

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanpa kita sadari teknologi berkembang dengan sangat cepat. Dalam perkembangannya, teknologi membutuhkan dukungan dalam mengakses segala informasi untuk dapat menjadi output atas penggunaan teknologi tersebut. Akses yang dibutuhkan berupa internet. Internet menjadi salah satu kebutuhan dalam segala kegiatan sehari-hari maupun keperluan formal. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam surveynya, dikatakan bahwa di Indonesia sampai tahun 2020 kuartal II jumlah pengguna internet di Indonesia telah menyentuh angka 196,7 juta pengguna atau sebesar 73,7 %. Hasil tersebut mencapai hampir 200 juta pengguna dari populasi seluruhnya menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yaitu 266,9 %. Dengan data tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa lebih dari setengah populasi di Indonesia telah menggunakan internet untuk menunjang kegiatan sehari-harinya. Penggunaan internet memudahkan kita untuk berkomunikasi dan mengakses informasi terhadap orang lain hanya dengan menggunakan komputer ataupun smartphone.

Selain digunakan untuk komunikasi dan mengakses informasi, internet digunakan media sebagai pertukaran data dalam aktivitas transaksi bisnis. Penggunaan internet dalam proses bisnis atau dapat disebut dengan Elektronik Commerce (*E-Commerce*). *E-Commerce* adalah perdagangan yang memfasilitasi untuk transaksi atau penjualan produk dan jasa secara *E-Commerce* selanjutnya menimbulkan *e-purchasing* dan *e-marketing* (Helmalia & Afrinawati, 2018). *E-Commerce* terjadi antara produsen dengan konsumen dengan penggunaan internet dan World Wide Web untuk penjualan dan pelayanan konsumen (Maulana et al., 2015). Di Indonesia, *E-Commerce* dianggap menjadi salah satu pangsa pasar berpotensi untuk meningkatkan penjualan. Lembaga riset asal Inggris, Merchant Machine, Indonesia memimpin jajaran pertumbuhan *E-Commerce* tertinggi antar negara yaitu 78% pada tahun 2018. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha perdagangan elektronik di Indonesia memiliki nilai ekonomis yang baik.

Dengan terjadinya pertumbuhan *E-Commerce* di Indonesia, pemerintah mulai menunjukkan langkahnya untuk mengatur aspek perpajakan atas transaksi *E-Commerce* dengan tujuan mengoptimalkan penerimaan pajak di masa mendatang. Pendapatan atas transaksi *E-Commerce* dapat menjadi salah satu olak ukur pemerintah dalam membuat kebijakan dalam bidang perpajakan. Menurut riset Badan Pusat Statistik, survey yang dilakukan kepada 16.277 pemilik usaha onlinr di Indonesia tahun 2020, pelaku usaha yang memiliki pendapatan dibawah 300 juta berjumlah 12 ribu pelaku usaha, usaha yang berpendapatan 300 juta sampai 2,5 milyar rupiah berjumlah 3100 usaha, usaha berpendapatan 2,5 milyar sampai 50 milyar rupiah berjumlah 779 usaha, dan usaha yang berpendapatan diatas 50 milyar berjumlah 60 usaha. Dari hasil survey tersebut dapat dijadikan acuan bagi pemerintah untuk merumuskan peraturan perpajakan.

Pajak adalah salah satu elemen utama penerimaan negara. Pajak menjadi pendorong untuk negara dalam menjalankan kegiatannya . Pemerintah memungut pajak untuk membiayai kegiatan kegiatan pembangunan diberbagai bidang yang akan dilakuan secara bertahap demi kepentingan seluruh masyarakat. Berkaitan dengan pajak *E-Commerce*, saat ini pemerintah masih dalam tahap pertimbangan dalam membuat rumusan kebijakan pajak usaha *E-Commerce*. Pada tahun 2018 Menteri Keuangan mengeluarkan peraturan dalam rangka menerapkan aspek pajak dalam transaksi *E-Commerce*. Peraturan tersebut tertuang dalam PMK-210/PMK.010/2018. Namun sebelum berlakukannya peraturan tersebut, pemerintah menetapkan untuk menarik kembali aturan tersebut dikarenakan terjadi simpang siur dan membentuk opini publik yang negatif. Pada akhirnya aturan yang menaungi pajak *E-Commerce* dikembalikan pada peraturan yang sebelumnya yaitu PP 23 Tahun 2018 yang dimana aturan tersebut juga berlaku bagi pelaku usaha UMKM.

Permasalahan yang masih sering terjadi adalah mengenai kepatuhan pajak. Pada berbagai objek yang dikenakan pajak, yang selalu menjadi permasalahan adalah tingkat kepatuhan wajib pajak. Khususnya bagi pajak *E-Commerce*, dapat diakui bahwa untuk menjaring potensi ini sangat sulit karena kendala seperti sarana berjualan yang tidak nyata serta transaksi yang menggunakan sistem elektronik menjadi faktor sulitnya mendeteksi keberadaan potensi pajak ini (Hasanudin et al.,

2020). Nufransa Wira Sakti sebagai Kepala Subdit Manajemen Transformasi dalam penelitian Indriyani (2020) mengungkapkan bahwa di Indonesia meskipun pasar *E-Commerce* berkembang pesat pelaku *E-Commerce* yang sudah memiliki NPWP masih sedikit. Dari 1600 pelaku *E-Commerce* yang dijadikan sampling, yang sudah teridentifikasi hanya sebanyak 1000 dan 600 belum teridentifikasi. Dari 1000 yang teridentifikasi hanya 620 yang memiliki NPWP. Dapat diartikan bahwa hanya sebanyak 38,75% pelaku *E-Commerce* yang memiliki NPWP dari total pelaku *E-Commerce* yang dijadikan sampling.

Pemahaman peraturan perpajakan adalah cara wajib pajak dalam memahami peraturan perpajakan yang telah ada (As'ari, 2018). Jika seorang wajib pajak tidak memahami peraturan perpajakan, wajib pajak akan cenderung menjadi wajib pajak yang tidak taat. Semakin tinggi tingkat pemahaman pajak seorang wajib pajak, maka wajib pajak akan mengerti mengenai sanksi yang akan diterima bila melalaikan kewajiban perpajakan mereka. Bagi pelaku usaha *E-Commerce*, pajak atas usaha *E-Commerce* menjadi hal yang asing karena peraturan pajak yang dikenakan masih menggunakan aturan pajak UMKM. Para pemilik usaha hanya beranggapan bahwa pajak tersebut hanya berlaku bagi pengusaha UMKM.

Tarif pajak merupakan besaran persentase pajak yang dikenakan atas suatu objek pajak. Dalam perhitungan pajak *E-Commerce*, dasar pengenaan atas tarif pajak adalah omzet atas kegiatan perdagangan dalam waktu 1 tahun. Dalam realitanya, wajib pajak yang enggan untuk memenuhi kewajibannya masih terhitung banyak karena keberatan terhadap tarif yang diberlakukan. Padahal jika wajib pajak mengetahui manfaat dan fungsi pajak bagi negara dan masyarakat, tarif yang diberlakukan telah melalui pertimbangan yang matang.

Kepatuhan wajib pajak merupakan sikap atau motivasi untuk memenuhi kewajiban perpajakannya yang berasal dari dalam diri wajib pajak itu sendiri. Untuk mendukung kepatuhan tersebut, diperlukan adanya kesadaran terhadap pentingnya fungsi pajak bagi negara. Wajib pajak yang memiliki kesadaran dan mentaati pajaknya akan membayar kewajiban perpajakannya sesuai aturan yang berlaku. Rendahnya kesadaran wajib pajak dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak (Indriyani & Jayanto, 2020).

Penelitian sebelumnya mengenai pemahaman perpajakan apakah berpengaruh terhadap kepatuhan pajak *E-Commerce* memberikan hasil yang beragam. Penelitian dilakukan oleh Listyowati.dkk (2018) menunjukkan pemahaman peraturan perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan pajak. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan ditahun selanjutnya yaitu penelitian olehPutri (2020) menyatakan bahwa pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pelaku *E-Commerce*. Selain pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak ternyata sangat berpengaruh terhadapkepatuhan wajib pajak *E-Commerce*. Hal tersebut dibuktikan dalam penelitian yangdilakukan oleh Evi (2018). Dan diteliti kembali pada tahun selanjutnya oleh Chintya (2019) dan Luh Putu.dkk (2019) menunjukkan hasil yang konsisten.Sedangkan untuk aspek kesadaran wajib pajak, berdasarkan penelitian I Nyoman &Gede Sri Rahma (2017) mengatakan bahwa kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan pajak.

Berdasarkan latar belakang diatas, saya berminat untuk melakukan melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul : **“PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PERPAJAKAN, TARIF PAJAK DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN PENGGUNA *E-COMMERCE* DALAM MEMENUHI KEWAJIBAN PERPAJAKAN” (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha Online Shopping di Bekasi)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah pemahaman peraturan perpajakan, berpengaruh terhadap kepatuhan pengguna *E-Commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan?
2. Apakah tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pengguna *E-Commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan ?
3. Apakah kesadaran pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pengguna *E-Commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian masalah penelitian diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengestimasi dan menguji adanya pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, terhadap kepatuhan pengguna e- commerce dalam memenuhi kewajiban perpajakan.
2. Untuk mengestimasi dan menguji adanya pengaruh, tarif pajak, kesadaran pajak terhadap kepatuhan pengguna *E-Commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan.
3. Untuk mengestimasi dan menguji adanya pengaruh kesadaran pajak terhadap kepatuhan pengguna *E-Commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan .

1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat teoritis maupun manfaat praktis sebagai berikut

1. Secara teoritis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sarana dalam meningkatkan wawasan dan pemahaman bagi peneliti maupun mahasiswa dan masyarakat secara umum mengenai diterapkannya perpajakan atas transaksi *E-Commerce* dan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepatuhan pajak pengguna e-commerce.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi Direktorat Jendral Pajak sebagai kontribusi ilmiah dalam merumusan kebijakan kebijakan pemerintah terkait pajak dengan tujuan untuk mengoptimalkan penerimaan pajak dari sektor usaha *E-Commerce*
 - b. Bagi pelaku *E-Commerce* , sebagai salah satu dorongan dan motivasi untuk meningkatkan pemahaman bahwa pajak merupakan kewajiban sebagai warga negara.
 - c. Bagi masyarakat, sebagai sumber informasi mengenai pelaksanaan

pemungutan pajak pengusaha *E-Commerce*.

1.5 Batasan Masalah

Keterbatasan pada penelitian ini adalah terbatas atas variabel yang di diteliti. Variabel yang diteliti terbatas hanya pada variabel Pemahaman Peraturan Perpajakan, Tarif Pajak, Kesadaran Pajak dan Kepatuhan Pajak Pengguna *E-Commerce*.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam mendeskripsikan isi dari penelitian ini, dibuatlah sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab 1 menjelaskan tentang pendahuluan yang akan dijabarkan dalam beberapa subbab seperti : latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab 1I menjelaskan tentang literatur yang menjadi dasar atas topik penelitian dan model konsep penelitian pada umumnya.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab 1II menjelaskan tentang metodologi riset yang digunakan seperti desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab 1V menjelaskan tentang ini memaparkan mengenai hasil analisis data dan pembahasannya hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjabarkan kesimpulan dari penelitian dan saran peneliti