

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui potensi pengaruh E-Commerce (Go-Food) terhadap Pajak Restoran DKI Jakarta. Objek penelitian ini adalah objek Pajak Restoran yang didaftarkan, penghasilan Pemungut Pajak Restoran, serta jumlah biaya yang dikeluarkan oleh Pengguna layanan Go-Food pada saat belum ada layanan Go-Food dan setelah ada layanan Go-Food. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan melakukan studi kasus terhadap Pengguna Layanan GO-FOOD di daerah DKI Jakarta. Penelitian menggunakan data primer yang bersumber dari Kuesioner yang telah dibagikan kepada Pengguna Layanan Go-Food dan menggunakan data sekunder yang bersumber dari BPRD DKI Jakarta.

Peneliti membagi penelitian ini menjadi 3 ruang lingkup yaitu objek Pajak Restoran yang didaftarkan, penghasilan Pemungut Pajak Restoran, serta jumlah biaya yang dikeluarkan oleh Pengguna layanan Go-Food pada saat belum ada layanan Go-Food dan setelah ada layanan Go-Food. Hasil analisis penelitian dalam 3 ruang lingkup tersebut adalah (1) layanan Go-Food tidak mempunyai pengaruh signifikan dalam objek Pajak Restoran yang didaftarkan di DKI Jakarta, sedangkan dalam (2) penghasilan Pemungut Pajak Restoran DKI Jakarta Layanan Go-Food memiliki pengaruh dalam peningkatan tahun 2013-2017. Kemudian pada (3) pengeluaran rata-rata Penggunaan layanan Go-Food menunjukkan pengaruh dalam peningkatan Pajak Restoran DKI Jakarta.

Kata kunci : E-Commerce, Go-Food, Pajak Restoran, DKI Jakarta.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research is to find out the potential influence of E-Commerce (Go-Food) on DKI Jakarta Restaurant Taxes. The object of this research is the registered restaurant tax object, restaurant tax collector income, and the amount of fees incurred by users of Go-Food services when there is no Go-Food service and after Go-Food service is available. This study uses a qualitative descriptive approach by conducting a case study on Users of GO-FOOD Services in the DKI Jakarta area. The study used primary data sourced from questionnaires distributed to Go-Food Service Users and used secondary data sourced from the DKI Jakarta BPRD.

The researcher divided this research into 3 scopes, namely the registered restaurant tax object, the income of the restaurant tax collector, and the amount of fees incurred by users of the Go-Food service when there was no Go-Food service and after the Go-Food service. The results of the analysis of the study in these three scopes are (1) that Go-Food services do not have a significant influence on the object of Restaurant Tax registered in DKI Jakarta, while in (2) the income of DKI Jakarta Restaurant Tax Collection Go-Food Service has an increase in 2013-2017. Then (3) the average expenditure on the use of Go-Food services shows an influence in increasing DKI Jakarta Restaurant Taxes.

Keywords: E-Commerce, Go-Food, Restaurant Tax, DKI Jakarta.