

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pajak merupakan salah satu penerimaan negara yang sangat penting bagi penyelenggaraan dan pembangunan nasional. Untuk memenuhi tujuan Negara Indonesia yang ditetapkan dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yaitu untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, dan untuk memajukan kesejahteraan umum, kehidupan Bangsa harus dididik dan ikut serta dalam mewujudkan ketertiban dunia dan terwujudnya keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang melimpah. Seiring waktu, sumber daya alam dan manusia berkurang, menjadikan pajak sebagai pilihan terpenting.

Sesuai dengan pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pengertian pajak adalah pajak yang bersifat wajib bagi Negara yang ditunjukkan oleh orang perseorangan atau badan hukum yang menurut undang-undang wajib untuk menerima tanpa imbalan langsung dan digunakan untuk kepentingan negara, untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Menurut Soeparman Soemahamidjaya, pengertian pajak adalah iuran wajib berupa uang atau barang yang dipungut oleh penguasa berdasarkan peraturan perundang-undangan untuk menutupi biaya produksi barang dan jasa kolektif untuk mencapai kesejahteraan bersama. Sistem pemungutan pajak di Indonesia saat ini adalah sistem self assessment yang memberikan kepercayaan dan akuntabilitas dalam perhitungan, pelaporan dan pengungkapan pajak yang terutang oleh wajib pajak. Dalam hal ini, pemerintah berkewajiban melakukan orientasi, penyidikan, dan pemantauan pemenuhan kewajiban Wajib Pajak, termasuk PPN yang dipungut atas perdagangan elektronik.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, berbagai transaksi komersial barang atau jasa kini dapat dilakukan secara online. Perkembangan perdagangan online didasarkan pada kemudahan pengusaha untuk mengiklankan produknya dan tidak memerlukan biaya tambahan karena tidak memerlukan toko

fisik. Banyaknya e-commerce atau toko online dari berbagai kalangan masyarakat Indonesia yang tumbuh melampaui peritel konvensional membuat mereka semakin mewabah karena perdagangan online memiliki jumlah pasar yang tidak terbatas.

Dari perspektif pajak, perdagangan online harus berpotensi dikenakan pajak. Namun, karena kurangnya kepatuhan wajib pajak, pengetahuan tentang aturan perpajakan, dan nasihat pajak tentang kepatuhan pajak, perusahaan e-commerce dapat menciptakan kekosongan regulasi yang terjadi dengan aturan perpajakan di Indonesia. Sehingga potensi pajak tidak dimanfaatkan secara efektif.

Industri e-commerce adalah salah satu yang paling cepat berkembang, terutama di Indonesia. Presiden Joko Widodo memprediksi nilai transaksi bisnis digital Indonesia akan mencapai Rp330,7 triliun pada 2021. Nilai tersebut meningkat dibandingkan transaksi bisnis digital pada 2020 yang tercatat sebesar Rp253 triliun. Nilai ini diharapkan meningkat menjadi Rp 330,7 triliun pada tahun 2021,” kata Jokowi dalam pidato kenegaraan pada rapat tahunan MPR, DPR, dan DPD, Senin (16 Agustus 2021). ([https:// money. Kompas.com](https://money.kompas.com))

E-commerce dapat menjadi sarana penjualan yang efektif untuk bisnis dari berbagai ukuran, terutama untuk usaha kecil dan menengah (UKM) untuk meningkatkan potensi UKM di Indonesia. Menghubungkan tidak hanya penjual dan pembeli melalui Internet, tetapi juga penyedia layanan logistik, penyedia telekomunikasi, penyedia smartphone, dll.

Potensi pertumbuhan dan pendapatan industri e-commerce dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap penerimaan pemerintah melalui pajak, khususnya pajak pertambahan nilai dan pajak pertambahan nilai. Namun, sejauh ini belum ada kebijakan pajak khusus yang mengatur perdagangan elektronik ini. Bahkan, pemerintah telah menerbitkan Surat Edaran Penegasan Peraturan Perpajakan Untuk Transaksi Perdagangan Elektronik (SE62/PJ/2013) dengan pedoman dan tarif yang sama dengan PPN untuk usaha offline tahun 2008 tentang PPN dan Undang-Undang Republik Indonesia No. tahun 2009 tentang PPN. atas barang dan jasa serta pajak penjualan barang mewah.



Sumber: katadata.co.id dalam teknologi.id diakses pada tanggal 7 Januari 2019 pkl. 14.20

Gambar 1.1 Pertumbuhan *E-Commerce* di Indonesia

Dapat dilihat dari gambar di atas bahwa menurut katadata.co.id pada technology.id, e-commerce telah berkembang pesat dalam skala global. Hal ini terlihat dari nilai transaksi e-commerce atau toko online yang diproyeksikan melebihi 230% pada tahun 2021 sebesar \$8 triliun atau setara dengan Rs 60,67 triliun.

Di sisi lain, Asosiasi Electronic Commerce Indonesia (IdEA) yang diwakili oleh Presiden Jenderal IDEA, Daniel Tumiwa, menyatakan bahwa tidak ada kejelasan aturan pajak untuk perdagangan elektronik. Selain itu, pemungutan pajak industri perlu dibedakan menurut model bisnis untuk menghindari pajak berjenjang yang membuat bisnis online Indonesia kalah bersaing dengan bisnis online di luar negeri (<http://bisnis.liputan6.com>). Hal ini menunjukkan bahwa ada pelaku e-commerce yang belum membayar pajak hingga ada kepastian politik dan sosialisasi yang lebih besar dari pajak e-commerce ini.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) memiliki dua asas pemungutan dalam tata cara pemungutannya, yaitu asas asal dan asas tujuan. Asas asal mengandung pengertian bahwa PPN dipungut di tempat asal barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Sedangkan menurut asas tujuan, pajak pertambahan nilai dikenakan pada saat barang atau jasa dikonsumsi. Kedua prinsip ini berdampak besar pada posisi PPN dalam perdagangan internasional. Jika Pajak Pertambahan Nilai (PPN) disyaratkan netral dalam perdagangan internasional, berlaku prinsip tujuan. Menurut prinsip ini, barang impor menanggung beban pajak yang sama dengan barang yang diproduksi di dalam negeri jika barang tersebut dikonsumsi di dalam negeri.

Perpajakan harus netral dan adil untuk membedakan antara bentuk transaksi perdagangan elektronik dan bentuk transaksi konvensional. Keputusan bisnis harus dimotivasi oleh keadaan ekonomi daripada pertimbangan pajak. Wajib Pajak yang berada dalam situasi dan transaksi yang sama harus dikenakan tingkat pajak yang sama. Efisiensi, biaya kepatuhan untuk wajib pajak dan biaya administrasi untuk petugas pajak harus diminimalkan sedapat mungkin.

Penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini adalah Muliari dan Setiawan (Rahman, 2018) yang menunjukkan bagaimana pengaruh kesadaran, pemahaman dan pelaksanaan kewajiban perpajakan wp berpengaruh positif terhadap wp. Hati nurani wajib pajak dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak mengetahui, menghormati dan mentaati peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku dimana wajib pajak memiliki kemauan dan kesungguhan dalam membayar pajak. Kemudian menurut (Nugroho & Andini, 2016) pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak, artinya apabila wajib pajak dapat menerapkan pengetahuan perpajakan (menghitung, membayar dan menyatakan kewajiban perpajakannya) secara benar dan tepat waktu, kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan juga akan meningkat. (Hambani & Lestari, 2020) menunjukkan bahwa penyuluhan perpajakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan pembayaran pajak.

Namun penelitian terdahulu yang tidak sejalan menurut (Aloisius Hama, 2021) menjelaskan bahwa variabel kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pembayaran pajak bagi pelaku e-commerce di Jakarta. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Yulia et al., 2020) menunjukkan bahwa pengetahuan peraturan perpajakan menunjukkan bahwa pengetahuan peraturan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pembayaran pajak.. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Hama, 2021) menunjukkan bahwa penyuluhan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pembayaran pajak.

Dengan Uraian Diatas Menjadi Pertimbangan Penulis Untuk Melakukan Pembahasan Dengan Judul: “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Peraturan Perpajakan, Dan Penyuluhan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak *E-Commerce* Di Kota Bekasi”.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai uraian latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pembayaran pajak *e-commerce*?
2. apakah pengetahuan peraturan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pembayaran pajak *e-commerce*?
3. apakah penyuluhan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pembayaran pajak *e-commerce*?
4. Apakah kesadaran wajib pajak, pengetahuan peraturan perpajakan dan penyuluhan perpajakan berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan pembayaran pajak *e-commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pembayaran pajak *e-commerce*
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan peraturan perpajakan terhadap kepatuhan pembayaran pajak *e-commerce*
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penyuluhan perpajakan terhadap kepatuhan pembayaran pajak *e-commerce*
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesadaran wajib pajak, pengetahuan peraturan perpajakan dan penyuluhan perpajakan secara simultan terhadap kepatuhan pembayaran pajak *e-commerce*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Melalui penelitian dengan melakukan analisis terhadap pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Peraturan Perpajakan, Dan Penyuluhan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak *E-Commerce*, yang dimana menjadikan wawasan peneliti mengenai peraturan perpajakan, sehingga dapat

berguna bila kelak peneliti hendak mengikuti jejak para pelaku bisnis *e-commerce*.

2. Bagi Akademis

diharapkan bisa membantu dalam bidang akademis untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perpajakan terkait isu *e-commerce*.

3. Bagi Perusahaan

diharapkan bisa membantu perusahaan/pelaku bisnis online shop dalam melakukan perbaikan dan inovasi di bidang perpajakan.

1.5 Batasan Masalah

Menilik luasnya cakupan model bisnis *e-commerce*, maka peneliti memberikan batasan masalah agar pembahasan menjadi fokus, mendalam, dan terarah. Peneliti ini membatasi pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Peraturan Perpajakan, Dan Penyuluhan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak *E-Commerce* atas Market Place Tokopedia, Lazada, Shopee, Blibli dan Bukalapak yang berlokasi di Kota Bekasi Tahun 2021.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk mendapat gambaran secara keseluruhan mengenai penulisan dalam penelitian tersebut, maka penulisan di susun oleh peneliti sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya di susun rumusan masalah dan di uraikan tentang tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta batasan masalah kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dalam penelitian ini. Lalu diuraikan juga dan digambarkan kerangka pemikiran dari peneliti tersebut dan terakhir hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka konseptual serta metode analisis yang di gunakan dalam menganalisis data yang telah di peroleh.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran atau profil perusahaan, responden dalam objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan analisis

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan hasil analisis penelitian serta implikasi manajerial

