. Perangkat teknologi yang sangat membantu dan sering dimanfaatkan dalam berbagai aktifitas komunikasi pemasaran maupun dalam membangun merek secara online adalah aplikasi (*apps*). Perusahaan diharapkan memiliki aplikasi untuk merek dan produknya, baik aplikasi perusahaan maupun *e-commerce*.

Pertumbuhan perdagangan *online* di Indonesia memberikan tantangan baru terutama pada sektor pajak khususnya Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Menurut Lomanto (2013) selaku peneliti sebelumnya menyatakan bahwa terdapat kewajiban untuk membayar Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi *e-commerce*, karena pada dasarnya transaksi *e-commerce* tidak berbeda dengan transaksi konvensional dan yang membedakan hanya mekanisme perdagangannya sehingga diperlukan adanya penyesuaian kepada beberapa pihak serta kerjasama untuk menerapkan Pajak Pertambahan Nilai.

Transaksi secara *online* berpengaruh kepada pengakuan saat dan tempat terutang PPN karena transaksi yang dilakukan penjual dan pembeli melalui perantara. Pengenaan PPN ditujukan bagi orang pribadi maupun badan usaha yang menghasilkan atau memproduksi Barang Kena Pajak (BKP), mengimpor, memperdagangkan BKP dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP) yang dilakukan dalam lingkungan perusahaan atau pekerjaannya.

Perkembangan transaksi *e-commerce* memberikan dampak positif bagi pelaku usaha atau konsumen yang dapat menikmati pasar secara global tanpa perlu adanya kehadiran fisik. Berkembangnya situs jejaring sosial meningkatkan prospek belanja *online*. Lembaga riset *International Data Corporation* (IDC) melaporkan nilai perdagangan lewat internet di Indonesia tahun 2011 mencapai \$3,4 miliar. Tahun 2015 menurut riset *Brand and Marketing Institute* (BMI)

\$5 miliar, 2016 angkanya naik hingga mencapai \$6,8 miliar. Hasil *Cable News Network* (CNN) Indonesia, pertumbuhan *e-commerce* 2017 menunjukkan peningkatan delapan kali lipat dari total belanja *online* senilai \$8 miliar menjadi \$55 miliar hingga \$65 miliar pada tahun 2020. Keuntungan yang diperoleh dalam transaksi *online* biasanya langsung masuk ke dalam rekening penjual dan tidak dilaporkan sebagai penghasilan. Penyerahan BKP maupun JKP harus menghitung PPN dalam transaksi tersebut. Hal ini berdampak tidak adanya beban untuk menghitung dan menyetor pajak.

Pihak pebisnis yang aktifitasnya dimudahkan dengan perkembangan teknologi, konsumen juga dimudahkan dalam melakukan berbagai kegiatan konsumsinya. Kemudahan dalam melakukan transaksi membuat konsumen lebih memilih untuk melakukan transaksi *online*. Transaksi *online* dapat dilakukan tidak hanya dalam bidang penjualan barang, jasa pun saat ini sudah bisa dipesan secara *online*, sebagai contoh layanan *online* seperti Grab. Grab adalah layanan *online* yang memiliki berbagai layanan jasa, yaitu pemesanan transportasi menggunakan motor ataupun mobil, pemesanan makanan, pengiriman barang, jasa angkut dan berbagai layanan lainnya yang kini telah dikembangkan oleh PT Grab.

Praktik jual beli saat ini sangat beragam. Keberagaman tersebut terjadi diberbagai kota besar di Indonesia, salah satunya ialah dalam hal jual beli makanan. Makanan merupakan salah satu unit usaha yang saat ini banyak tumbuh dan berkembang serta mulai meraba media *online*. Faktor yang memicu pertumbuhan penjualan makanan secara *online* adalah adanya media promosi *online* melalui pelayanan jasa PT Grab yang disebut sebagai GrabFood.

GrabFood merupakan salah satu layanan pesan antar makanan yang dapat memudahkan konsumen dalam mendapatkan makanan yang diinginkan

tanpa harus pergi ke restoran atau lama menunggu antrian. Konsumen dapat memesan makanan yang diinginkan melalui aplikasi yang dapat diunduh melalui *smartphone* yang dimiliki. Terdapat ribuan restoran atau gerai makanan yang saat ini telah melakukan kerjasama dengan pihak GrabFood. Jumlah restoran atau gerai makanan di Kota Makassar yang terdaftar sebagai mitra GrabFood dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Restoran atau Gerai Makanan di Kota Makassar yang Terdaftar Sebagai Mitra GrabFood

No.	Jenis	Jumlah Restoran Terdaftar
1	Makanan	5.891
2	Minuman	901
	Total	6.792

Sumber: Aplikasi Grab, data diolah (2020).

Aplikasi tersebut mencantumkan harga, mulai dari harga termurah sampai harga termahal. Namun harga dalam aplikasi tersebut bisa berubah sewaktu-waktu sesuai kebijakan pihak restoran yang bersangkutan.

Menurut Rahayu (2019) selaku peneliti sebelumnya menyatakan bahwa pihak restoran biasanya merubah harga karena belum memasukkan biaya *service fee* dan biaya pajak yang sudah menjadi ketentuan pihak Grab yang belum dimasukkan ke dalam aplikasi tersebut. Kebijakan yang diberikan perusahaan Grab kepada mitra ialah biaya sebesar 20% dari jumlah makanan atau minuman yang dimana biaya tersebut sudah termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 10%. Seperti halnya restoran Justdessert.id merupakan salah satu contoh, dimana untuk 1pcs *dessert* yang semula harganya Rp30.000 menjadi Rp37.000 per pcs diluar biaya ongkos kirim. Biaya ongkos kirim telah ditetapkan diawal berdasarkan jarak lokasi pengantaran.

Berdasarkan pernyataan tersebut diatas bahwa ketetapan harga makanan restoran dapat berubah akibat kebijakan biaya jasa kerjasama yang menjadi ketentuan PT Grab, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian

dengan judul “**Analisis Biaya Kerjasama Terhadap Penentuan Harga dan PPN Pada Mitra PT Grab**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan yang ingin dianalisis adalah bagaimana biaya kerjasama terhadap penentuan harga dan PPN yang dibebankan kepada restoran yang terdaftar sebagai mitra GrabFood.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisis biaya kerjasama terhadap penentuan harga dan PPN yang dibebankan kepada restoran yang terdaftar sebagai mitra GrabFood.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi akademisi dengan harapan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya pada bidang yang sama, sehingga penelitian berikutnya dapat lebih baik lagi. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang memiliki usaha UMKM di bidang kuliner untuk menerapkan strategi pemasarannya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa restoran di Makassar yang telah bekerjasama dengan PT Grab yaitu GrabFood.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk lebih memahami tujuan penelitian dan memperjelas arah pandang, maka penelitian ini akan disusun dengan gambaran sistematika penulisan. Sistematika pembahasan yang digunakan dengan penulisan ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi: latar belakang, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi: landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi: rancangan penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi: data hasil penelitian, hasil dan pembahasan penelitian. Bab ini merupakan inti dari pembahasan dari permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir yang berisi: kesimpulan dan saran. Kesimpulan ini merupakan simpulan dari hasil penelitian, serta saran yang dapat membangun pihak yang terkait atau penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Atribusi

Teori atribusi bertujuan untuk mengembangkan penjelasan mengenai perbedaan penilaian seseorang terhadap individu tergantung pada arti atribusi yang diberikan kepada perilaku tertentu, apakah mereka mencoba untuk menentukan bahwa hal yang terjadi ditimbulkan secara internal atau eksternal (Robbins, 2002). Perilaku yang disebabkan oleh faktor internal adalah perilaku yang diyakini berada di bawah kendali pribadi individu itu sendiri, sedangkan perilaku yang disebabkan oleh faktor eksternal adalah perilaku yang dipengaruhi dari luar, yaitu perilaku seseorang dilihat sebagai akibat dari tekanan situasi atau lingkungan.

Teori atribusi mengelompokkan dua hal yang dapat memutarbalikkan arti dari atribusi. Pertama, kekeliruan atribusi mendasar yaitu kecenderungan untuk meremehkan pengaruh faktor– faktor eksternal dari pada faktor internalnya. Kedua, prasangka dari seseorang cenderung menghubungkan kesuksesan karena akibat faktor–faktor internal, sedangkan kegagalannya dihubungkan dengan faktor–faktor eksternal. Teori atribusi berhubungan dengan sikap wajib pajak, kesadaran wajib pajak merupakan pengaruh dari faktor internal seseorang yang membuat seseorang mengambil keputusan. Sikap wajib pajak yang sadar akan kewajiban perpajakan dan penerapan *self assesment system* serta mempengaruhi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban membayar pajak. Dengan kata lain penelitian ini menggunakan teori atribusi karena adanya

kemauan masyarakat atau selaku mitra PT Grab yaitu GrabFood dalam melaksanakan ketentuan perpajakan terkait dengan persepsi terhadap pajak dan wajib pajak itu sendiri.

2.1.2 Pajak

2.1.2.1 Pengertian Pajak

Pajak adalah iuran atau pungutan wajib yang dipungut oleh pemerintah dari masyarakat (wajib pajak) untuk menutupi pengeluaran rutin negara dan biaya pembangunan tanpa balas jasa yang dapat ditunjuk secara langsung. Namun secara logika pajak yang dibayar oleh masyarakat tersebut mempunyai dampak secara langsung terhadap kesejahteraan masyarakat seperti pembangunan jalan, jembatan, dan tempat-tempat umum lainnya (Suprianto, 2014).

Bagi negara, pajak merupakan penerimaan yang strategis untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara dan sekaligus sebagai kebersamaan sosial (asas gotong-royong) untuk ikut bersama-sama memikul pembiayaan negara (Suhartono & Ilyas, 2010). Pajak digunakan untuk membiayai pembangunan yang berguna bagi kepentingan bersama (Waluyo, 2013).

Dari beberapa konsep perpajakan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pajak adalah kewajiban masyarakat kepada negara untuk kepentingan pembangunan bersama.

2.1.2.2 Jenis Pajak

Terdapat berbagai jenis pajak yang dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu pengelompokan menurut golongan, menurut sifat, dan menurut lembaga pemungutnya (Resmi, 2016).

1. Menurut Golongannya
 - a. Pajak langsung adalah pajak yang bebannya harus ditanggung sendiri oleh Wajib Pajak yang bersangkutan dan tidak dapat dialihkan kepada pihak lain. Contoh: Pajak Penghasilan (PPH).
 - b. Pajak tidak langsung, pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga. Contoh: Pajak Penjualan dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN).
2. Menurut Sifatnya
 - a. Pajak subjektif, pajak yang pengenaannya memperhatikan keadaan pribadi Wajib Pajak atau pengenaan pajak yang memperhatikan keadaan subjeknya.
 - b. Pajak objektif, pajak yang pengenaannya memperhatikan objeknya, baik berupa benda, keadaan, perbuatan, maupun peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak tanpa memperhatikan keadaan pribadi Subjek Pajak (Wajib Pajak) dan tempat tinggal.
3. Menurut Lembaga Pemungutnya
 - a. Pajak negara (Pajak Pusat), pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya. Contoh: Pajak Penghasilan (PPH), Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan).
 - b. Pajak Daerah, pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah, baik daerah tingkat 1 (pajak provinsi), maupun pajak tingkat II (pajak kabupaten/kota) dan digunakan untuk membiayai rumah tangga

masingmasing. Contoh: Pajak Kendaraan Bermotor, Pajak Reklame, Pajak Parkir, Pajak Restoran, dan Pajak Hiburan.

2.1.2.3 Pajak Pertambahan Nilai

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak yang dikenakan terhadap nilai (*value added*) yang timbul akibat adanya pemakaian faktor-faktor produksi disetiap jalur perusahaan dalam menyiapkan, menghasilkan, menyalurkan dan memperdagangkan barang atau pemberian pelayanan jasa kepada konsumen.

Mekanisme pemungutan, penyetoran, dan pelaporan PPN ada pada pihak pedagang atau konsumen sehingga muncullah istilah Pengusaha Kena Pajak (PKP). Didalam perhitungan PPN yang harus disetor oleh PKP, dikenal dengan istilah pajak keluaran dan pajak masukan. Pajak keluaran merupakan PPN yang dipungut ketika PKP menjual produknya, sedangkan pajak masukan adalah PPN yang dibayar ketika PKP membeli, memperoleh, atau membuat produknya. Indonesia menetapkan bahwa tarif untuk PPN, yaitu sebesar 10%.

Dasar hukum yang digunakan untuk penerapan PPN di Indonesia adalah Undang-Undang Republik Indonesia 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 Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2009.

2.1.3 Analisis Pepajakan PT Grab

2.1.3.1 Pendapatan

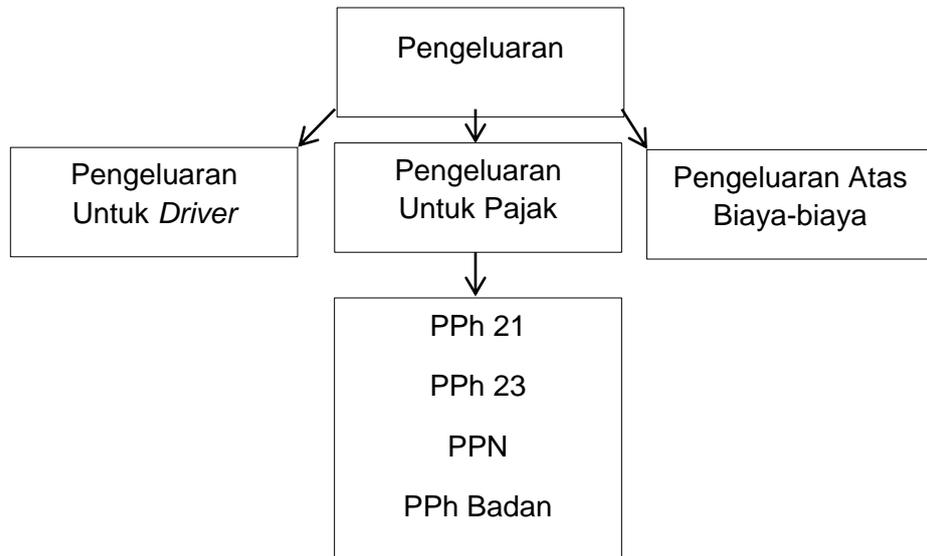
Pendapatan PT Grab diperoleh dari empat sumber, yaitu:

1. *Costomer*
2. Kerjasama Layanan GrabFood dengan restoran dan gerai makanan
3. Iklan

4. Penjualan atas perlengkapan *driver*

Penghasilan yang diperoleh dari sumber tersebut jumlahnya sangat besar mengingat ada ribuan gerai makanan yang telah menjalin kerjasama.

2.1.3.2 Pengeluaran



Gambar 2.1 Jenis Pengeluaran PT Grab

2.1.3.2.1 Pengeluaran Untuk *Driver*

Khusus untuk *driver*, selain dari uang tunai yang didapatkan dari customer ia juga mendapat uang secara kredit dari perusahaan sehingga salah satu pengeluaran untuk driver ialah pembayaran secara kredit ke *driver* ketika ada *customer* yang menggunakan layanan aplikasi. Selain dari penghasilan tersebut, perusahaan juga melakukan pembayaran atas bonus bagi *driver*.

2.1.3.2.2 Pengeluaran Atas Biaya-Biaya

Perusahaan melakukan pengeluaran atas biaya-biaya yang terkait mengenai usaha, baik biaya operasional dan biaya promosi. Namun dari semua biaya yang dikeluarkan oleh pihak perusahaan hanyalah biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan sesuai dengan UU PPh Pasal 6, misalnya biaya gaji untuk karyawan tetapnya.

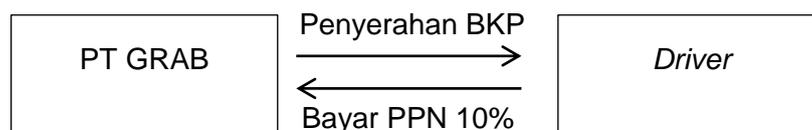
2.1.3.2.3 Pengeluaran Untuk Pajak

Pengeluaran untuk pajak dikenakan pada tiga ketentuan, yaitu:

1. PPN 10% atas:
 - a. Penjualan Perlengkapan *Driver*

Driver diwajibkan untuk membeli perlengkapan yang meliputi *handphone* seharga Rp.800.000 dicicil selama empat bulan, jaket seharga Rp.100.000 dicicil selama satu bulan dan helm seharga Rp.100.000 dicicil selama satu bulan sehingga total yang harus dibayar *driver* ialah sebesar Rp.1.000.000. Walaupun dibayar dengan cara mencicil namun semua perlengkapan tersebut diserahkan diawal karena perusahaan merupakan PKP dan perlengkapan tersebut wajib dipungut PPN dengan tarif 10%.

Dasar hukum yang digunakan ialah UU PPN Nomor 42 Tahun 2009 Pasal 4 ayat (1) huruf a yang menyebutkan PPN dikenakan atas penyerahan BKP di dalam daerah pabean yang dilakukan oleh pengusaha dan Pasal 7 ayat (1) yang menyebutkan tarif PPN sejumlah 10%. Skema pemungutan PPN, yaitu:



Gambar 2.2 Penjualan Perlengkapan Driver

- b. Penyerahan Jasa Perantara (JKP)

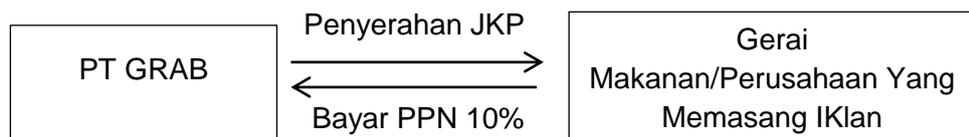
Selain PPh 23 yang dikenakan atas jasa perantara dari perusahaan ke *driver*, perusahaan juga wajib memungut PPN atas jasanya tersebut karena jasa tersebut termasuk JKP yang dapat dikenakan PPN dengan tarif 10%.

Dasar hukum yang digunakan ialah UU PPN Nomor 42 Tahun 2009 Pasal 4 ayat (1) huruf c yang menyebutkan PPN dikenakan atas penyerahan JKP di dalam daerah pabean yang dilakukan oleh pengusaha, Pasal 7 ayat (1) yang menyebutkan tarif PPN sejumlah 10% dan Pasal 1 angka 21 UU PPN.

c. Jasa pembelian informasi.

Periklanan merupakan jenis jasa yang tidak termasuk dalam *negative list* (jenis yang tidak dikenai PPN). Dengan demikian jasa periklanan merupakan Jasa Kena Pajak sehingga jasa pemasangan iklan maupun jasa informasi yang bekerja sama dengan perusahaan wajib dipungut PPN. DPP yang berlaku pada umumnya ialah nilai penggantian.

Dasar hukum yang digunakan ialah UU PPN Nomor 42 Tahun 2009 Pasal 4 ayat (1) huruf c yang menyebutkan PPN dikenakan atas penyerahan JKP di dalam daerah pabean yang dilakukan oleh pengusaha, Pasal 7 ayat (1) yang menyebutkan tarif PPN sejumlah 10% dan Pasal 1 angka 21 UU PPN. Skema pemungutan PPN, yaitu:



Gambar 2.3 Jasa Pembelian Informasi

2. PPh 23 atas:

a. Penghasilan *Driver*

Penghasilan dari *driver* yang sebesar 80% seharusnya dikenakan PPh 23 dengan tarif 2% dari jumlah bruto atas jasa perantara melalui aplikasi oleh PT Grab. Definisi “jasa perantara” adalah jasa yang diberikan oleh orang pribadi/badan yang bertindak sebagai perantara

dalam perikatan perjanjian di bidang tertentu, dengan mendapat imbalan balas jasa atau pembagian keuntungan dan bertindak atas perintah atau atas nama orang-orang yang tidak ada ikatan kerja tetap dengan dirinya, selain jasa yang telah dipotong PPh Pasal 21. Dari definisi tersebut jasa yang diberikan pihak PT Grab dapat dikategorikan sebagai jasa perantara sehingga penghasilan yang diterima *driver* atas jasa tersebut dapat dikenakan PPh 23.

Skema pembayaran dan pelaporannya, yaitu (1) Pihak perusahaan memotong PPh Pasal 23 terutang, (2) Pihak perusahaan menyetor melalui Bank Persepsi (ATM, Teller Bank, fitur bayar pajak *online*, dll) yang disetujui Kementerian Keuangan paling lama tanggal 10 bulan berikutnya, (3) Pihak perusahaan melaporkan SPT Masa PPh Pasal 23 paling lama tanggal 20 bulan berikutnya.

Dasar hukum yang digunakan ialah Peraturan Menteri Keuangan No.141/PMK.03/2015, dan PPh 23 ayat (7) huruf I yakni jasa selain jasa yang telah dipotong PPh 21 yaitu jasa perantara. PT Grab merupakan perantara antara *customer* dengan *driver* melalui aplikasi sehingga wajib dipotong PPh 23 atas penghasilan *driver* dengan tarif 2% dari DPP Jumlah Bruto tidak termasuk PPN.

b. Jasa Informasi/Iklan

Salah satu layanan yang terdapat dalam aplikasi yakni GrabFood. Dalam hal ini *restaurant* atau gerai makanan bekerja sama secara resmi dengan perusahaan sehingga ketika *customer* menggunakan aplikasi ia bisa mendapatkan informasi mengenai *restaurant* atau gerai makanan tersebut. *Restaurant* atau gerai makanan yang bekerjasama dengan perusahaan harus setuju dengan adanya *Revenue-Sharing* sehingga

perusahaan bisa mendapat penghasilan dari kerjasama tersebut. Selain itu, perusahaan juga menerima penghasilan dari iklan yang bekerjasama. Baik penghasilan atas kerjasama GrabFood maupun iklan, penghasilan tersebut terutang PPh 23 dengan objek pajak jasa informasi/iklan dengan tarif 2%.

Dasar hukum yang digunakan ialah Peraturan Menteri Keuangan No.244/PMK.03/2008, PPh 23 angka 7 huruf x yang menyebutkan jasa penyedia tempat dan/atau waktu dalam media massa, media luar ruang atau media lain untuk penyampaian informasi dikenakan tarif 2% dari DPP Jumlah Bruto tidak termasuk PPN, dan PMK 141/PMK.03/2015.

c. PPh 21 atas karyawan tetap.

Setiap karyawan tetap maupun karyawan lepas yang bekerja di kantor Grab wajib dikenakan PPh 21. Pajak tersebut dipotong oleh PT Grab untuk kemudian disetor ke kas Negara. Skema pelaporannya, yaitu (1) Pihak perusahaan memotong PPh Pasal 21 terutang, (2) Pihak perusahaan menyetorkan ke bank/kantor pos paling lama tanggal 10 bulan berikutnya, (3) Pihak perusahaan melaporkan SPT Masa PPh Pasal 21 paling lama tanggal 20 bulan berikutnya. Dasar hukum yang digunakan ialah PMK Nomor 184/PMK.03/2007, PMK-254/PMK.03/2008, dan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-57/PJ/2009.

2.1.4 Media Online

2.1.4.1 Pengertian Media Online

Media *online* atau yang biasa disebut juga sebagai media sosial bagi para pelajar merupakan suatu hal yang penting untuk memperoleh informasi yang sekarang sudah menjadi *lifestyle* setiap orang (Prima: 2015).

Media *online* dapat dijadikan sebagai sarana pemasaran yang dapat memberikan peluang besar untuk para pengusaha, baik itu usaha kecil, perusahaan menengah, maupun perusahaan besar untuk membangun merek dan bisnis mereka. Menurut Gunelius dan Susan (2011). Pemasaran media *online* memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Membangun hubungan secara aktif dengan konsumen.
2. Iklan melalui media online terpaparkan secara sempurna sehingga dapat meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan pengenalan dan ingatan akan merek dan loyalitas merek.
3. Berbagai informasi mengenai sasaran, barang, atau organisasi yang disebarluaskan kemasyarakat tanpa dipungut biaya atau tanpa pengawasan dari sponsor.
4. Memberikan diskon eksklusif dan peluang untuk audiens dalam membuat orang-orang merasa dihargai dan khusus, serta untuk memenuhi tujuan jangka panjang.

Didalam sektor perekonomian saat ini, bisnis *online* di Indonesia telah berkembang pesat. Bisnis yang mengandalkan media *online* ini sangat memberikan dampak positif bagi pebisnis baru sebab bisnis ini tidak memerlukan biaya yang sangat besar dan tempat fisik untuk membuat atau menjalankan usaha.

Bidang usaha yang sangat berkembang di era ini adalah bisnis kuliner. Salah satu penyebab berkembangnya usaha kuliner terutama di kota-kota besar adalah kebutuhan dan gaya hidup penduduk yang semakin tinggi. Apalagi sekarang didukung dengan fasilitas yang memudahkan masyarakat untuk memesan makanan dari mana saja. Kebiasaan masyarakat ini membuka lapangan usaha bagi mereka yang ingin menekuni dunia bisnis kuliner. Hal ini

tentunya mendorong tumbuhnya aplikasi perdagangan *online* dan pedagang atau UMKM yang berdagang melalui aplikasi *online*. Fenomena inilah yang dikenal dengan pasar *e-commerce*.

Presiden Joko Widodo pada tanggal 21 Juli 2017 telah menandatangani Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (SPNBE) / *Road Map e-commerce* Tahun 2017-2019. Program yang menjadi tujuan dari perpres ini mencakup program pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, pendidikan, dan sumber daya manusia, infrastruktur komunikasi, logistik, keamanan siber, dan pembentukan manajemen pelaksana peta jalan SPNBE 2017-2019. Di satu sisi, sebagaimana diamanatkan oleh konstitusi, pelayanan publik yang sama menjadi hak bagi setiap warga negara, namun di sisi lain setiap warga negara juga memiliki kewajiban yang sama untuk berpartisipasi membangun negara melalui pajak. Dalam hal ini, pemerintah melalui Kementerian Keuangan (Kemenkeu) mempunyai tugas berat mewujudkan keadilan ekonomi bagi semua warga negara melalui perpajakan.

Berdasarkan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan yang berlaku, berjualan secara konvensional ataupun melalui *e-commerce* sama-sama terutang pajak (PPH dan PPN). Pemerintah perlu memastikan bahwa pajak yang terutang melalui transaksi konvensional dan pajak yang terutang melalui transaksi *e-commerce* telah dipungut sesuai aturan yang berlaku. Pedagang yang berjualan secara konvensional ataupun melalui *e-commerce* sama-sama telah melaksanakan kewajiban perpajakannya dan konsumen yang berbelanja melalui pedagang konvensional ataupun pedagang *e-commerce* dikenakan pajak yang sama.

2.1.4.2 Online Food Delivery

Layanan *online food delivery* adalah sebuah layanan *online-to-offline* (O2O). Platform layanan *online food delivery* ini memiliki banyak restoran, melayani dan menghubungkan antara restoran dengan konsumen. Partner *restoring* dapat menampilkan segala menu restoran pada aplikasi yang digunakan agar dapat lebih menarik minat konsumen dan konsumen dapat lebih mudah untuk memesan makanan secara *online* dan dikirimkan pada lokasi yang telah ditentukan dalam waktu yang singkat. (Lan, Ya, dan Shuhua, 2016).

Penyedia layanan *online food delivery* yang sangat berkembang pesat saat ini ialah GrabFood. GrabFood merupakan layanan *delivery* makanan dan minuman yang dapat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi dalam mendapatkan makanan dan minuman yang diinginkan tanpa harus pergi ke restoran atau bahkan meluangkan waktu yang lama untuk menunggu antrian. Konsumen dapat memesan makanan dan minuman yang diinginkan melalui aplikasi Grab untuk GrabFood yang dapat diunduh di aplikasi *mobile phone* yang dimiliki. Demi tercapainya target penjualan produk dan jasa, perusahaan selalu mengutamakan kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan dari perusahaan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang efektif, tentunya konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan.

2.1.4.3 Ketetapan Pajak Online Food Delivery GrabFood

PT. Solusi Transportasi Indonesia ialah suatu perseroan terbatas yang didirikan berdasarkan hukum Republik Indonesia berkedudukan di Lippo Kuningan Lt. 27, Jl. H. R. Rasuna Said Kav. B-12, Karet Kuningan, Setiabudi, Jakarta Selatan 12920, Indonesia (Selanjutnya disebut sebagai Grab). Grab dan Penjual secara bersama-sama disebut sebagai para pihak dan secara sendiri-

sendiri disebut sebagai pihak. Didalam perjanjian GrabFood ini terdapat ketentuan biaya jasa yang berisi:

1. Untuk setiap pemesanan makanan dan/atau minuman melalui GRAB App, penjual sepakat untuk membayar biaya jasa sebesar 20% dari jumlah harga makanan dan/atau minuman yang dipesan oleh pengguna akhir.
2. Biaya jasa termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPn) sebesar 10% (sepuluh persen).
3. Sebelum ditambahkan pajak rumah makan yang berlaku bagi penjual untuk ditagihkan kepada pengguna akhir.

Laporan Bisnis Harian
28 September 2019, Sabtu

Justdessert.id - Bangkala
BRH 35.33

GrabFood
+62280544787

Ringkasan

Total Pendapatan: **IDR 600.815,02**
Total Pesanan: **11 pesanan**

Rincian Pendapatan

Total pembayaran akan ditransfer pada Minggu, September 29. Mungkin in butuh beberapa hari sampai pembayaran terlihat di akun Anda.

Nilai Pesanan (IDR)	PBI (IDR)	Promosi yang Dibayar Merchant (IDR)	Komisil & Pajak (IDR)	Total Pendapatan (IDR)
751.000,00	0,00	0,00	-150.184,98	600.815,02

Pesanan

Jam Diantarkan	Nomor Pemesanan	Nilai Pesanan (IDR)	PBI (IDR)	Promosi yang Dibayar Merchant (IDR)	Komisil & Pajak (IDR)	Pendapatan (IDR)
8:04 PM	GF-500	67.000,00	0,00	0,00	-13.398,66	53.601,34
3:54 PM	GF-004	37.000,00	0,00	0,00	-7.399,26	29.600,74
3:18 PM	GF-070	111.000,00	0,00	0,00	-22.197,78	88.802,22
1:56 PM	GF-220	30.000,00	0,00	0,00	-5.999,40	24.000,60
1:55 PM	GF-798	67.000,00	0,00	0,00	-13.398,66	53.601,34
1:20 PM	GF-564	127.000,00	0,00	0,00	-25.397,46	101.602,54
1:10 PM	GF-305	104.000,00	0,00	0,00	-20.797,92	83.202,08
1:05 PM	GF-605	37.000,00	0,00	0,00	-7.399,26	29.600,74
10:38 AM	GF-285	74.000,00	0,00	0,00	-14.798,52	59.201,48
10:24 AM	GF-025	67.000,00	0,00	0,00	-13.398,66	53.601,34
9:46 AM	GF-713	30.000,00	0,00	0,00	-5.999,40	24.000,60

Cara Membaca Laporan Ini
Untuk keperluan penghitungan, total angka dalam laporan ini akan dibulatkan jika perlu.

Isilah	Arti
Nilai Pesanan	Harga awal hidangan di dalam menu sebelum pajak, promosi yang dibiayai merchant dan komisi.
PBI	Pajak yang dikenakan pada pelanggan, dibayarkan kepada Anda. Hanya berlaku untuk merchant yang terdaftar dengan dirjen pajak.
Promosi yang Dibayar Merchant	Promosi yang Anda tawarkan untuk pelanggan Anda.
Komisil & Pajak	Komisil dan pajak yang harus dibayarkan pada Grab, diambil dari pendapatan kotor.
Total Pendapatan	Total jumlah pendapatan Anda setelah dikurangi komisi. Anda akan menerimanya di hari berikutnya.
Penyesuaian dari Pesanan-Pesanan Sebelumnya	Jumlah yang dibayarkan kepada Anda untuk pesanan-pesanan sebelumnya telah disesuaikan oleh Grab.
Pembayaran yang ditarik kembali	Jumlah yang dibayarkan kepada Anda untuk pesanan-pesanan sebelumnya telah disesuaikan. Rincian alasannya dapat Anda cek di laporan transaksi OVO.
Dikembalikan pada Anda	Pengurangan dari pesanan-pesanan sebelumnya dikembalikan pada Anda. Rincian alasannya dapat Anda cek di laporan transaksi OVO.

Untuk rincian pembayaran harian Anda, cek laporan transaksi OVO.
Butuh bantuan? Kunjungi Pusat Bantuan atau buka halaman Bantuan dalam aplikasi Anda untuk menghubungi Grab.

Gambar 2.4 Contoh Perhitungan Laporan Transaksi

Sumber: Laporan Bisnis Harian Justdessert.id – Bangkala

2.2 Peneliti Terdahulu

Untuk menunjang analisis dan landasan teori yang ada, maka diperlukan penelitian terdahulu sebagai pendukung bagi penelitian ini. Tabel 2.1 menunjukkan beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

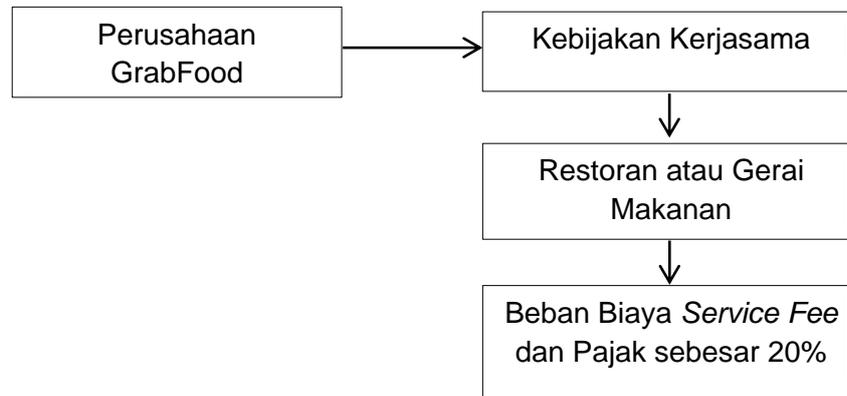
Peneliti/Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variable Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian
Firas, R.W., 2019, <i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak Mitra GO-JEK</i>	Mengetahui pengaruh antara kesadaran wajib pajak, pengikutsertaan penghasilan GO-PAY, dan pemahaman peraturan pajak terkait status pekerjaan bebas dengan kepatuhan wajib pajak mitra GO-JEK.	Variabel: 1. Kesadaran wajib pajak 2. Pengikutsertaan penghasilan GO-PAY 3. Kepatuhan membayar pajak mitra GO-JEK Teknik Analisis: Analisis regresi berganda	Kesadaran wajib pajak, pengikutsertaan penghasilan GO-PAY, dan pemahaman peraturan pajak terkait status pekerjaan bebas memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan membayar pajak dari wajib pajak mitra GO-JEK.
Cindy, NL., Yenni, M., 2013, <i>Perlakuan PPN Atas Transaksi E-Commerce</i>	Menganalisa perlakuan PPN atas transaksi <i>e-commerce</i> .	Variabel: 1. PPN 2. <i>E-Commerce</i> Teknik Analisis: Analisis deskriptif	Terdapat kewajiban untuk membayar Pajak Pertambahan Nilai atas transaksi <i>e-commerce</i> , karena pada dasarnya transaksi <i>e-commerce</i> tidak ada perbedaan dengan transaksi konvensional hanya yang membedakan mekanisme perdagangannya. Sehingga diperlukan adanya penyesuaian kepada beberapa pihak serta kerja sama untuk menerapkan Pajak Pertambahan Nilai.
Banu W., 2018, <i>Meningkatkan Potensi Pajak UMKM Online Melalui Data E-</i>	Menggunakan data OLX untuk mengistemasi potensi pajak	Variabel: 1. Jumlah barang/jasa yang terjual 2. Rata-rata harga	Semakin banyaknya aplikasi <i>E-commerce</i> berdampak pada peningkatan jumlah UMKM di Indonesia,

Commerce	dan menentukan estimasi peningkatan pajak melalui potensi penerimaan pajak UMKM E-commerce	barang/jasa Teknik Analisis: Analisis deskriptif	khususnya usaha perdagangan. Namun keberadaan UMKM tersebut sulit ditangkap keberadaannya, sehingga sulit untuk mengetahui potensi pajak hasil perdagangannya. Diperlukan strategi dan langkah taktis untuk mengetahui potensi tersebut.
Teguh, F.S., Budi, S., Muhammad, S., 2018, <i>Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong)</i>	Mengkaji efektivitas pemasaran online dalam meningkatkan pendapatan perusahaan dan memberikan rekomendasi alternative strategi pemasaran online untuk diterapkan di UMKM	Variabel: 1. Pemasaran Online 2.UMKM Makanan di Kecamatan Cibinong Teknik Analisis: Analisis deskriptif, analisis isi, analisis SWOT dan <i>Analytic Hierarchy Process</i> (AHP)	Pemasaran online berhasil meningkatkan pendapatan responden 10-32%. UMKM responden telah mengetahui pentingnya menampilkan visualisasi produk secara menarik dengan menampilkan deskripsi dan gambar yang dapat mengundang konsumen untuk membeli, namun belum sepenuhnya difasilitas <i>Google Review Knowledge Pannel</i> .

Sumber: Data diolah

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan uraian sebelumnya dan penelusuran pustaka, maka variable pada penelitian ini dirumuskan melalui kerangka pemikiran sebagai berikut.



Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Diolah

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2011: 6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kenyataan dari kejadian yang diteliti, utamanya mengenai respon pihak pemilik restoran terhadap biaya kerjasama yang ditetapkan ketika telah menjadi mitra GrabFood.

3.2 Lokasi Penelitian

Dalam rangka mendapatkan data yang diperlukan untuk kelengkapan penyusunan skripsi, penelitian dilakukan di beberapa restoran di Kota Makassar yang terdaftar sebagai mitra GrabFood. Penelitian ini dilakukan selama satu semester.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Peneliti mengambil lokasi penelitian di Kota Makassar. Sumber data dalam penelitian ini ialah data primer yang diperoleh melalui survei untuk memperoleh informasi dari responden dan data sekunder yang diperoleh dari berbagai *literature*, seperti jurnal, buku, *website*, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan peneliti untuk memperoleh data didalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Survei, yaitu metode pengumpulan data melalui keterangan-keterangan kepada responden. Data yang dihasilkan berupa jawaban-jawaban atas pertanyaan yang diajukan.
2. Studi Pustaka, yaitu metode pengumpulan data dari beberapa literature yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian.

3.5 Analisis Data

Setelah memperoleh data, data tersebut diolah dan dianalisis. Analisis data yang dilakukan ini sangat penting karena hasil analisis tersebut memberikan informasi penting yang dapat berguna dalam penyelesaian masalah penelitian. Penelitian ini dibatasi pada restoran yang terdaftar sebagai mitra GrabFood.

Teknik yang digunakan di dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan bagaimana keadaan objek penelitian sesungguhnya dan menganalisis permasalahan mengenai yang dihadapi objek penelitian kemudian membandingkannya dengan standar yang ada dalam penerapan biaya kerjasama yang diberikan PT Grab yaitu GrabFood.