



PENGARUH PERUBAHAN TARIF PAJAK IMPOR ATAS PEMBERLAKUAN PMK.199/PMK.010/2019, PENETAPAN HARMONIZED SYSTEM, DAN PREFERENSI BELANJA SETELAH PERUBAHAN DE MINIMIS THRESHOLD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPORTIR

Merlin Fitri Qhairunisa¹, Rulyanti Susi Wardhani², Vebtasvili³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Indonesia

History Article

Article history:

Received Jul 17, 2023
Approved Aug 16, 2023

Keywords:

Import Tax Rates, Harmonization System, Shopping Preferences, Purchasing Decisions.

ABSTRACT

Merlin Fitri Qhairunisa. 301 19 11 047. 2023. In recent years, the volume of imports of goods has increased significantly due to the sale of imported goods by e-commerce actors in importing goods, to reduce the volume of imported goods, the government has imposed new rules regarding the import of consignments, regulated in PMK 199/PMK 010/ 2019 concerning Customs, Excise and Tax Provisions on Imported Goods. This study aims to analyze the effect of changes in tax rates, establishment of a harmonized system, and shopping preferences on importers' decisions in purchasing imported e-commerce goods. This research approach is a quantitative descriptive analysis with a sample of 105 respondents. The sampling technique uses a non-probability sampling technique using a purposive sampling method. Based on the research results, changes in import tax rates, harmonized systems and shopping preferences have a positive and significant effect on importers' purchasing decisions. The results of this study are expected to provide information as a basis for consideration, support, and contribution of ideas to importers and the government in an effort to reduce import volumes and reduce the trade balance deficit.

ABSTRAK

Merlin Fitri Qhairunisa. 301 19 11 047. 2023. Beberapa tahun terakhir volume impor barang mengalami peningkatan yang cukup signifikan akibat penjualan barang impor yang dilakukan oleh pelaku e-commerce dalam impor barang, untuk mengurangi volume impor barang kiriman, pemerintah memberlakukan aturan baru terkait impor barang kiriman, diatur dalam PMK 199/PMK 010/2019 tentang Ketentuan Kepabeanan, Cukai, Dan

Pajak Atas Impor Barang Kiriman. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perubahan tarif pajak, penetapan *harmonized system*, dan preferensi belanja terhadap keputusan importir dalam pembelian barang impor e-commerce. Pendekatan penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan sampel sebanyak 105 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Non-probability sampling* menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian perubahan tarif pajak impor, *harmonized system* dan preferensi belanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian importir. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai dasar pertimbangan, pendukung, dan sumbangan pemikiran kepada importir dan pemerintah dalam usaha guna menekan volume impor dan menekan defisit neraca perdagangan.

© 2023 Jurnal Ilmiah Global Education

*Corresponding author email: merlinfitril2@gmail.com

PENDAHULUAN

E-commerce telah dinilai sebagai peluang bagi negara berkembang untuk mendapatkan pijakan yang lebih kuat dalam sistem perdagangan multilateral. *E-commerce* memiliki kemampuan untuk memainkan peran penting dalam membantu ekonomi berkembang mendapatkan keuntungan lebih dari perdagangan. Berbeda dengan persyaratan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis dari bangunan fisik, *e-commerce* tidak memerlukan ruang penyimpanan, asuransi, atau investasi infrastruktur dari pihak pengecer. Satu-satunya prasyarat adalah *website* yang dirancang dengan baik untuk menjangkau pelanggan. Selain itu, *e-commerce* memungkinkan margin keuntungan yang lebih tinggi karena biaya menjalankan bisnis jauh lebih sedikit (*World Trade Organization*, 2013).

Berbelanja secara *online* melalui *e-commerce* mulai digandrungi oleh masyarakat dan menjadi kegiatan yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Di masa pandemi Covid-19 banyak konsumen yang sebelumnya tidak pernah berbelanja *online* kini harus mengandalkan *platform* belanja digital untuk memenuhi kebutuhan. *E-commerce* tidak hanya membuka pasar baru untuk produk dan jasa yang ditawarkan, tetapi juga membuka peluang UMKM lokal dalam berbisnis. Menurut kementerian koordinator bidang perekonomian dalam siaran pers HM.4.6/553/SET.M.EKON.3/10/2022 (2022), peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99 persen dari keseluruhan unit usaha, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) juga mencapai 60,5 persen. UMKM dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Meningkatnya penjualan barang impor melalui *e-commerce* di Indonesia tidak dapat dipandang sebelah mata. Hal ini didasari oleh banyaknya *e-commerce* yang menjual berbagai produk luar negeri, serta *platform e-commerce* yang memberikan tempat khusus bagi UKM dari luar negeri. Produk UMKM Indonesia seringkali bersaing dengan produk impor dalam *e-commerce*. Ini bukan kali pertama diakui pemerintah, karena telah ada upaya menghadang produk impor melalui *e-commerce* karena mengancam UMKM di dalam negeri. Ajakan untuk bangga produk dalam negeri tentu tidak cukup. Pemerintah perlu mengkaji kembali kebijakannya, salah satunya dari sisi fiskal membuat ketentuan yang adil untuk melindungi UMKM dalam negeri.

Melalui Bea Cukai pemerintah telah menerbitkan peraturan impor barang kiriman terbaru yang diatur melalui Keputusan Menteri Keuangan PMK No. 13/PMK.010/2022 tentang Perubahan Keempat Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 6/PMK.010/2017 tentang Penetapan Sistem Klasifikasi Barang dan Pembebanan Tarif Bea Masuk atas Barang Impor yang telah berlaku 1 April 2022 dan juga PMK 199/PMK.10/2019 yang telah berlaku mulai 30

Januari 2020. Penerapan PMK nomor 199/PMK.10/2019 dipandang sebagai respon terhadap banyaknya produk luar negeri yang masuk (seperti produk elektronik, kosmetik dan fashion) akibat *online marketplace*.

Penelitian ini akan menguji apakah Importir mempertimbangkan faktor-faktor tersebut atas keputusan membeli barang impor, sehingga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang berpengaruh signifikan atau sebaliknya yaitu perubahan tarif pajak impor atas pemberlakuan ketetapan PMK 199/PMK.010/2019, penetapan *harmonized system*, dan preferensi belanja impor setelah perubahan *de minimis threshold* tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan Importir, dan dinilai hanya *shock effect* atas perubahan kebijakan saja. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran apakah keputusan pemerintah dalam menurunkan batas atas pembebasan pengenaan bea masuk dan pungutan tarif pajak, dan klasifikasi barang impor bisa menekan defisit neraca perdagangan, tidak hanya lantaran produk barang jadi impor perlahan-lahan akan berkurang, tetapi juga kebijakan ini diharapkan dapat meningkatkan kembali nilai ekspor. Dan juga para pelaku *e-commerce* dapat memahami bahwa kegiatan impor menyebabkan kurangnya kepedulian masyarakat terhadap UMKM lokal.

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Seperti yang dijelaskan Sugiyono (2022), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, yang mempelajari populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, yang tujuannya adalah untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Penelitian kuantitatif biasanya dilakukan pada populasi atau sampel representatif tertentu.

Jenis atau tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis eksplanatif. Bungin (2017) penelitian eksplanatif bertujuan untuk menjelaskan generalisasi suatu sampel terhadap populasi, atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya, oleh karena itu penelitian eksplanatif menggunakan sampling dan hipotesis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis survei eksplanatif asosiatif. Survei eksplanatif dengan tipe asosiatif digunakan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih. Jenis penelitian ini digunakan karena tujuan penelitian ini adalah untuk memperjelas hubungan dan pengaruh dari variabel-variabel yang relevan. Dalam penelitian eksplanatif asosiatif, hubungan antar variabel dijelaskan melalui pengujian hipotesis. Hipotesis ini dibuktikan dengan metode survei (metode sampling). Dalam metode survei, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data.

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner penelitian secara *online*. Sugiyono (2022) angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkain pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Hasil kuesioner akan terjelma dalam deskripsi, angka, gambar, tabel dan analisis serta hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2022), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek dengan ciri dan karakteristik tertentu yang peneliti tentukan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan kata lain populasi dapat disebut sebagai keseluruhan subjek penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Importir di Kota Jakarta. Populasi membutuhkan sampel dalam penelitian ini, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Importir yang melakukan impor barang kiriman dari luar negeri melalui *e-commerce*.

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah *Non-probability sampling*. Jenis *Non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Purposive sampling digunakan karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan apa yang telah ditentukan peneliti dalam penelitian ini. Kriteria sampel yang digunakan oleh penelitian ini adalah pelaku *e-commerce* yaitu *seller online shop* yang memiliki barang dagang impor dan bergerak sebagai Importir yang bernaung pada platform *e-commerce* seperti Shopee, Instagram, dan Facebook di Kota Jakarta yang hanya bergerak di bidang fashion, elektronik dan peralatan rumah tangga.

Untuk penentuan jumlah sampel yaitu digunakan cara mengalikan jumlah indikator dengan angka 5-10 (Hair et al. 2018), adalah tergantung pada jumlah semua item pertanyaan dikalikan 5-10. Penelitian ini memiliki total 19 indikator, jadi 10 dikalikan dengan 19 menjadi 190 adalah batas maksimal responden, sedangkan 5 dikalikan 19 menjadi 95 responden adalah batas minimal responden. maka dalam penelitian ini, sampel yang digunakan yaitu sebesar 105 sampel. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Menurut Siregar (2017) validitas adalah seberapa baik kesesuaian indikator empiris dengan definisi konseptual dari konstruk yang seharusnya diukur oleh indikator tersebut.

Tabel 1: Uji Validitas Variabel

Variabel	Item	Nilai R Hitung	R Tabel	Probability	Ket
Perubahan Tarif Pajak Impor (PTPI)	PTPI.1	0.689	0.191	0.00	Valid
	PTPI.2	0.767	0.191	0.00	Valid
	PTPI.3	0.680	0.191	0.00	Valid
	PTPI.4	0.668	0.191	0.00	Valid
	PTPI.5	0.625	0.191	0.00	Valid
Harmonized System (HS)	HS.1	0.916	0.191	0.00	Valid
	HS.2	0.916	0.191	0.00	Valid
	HS.3	0.920	0.191	0.00	Valid
Preferensi Belanja (PB)	PB.1	0.545	0.191	0.00	Valid
	PB.2	0.675	0.191	0.00	Valid
	PB.3	0.733	0.191	0.00	Valid
	PB.4	0.782	0.191	0.00	Valid
	PB.5	0.650	0.191	0.00	Valid
	PB.6	0.585	0.191	0.00	Valid
Keputusan Pembelian Importir (KPI)	KPI.1	0.526	0.191	0.00	Valid
	KPI.2	0.418	0.191	0.00	Valid
	KPI.3	0.731	0.191	0.00	Valid
	KPI.4	0.598	0.191	0.00	Valid
	KPI.5	0.561	0.191	0.00	Valid

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa variabel perubahan tarif pajak impor, *harmonized system*, dan preferensi belanja terhadap keputusan pembelian memiliki nilai uji validitas yang sangat kuat, kuesioner dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r Tabel, dan diketahui nilai r Tabel ($DF=N-2=105-2=103$). Jadi dapat diartikan bahwa keseluruhan item variabel memiliki data yang valid dengan menunjukkan r hitung > r Tabel dengan nilai probability dibawah 0,05.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal (Siregar, 2017).

Tabel 2: Uji Validitas Variabel

Variabel	Uji Reliabilitas	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Perubahan Tarif Pajak Impor	0.628	5	0.61	Reliable

<i>Harmonized system</i>	0.640	3	0.61	Reliable
Preferensi Belanja	0.764	6	0.61	Reliable
Keputusan Pembelian	0.643	5	0.61	Reliable

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 2 diketahui mengenai uji reliabilitas dan yang terlihat nilai uji reliabilitas perubahan tarif pajak impor lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha ($0,733 > 0,61$), begitu juga dengan uji reliabilitas variabel *harmonized system* lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha ($0,906 > 0,61$), begitu juga dengan uji reliabilitas variabel preferensi belanja lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha ($0,704 > 0,61$), dan begitu juga dengan uji reliabilitas variabel keputusan pembelian lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha ($0,739 > 0,61$). Artinya semua keseluruhan item pada variabel perubahan tarif pajak, *harmonized system*, preferensi belanja dan keputusan pembelian dikatakan reliable dan layak digunakan.

Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan uji deskriptif statistik untuk menggambarkan atau mendeskripsikan variabel perubahan tarif pajak, *harmonized system*, preferensi belanja dan keputusan pembelian yang diteliti. Adapun hasil uji statistik deskriptif dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel 3: Frekuensi Variabel Perubahan Tarif Pajak Impor, *Harmonized System*, Preferensi Belanja

Item	5		4		3		2		1		Total		Rata-Rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Σ	%	
PTPI.1	53	50.5	48	45.7	4	3.8	-	-	-	-	105	100	3.17
PTPI.2	40	38.1	63	60.0	1	1.0	1	1.0	-	-	105	100	3.68
PTPI.3	3	2.9	47	44.6	51	48.6	4	3.8	-	-	105	100	3.17
PTPI.4	6	5.7	85	81.0	13	12.4	1	1.0	-	-	105	100	3.68
PTPI.5	3	2.9	87	82.9	14	13.3	1	1.0	-	-	105	100	3.68
Indikator: Perubahan Tarif Pajak Impor (PTPI)												3.47	
HS.1	29	27.6	57	54.3	18	17.1	1	1.0	-	-	105	100	3.68
HS.2	12	11.4	62	59.0	30	28.6	1	1.0	-	-	105	100	3.68
HS.3	17	16.2	65	61.9	22	21.0	1	1.0	-	-	105	100	3.68
Indikator: <i>Harmonized system</i> (HS)												3.68	
PB.1	31	29.5	71	67.6	3	2.9	-	-	-	-	105	100	3.28
PB.2	32	30.5	58	55.2	15	14.3	-	-	-	-	105	100	2.57
PB.3	44	41.9	58	55.2	3	2.9	-	-	-	-	105	100	3.28
PB.4	67	63.8	36	34.3	2	1.9	-	-	-	-	105	100	3.43
PB.5	54	51.4	48	45.7	3	2.9	-	-	-	-	105	100	3.28
PB.6	14	13.3	78	74.3	13	12.4	-	-	-	-	105	100	2.65
Indikator: Preferensi belanja (PB)												3.08	
TOTAL												3.41	

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

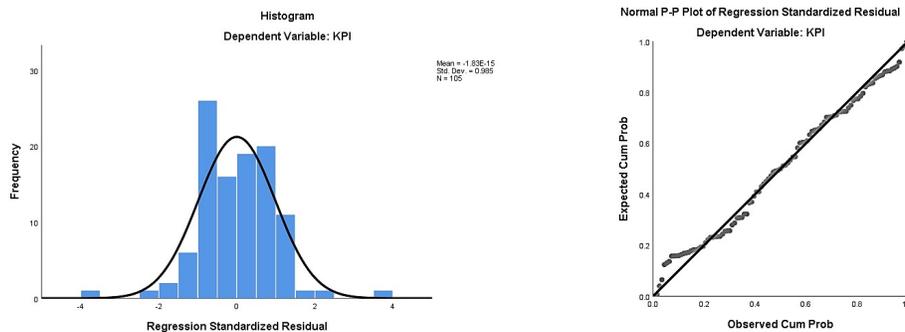
Berdasarkan Tabel 3 menjelaskan dengan jumlah 105 responden, dapat dilihat bahwa dari item pernyataan variabel perubahan tarif pajak impor, *harmonized system*, preferensi belanja menunjukkan respon rata – rata responden mendapatkan nilai lebih dari 3 sehingga dapat disimpulkan bahwa responden ragu-ragu dengan perubahan tarif pajak impor, *harmonized system*, preferensi belanja terhadap keputusan pembelian.

Uji Asumsi Klasik

Syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisa data adalah menguji asumsi yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas.

Uji Normalitas

Gambar 1. Uji Normalitas Data dan Uji Normal P-Plot



Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Hasil gambar grafik histogram tersebut dapat dilihat bahwa garis diagonal mengikuti garis residu yang merupakan sebuah indikator dari setiap variabel perubahan tarif pajak impor, *harmonized system*, preferensi belanja dan keputusan pembelian. Dari gambar tersebut menyebutkan bahwa artian garis tersebut tidak putus dan tidak menjauh dari garis diagonal yang sejajar dengan indikator residual. Jadi dapat disimpulkan data penelitian ini dari variabel perubahan tarif pajak impor, *harmonized system*, preferensi belanja dan keputusan pembelian berdistribusi normal. Selain menggunakan histogram, grafik normal P-P Plot berdasarkan gambar diatas, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3: Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	8.763	.636			
1 PTPI	.251	.036	.509	.727	1.375
HZ	.171	.041	.305	.717	1.395
PB	.060	.028	.144	.844	1.184

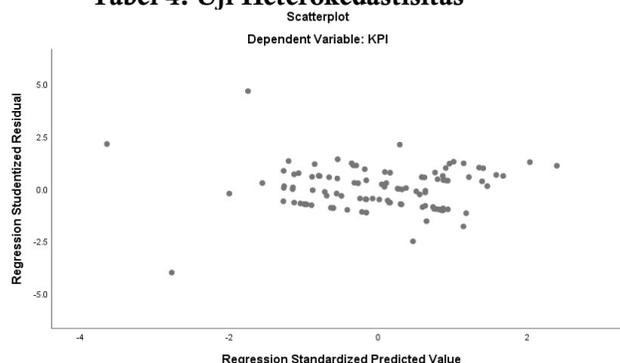
a. Dependent Variable: KPI

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF, dari data diatas untuk variabel perubahan tarif pajak impor diketahui bahwa nilai tolerance 0.727 dan nilai VIF 1.375. variabel *harmonized system* diketahui nilai tolerance sebesar 0.717 dan nilai VIF 1.395 dan untuk variabel preferensi belanja diketahui bahwa nilai tolerance 0.844 dan nilai VIF 1.184. Semua nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan semua nilai VIF lebih kecil dari 10. Hal ini berarti dalam model regresi tidak adanya korelasi antar variabel bebas. Jadi dapat diartikan bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 4: Uji Heterokedastisitas



Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan gambar 4 bahwa grafik scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik- titik tidak membentuk pola yang jelas, titik tersebut tidak berada tetap di sumbu X dan Y akan tetapi menyebar secara halus, dan juga tidak membentuk pola yang bergelombang, namun titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan persamaan regresi berganda. Ghozali (2018) mengatakan bahwa analisis regresi pada hakikatnya adalah studi tentang hubungan suatu variabel dependen (tergantung) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas atau independen) dengan tujuan untuk memperkirakan rata-rata populasi atau mean dari variabel dependen berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui. Hasil analisis regresi berupa koefisien untuk masing-masing variabel bebas. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh perubahan tarif pajak impor atas pemberlakuan ketetapan PMK 199/PMK.010/2019, penetapan *harmonized system*, dan preferensi belanja impor setelah perubahan *de minimis threshold* terhadap keputusan Importir dalam pembelian barang impor *e-commerce*. Diketahui hasilnya pada Tabel berikut ini:

Tabel 5: Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.763	.636		13.777	.000
PTPI	.251	.036	.509	6.932	.000
HZ	.171	.041	.305	4.125	.000
PB	.060	.028	.144	2.113	.037

a. Dependent Variable: KPI

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil data diatas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KPI = a + b_1PTPI + b_2HS + b_3PB + e$$

$$KPI = 8.763 + 0.251 PTPI + 0.171 HS + 0.060 PB$$

Dimana:

- KPI : Keputusan Pembelian Importir *E-commerce*
- PTPI : Perubahan Tarif Pajak Impor
- HS : Penetapan *Harmonized system*
- PB : Preferensi Belanja
- a : Konstanta
- b1, b2, b3 : Koefisien Regresi

e : Kesalahan (*error*)

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diimplementasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstan KPI sebesar 8.763 artinya jika variabel perubahan tarif pajak impor, *harmonized system*, dan preferensi belanja adalah nol, maka keputusan pembelian akan tetap berada pada 8.763 artinya jika importir melakukan impor barang kiriman dengan tidak adanya perubahan tarif pajak impor, *harmonized system*, dan preferensi belanja maka keputusan pembelian importir akan berada tetap pada 8.763 atau 87,6 persen.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel perubahan tarif pajak adalah 0.251, artinya jika perubahan tarif pajak impot mengalami peningkatan sebesar 1 kali maka keputusan pembelian importir akan mengalami peningkatan sebesar 0.251 atau 25,1 persen. Koefisien bernilai positif maka perubahan tarif pajak impor akan meningkatkan keputusan pembelian importir.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel *Harmonized system* adalah 0.171, artinya jika *Harmonized system* mengalami peningkatan sebesar 1 kali maka keputusan pembelian importir akan mengalami peningkatan sebesar 0.171 atau 17,1 persen. Koefisien bernilai positif maka perubahan tarif pajak impor akan meningkatkan keputusan pembelian importir.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel preferensi belanja adalah 0.060, artinya jika preferensi belanja mengalami peningkatan sebesar 1 kali maka keputusan pembelian importir akan mengalami peningkatan sebesar 0.060 atau 6 persen. Koefisien bernilai positif maka perubahan tarif pajak impor akan meningkatkan keputusan pembelian importir.

Uji Hipotesis

Tabel 6: Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.778 ^a	.605	.593	.884848	1.774

a. Predictors: (Constant), PB, PTPI, HZ

b. Dependent Variable: KPI

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil koefisien determinasi ini dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar R adalah 0.778. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengaruh perubahan tarif pajak impor, *harmonized system*, preferensi belanja memiliki hubungan cukup erat terhadap keputusan pembelian importir. Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan sejalan dengan tingkat hubungan yang cukup tinggi, dari analisis data diatas diketahui besarnya *Adjusted R Square* 0.593. Hal ini berarti 59,3 persen variabel keputusan pembelian importir dapat dijelaskan oleh varian dari variabel pengaruh perubahan tarif pajak impor, *harmonized system*, preferensi belanja. Sedangkan sisanya 40,7 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti promosi, minat dan loyalitas konsumen.

Uji F

Tabel 7: Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	120.946	3	40.315	51.492	.000 ^b
Residual	79.077	101	.783		
Total	200.023	104			

a. Dependent Variable: KPI

b. Predictors: (Constant), PB, PTPI, HZ

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 7 diketahui mengenai uji f dengan pengujian yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ diperoleh F-Tabel 2.69. Hasil pengujian statistik dihasilkan F-hitung sebesar 51.492 dengan signifikansi 0.000. nilai signifikansi menunjukkan taraf signifikansi

tersebut lebih kecil dari 0,05. dengan demikian $F\text{-hitung} > F\text{-Tabel}$ ($51.492 > 2,69$) yang berarti bahwa variabel pengaruh perubahan tarif pajak impor, *harmonized system*, preferensi belanja berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian importir.

Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Tabel 8: Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.763	.636		13.777	.000
PTPI	.251	.036	.509	6.932	.000
HZ	.171	.041	.305	4.125	.000
PB	.060	.028	.144	2.113	.037

a. Dependent Variable: KPI

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 8 dapat diperoleh hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

Pengujian Hipotesis Alternatif Pertama

Hasil pengujian hipotesis koefisien regresi variabel perubahan tarif pajak impor terhadap keputusan pembelian importir, didapatkan nilai t-hitung sebesar 6.932 dan nilai signifikansi sebesar 0.000. Nilai statistik uji t-hitung tersebut lebih besar daripada t-Tabel ($6.932 > 1.983$) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada $\alpha = 0.05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel perubahan tarif pajak impor berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian importir.

Pengujian Hipotesis Alternatif Kedua

Hasil pengujian hipotesis koefisien regresi variabel *harmonized system* terhadap keputusan pembelian importir, berdasarkan dari nilai t-hitung untuk variabel *harmonized system* sebesar 4.125 dan didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000. Nilai statistik uji t-hitung tersebut lebih besar daripada t-Tabel ($4.125 > 1.983$) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada $\alpha = 0.05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel perubahan tarif pajak impor tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian importir.

Pengujian Hipotesis Alternatif Ketiga

Hasil pengujian hipotesis koefisien regresi variabel preferensi belanja terhadap keputusan pembelian importir, didapatkan nilai t-hitung sebesar 2.113 dan nilai signifikansi sebesar 0.037. Nilai statistik uji t-hitung tersebut lebih besar daripada t-Tabel ($2.113 > 1.983$) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada $\alpha = 0.05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel preferensi belanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian importir.

Pembahasan

Perubahan Tarif Pajak Impor *E-commerce* Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Importir Dalam Pembelian Impor *E-commerce*

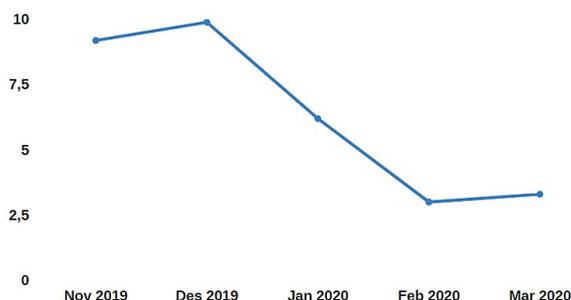
Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara perubahan tarif pajak impor terhadap keputusan pembelian importir. Nilai signifikansi dalam penelitian ini ialah 5 persen artinya bahwa penelitian ini memiliki kebenaran sebesar 95 persen. Signifikan artinya bahwa dalam penelitian ini, antara perubahan tarif pajak impor terhadap keputusan pembelian ternyata memberikan efek atau dampak yang cukup besar terhadap variabel KPI dan hal tersebut tidak dapat dilepaskan dalam penelitian ini. Signifikan berarti bahwa tingkat kebenaran tidak terlepas dari permasalahan tertentu, artinya bahwa keputusan pembelian tidak akan terlepas dari permasalahan perubahan tarif pajak impor, dan dengan begitu suatu hipotesis penelitian dapat diterima apabila peneliti sudah mengetahui hasil signifikansinya.

Hal yang menunjukkan hasil penelitian berpengaruh positif dan signifikan antara perubahan tarif pajak terhadap keputusan pembelian yaitu karena importir mengetahui perubahan tarif bea masuk dan pajak impor dan mempertimbangkan kembali tarif pajak ketika

membeli produk impor, didukung dengan data tanggapan responden yang menyatakan menyetujui bahwa pajak impor mempengaruhi keputusan pembelian importir, akan tetapi importir masih ragu-ragu untuk mengurangi pembelian produk impor meski telah berlaku kebijakan impor terbaru. Penelitian ini menjadikan *Theory of Planned Behavior* sebagai teori dasar karena adanya peran yang terkait dengan hubungan antara variabel penelitian. Komponen yang dimiliki dalam *Theory of Planned Behavior* memiliki pengaruh terhadap niat perilaku, dimana niat perilaku juga berpengaruh terhadap perilaku. Perubahan tarif pajak impor atas pemberlakuan ketetapan PMK 199/PMK.010/2019 dapat digambarkan sebagai konsep pengendalian individu tentang aspek keuangan, hal tersebut mempengaruhi niat individu, sedangkan keputusan pembelian dapat digambarkan sebagai sikap terhadap perilaku karena keputusan pembelian sama dengan niat dengan keyakinan untuk melakukan perilaku.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu dari Mintalangi dan Taroreh (2019), dan Joviana (2016) membuktikan bahwa perubahan pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut juga terlihat pada penelitian yang dilakukan oleh Sumendap (2020) menyatakan bahwa perubahan tarif pajak berpengaruh terhadap minat impor pelaku e-commerce. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, perubahan tarif pajak terhadap keputusan pembelian mengindikasikan bahwa importir memikirkan kembali keputusannya sebelum melakukan impor barang, adanya kenaikan tarif pajak tentu mempengaruhi nilai total pabean yang harus importir bayar. Keputusan pemerintah terkait perubahan tarif pajak impor dinilai cukup berhasil, hal tersebut sesuai dengan data yang dikeluarkan DJBC.

Gambar 2. Volume Impor



Sumber: Data DJBC, 2023

Berdasarkan gambar pada catatan dokumen impor, kegiatan *e-commerce* melalui barang kiriman di Indonesia mengalami penurunan yang sangat signifikan, pada November 2019 volume impor mencapai 9,2 juta paket dan mengalami peningkatan pada Desember 2019 sebesar 9,9 juta paket. Januari 2020 mengalami penurunan volume impor sebesar 6,2 juta paket bersamaan dengan terbitnya kebijakan perubahan tarif pajak impor, bulan berikutnya masih mengalami penurunan volume impor sebesar 3 juta paket dan mengalami kenaikan volume impor 3,3 juta paket pada maret 2020, akan tetapi penurunan volume impor pada awal tahun 2020 dinilai hanya *shock effect* atas perubahan kebijakan saja, terlihat pada data Tabel dibawah ini:

Tabel 9. Volume Impor dan Nominal Transaksi E-commerce

	2019	2020	2021	2022
Volume Impor	71.9 Juta	53,6 Juta	54 Juta	60,1 Juta
	Paket	Paket	Paket	Paket
Nominal Transaksi	15	10,8	10,1	10,3 Triliun
	Triliun	Triliun	Triliun	Rupah
	Rupiah	Rupiah	Rupiah	

Sumber: Data DJBC, 2023

Data yang dikeluarkan Direktorat Jenderal Bea Cukai, tiga tahun terakhir setelah kebijakan perubahan tarif pajak impor menunjukkan bahwa volume impor mengalami kenaikan setiap tahunnya, pada catatan dokumen impor kegiatan *e-commerce* melalui barang kiriman di

Indonesia mencapai 53,6 juta paket dengan nominal transaksi 10,8 triliun rupiah pada tahun 2020, yang meningkat menjadi 54 juta paket dengan nominal transaksi 10,1 triliun rupiah di tahun 2021 dan mengalami peningkatan yang sangat signifikan pada tahun 2022 menjadi 60,1 juta paket dengan nominal transaksi 10,3 triliun rupiah. Hal ini didasari oleh meningkatnya pengguna *e-commerce* setiap tahunnya dan Konsumen juga lebih yakin akan kualitas dari produk impor selain itu Dengan adanya trend fashion luar negeri yang sedang marak saat ini, membuat konsumen lebih memilih produk-produk dari brand impor. Hal ini disebabkan karena konsumen senang mengikuti trend-trend yang ada saat ini baik untuk *trend fashion* atau keunggulan produk elektronik, produk yang dipasarkan juga tergolong memiliki harga yang terjangkau sehingga konsumen terbiasa dengan produk impor yang selalu digunakan dan membuat konsumen merasa cocok terhadap produk dari brand impor tersebut. Sehingga importir tetap melakukan pembelian produk impor karena masih melihat peluang pada bisnis impor barang, walaupun tarif pajak mengalami perubahan, seperti kenaikan tarif pajak. Kebijakan perubahan tarif pajak impor nampaknya hanya menekan minat importir dan tidak terlalu mempengaruhi keputusan pembelian importir. Terlihat pada penelitian ini hanya berpengaruh sebesar 59,3 persen terhadap variabel Keputusan Pembelian Importir, dengan demikian dapat dikatakan bahwa tujuan adanya perubahan tarif pajak pada PMK 199/PMK 010/2019 belum berjalan dengan semestinya.

Penetapan *Harmonized System* Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Importir Dalam Pembelian Impor *E-commerce*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *harmonized system* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian importir. Hal ini mengindikasikan bahwa importir mengetahui penetapan *harmonized system*, importir juga menyadari kemudahan dalam pengklasifikasian barang pada Buku Tarif Kepabeanan Indonesia, selain itu importir juga mempercayai laman INSW sebagai sumber referensi tarif impor sesuai dengan *HS Code* produk-produk impor yang telah tersedia. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) penerimaan pengguna dalam penggunaan teknologi dipengaruhi oleh 2 (dua) variabel, yaitu kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang diyakini menjadi faktor penentu dasar penerimaan pengguna teknologi (Davis *et al*, 1989). Hal ini dibuktikan pada penelitian yang dilakukan oleh Sandora (2020) mengenai pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian belanja secara *online*. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara kemudahan penggunaan dengan keputusan pembelian. Hal tersebut juga terlihat pada penelitian yang dilakukan oleh Laras dan Bawono (2021) menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan dimana semakin meningkatnya kemudahan dalam menggunakan *e-commerce* maka keputusan pembelian secara *online* juga akan meningkat.

Hasil berikutnya pada penelitian ini yaitu, dalam data tanggapan responden masih ada importir yang belum memahami betul mengenai *harmonized system* yang saat ini berlaku. Hal tersebut terlihat pada indikator pernyataan, indikator skor tertinggi pada item saya mengetahui penetapan *harmonized system* pada barang yang saya impor sedangkan skor terendah ada pada item saya menentukan *HS Code* dengan menggunakan Buku Tarif Kepabeanan Indonesia dan item saya mengetahui Tarif Preferensi dengan mengunjungi laman resmi Indonesia National Single Window (INSW). Tanggapan hasil responden menunjukkan dan menilai bahwa importir mengetahui penetapan *harmonized system* pada barang yang akan diimpor, akan tetapi masih ada beberapa importir yang menjawab ragu-ragu terkait *HS Code* pada BTKI dan INSW. Hal ini menunjukkan masih ada importir yang kurang mengetahui mengenai pembaruan pada buku tarif kepabeanan Indonesia dan laman INSW, sehingga importir langsung melakukan impor barang tanpa melihat preferensi tarif pada BTKI dan INSW. Hal ini sejalan dengan penelitian Nugrahaeni dan Tjen (2021) mengenai *Perception Analysis of The Harmonized System: A Case Study of Tarif Disputes in Indonesia* mengungkapkan bahwa masih terdapat kekurangan pengetahuan importir tentang *harmonized system*.

Preferensi Belanja Impor Setelah Perubahan *De Minimis Threshold* Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Importir Dalam Pembelian Impor *E-commerce*

Setelah adanya perubahan kebijakan impor maka terjadi perubahan preferensi belanja yang akan dilakukan oleh importir. Importir akan melakukan penilaian pada produk-produk

yang masih mempunyai nilai jual yang tinggi. Indikator Preferensi belanja setelah perubahan *de minimis threshold* pada penelitian ini menekankan pada harga dan kualitas. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan dari si pemasar produk. Harga yang ditetapkan jika sesuai dengan produk maka importir akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Begitu juga dengan kualitas produk, kualitas produk ialah suatu penilaian terhadap keunggulan dan keistimewaan dari barang yang akan dibeli, dengan adanya harga dan kualitas produk yang sesuai dan menarik maka keputusan pembelian akan meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi belanja berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian importir. Hal ini mengindikasikan bahwa importir melakukan perhitungan total biaya yang dikeluarkan dan melakukan kesesuaian antara harga dan kualitas terhadap produk impor sebelum memutuskan membelinya. Hal ini untuk menentukan harga jual produk yang akan mereka jual, sebab importir mengetahui perubahan kebijakan impor mempengaruhi harga jual produk. Preferensi belanja dapat digambarkan sebagai norma subjektif merujuk setelah perubahan tarif pajak impor atas pemberlakuan ketetapan PMK 199/PMK.010/2019 yang menjadi penentu faktor pendukung atau penghambat setiap individu dalam melakukan suatu perilaku.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Syam (2022) yang meneliti pengaruh preferensi belanja terhadap keputusan pembelian produk pada *marketplace*, dari hasil penelitian ini preferensi belanja memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal yang sama juga terlihat pada penelitian Zulfa (2019) menyatakan bahwa harga, promosi, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kotler (2018) menyebutkan bahwa keputusan pembelian sebagai suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Keputusan pembelian sebagai proses pemecahan masalah yang terdiri dari analisis atau identifikasi kebutuhan dan keinginan pasca pembelian. Ternyata, dari penelitian ini dapat diketahui bahwa importir merasakan adanya preferensi belanja yang ditonjolkan setelah perubahan tarif pajak impor sehingga importir merasa sampai pada tahap keputusan pembelian karena telah mengevaluasi beberapa dan menentukan apa yang akan dibeli dan tidak dibeli.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perubahan tarif pajak impor atas pemberlakuan PMK 199/PMK.010/2019, penetapan *harmonized system*, dan preferensi belanja impor setelah perubahan *de minimis threshold* terhadap keputusan importir dalam pembelian barang impor *e-commerce*. Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh perubahan tarif pajak impor atas pemberlakuan PMK 199/PMK.010/2019, penetapan *harmonized system*, preferensi belanja impor setelah perubahan *de minimis threshold* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian importir.

Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian Importir diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini, contohnya seperti *brand awareness*. Selain itu, bidang usaha responden pada penelitian ini hanya dibatasi pada fashion, peralatan rumah tangga dan elektronik, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan bidang usaha lain, seperti bidang usaha kosmetik dan skincare, sehingga hasil penelitian selanjutnya menjadi lebih spesifik. Peneliti berharap UMKM di Indonesia dapat terus meningkatkan kualitas produk dan inovasi produk sesuai keinginan pasar sehingga mampu bersaing dengan produk impor. Pemerintah melalui Kementerian Keuangan juga diharapkan dapat terus mensosialisasikan penerapan PMK Nomor 199/PMK.010/2019 ini melalui bahasa dan cara penyampaian yang mudah diterima oleh masyarakat, dan terus memperhatikan kebutuhan produk di Indonesia, sehingga tujuan untuk menekan defisit neraca perdagangan, melindungi dan mengembangkan produk lokal pun dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Agusta, A. S., & Laugu, N. 2020. *Fresh Informasi Keagamaan Melalui Media Instagram Dalam Menanggapi Covid-19 di Indonesia*. Jurnal Perpustakaan.
- Bungin, Burhan. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: 319-340.
- DJBC. (2020). Impor E-commerce
- EKON. (2022). Pertumbuhan Perekonomian Indonesia
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: BP Universitas Diponegoro
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. 2018. *Multivariate Data Analysis*. Boston: Allyn and Bacon.
- Joviana (2016). Pengaruh Pengetahuan, Pemahaman, Dan Kesadaran Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (Ppn) Pada Produk Online Terhadap Keputusan Pembelian Kepercayaan Konsumen
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2018). *Harmonized System*
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Ekonomi Digital UMKM*
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *Volume Impor dan Nominal Impor*
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Mankiw. 2014. *Pengantar Ekonomi Mikro. Principle of Economics*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mintalangi, M. M., & Taroreh, F. J., (2019). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Penghapusan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Keputusan Pembelian Barang Bermerek (Studi Empiris Konsumen Barang Bermerek di Kota Manado)
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya Edisi 5*. Yogyakarta: Penerbit UPP
- N, S. L., & Bawono, A. D. B. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, Harga, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan E-Commerce Traveloka (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Prosiding Biema*, 2, 479-494.
- Nugrahaeni, R., & Tjen, C. (2021). Perception Analysis of the Harmonized System: A Case Study of Tariff Disputes in Indonesia. *Jurnal Perspektif Bea Dan Cukai*, 5(2), 144-164. <https://doi.org/10.31092/jpbc.v5i2.1249>
- Rn, S. and Surendran, S. 2012. Friction Welding to Join Dissimilar Metals, *International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering*, 2(7), pp. 200-210. India: IIT Madras.
- Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 290-310. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.288>
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang dan Fandy Tjiptono. 2018. *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Sumendap, I. J. T., Upa, V. A., & Chrisdianto, R. B. (2019). Pengaruh perubahan tarif pajak dan dasar pengenaan pajak atas pemberlakuan PMK 199/PMK.010/2019 terhadap minat impor di kalangan pelaku e-commerce.
- Syam, S. A., Ilham, M., Haeruddin, W., Ruma, Z., Musa, I., & Hasbiah, S. (2022). Pengaruh Preferensi belanja Terhadap Pembelian Produk Pada Marketplace. *Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 73-79.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 13/PMK.010/2022 Tentang Perubahan Keempat atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 6/PMK.010/2017 tentang Penetapan Sistem Klasifikasi Barang dan Pembebanan Tarif Bea Masuk atas Barang Impor

Peraturan Kementerian Keuangan Nomor 199/PMK.010/2019 Tentang Ketentuan Kepabeanan, Cukai, Dan Pajak Atas Impor Barang Kiriman
WTO. (2013). e-Commerce in Developing Countries - Opportunities and challenges for SMEs. *World Trade Organization*, 1–16. www.wto.org
Zulfa (2019). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.