

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi, teknologi informasi dan komunikasi memiliki peran yang besar dalam kehidupan manusia. Hal tersebut dapat dilihat dari semakin meningkatnya perkembangan teknologi itu sendiri. Menurut data dari *Internet World Stats* per-tahun 2017, total pengguna internet mencapai 4,156 milyar orang. Internet merupakan salah satu tanda peningkatan teknologi dan juga bermanfaat dalam bidang ekonomi. Kementerian Komunikasi dan Informatika menyatakan pengguna internet di Indonesia hingga akhir tahun 2013 telah mencapai 82 juta orang. Dengan pencapaian tersebut Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia dalam hal pengguna internet. Dari jumlah pengguna internet tersebut, 80 persen di antaranya adalah remaja berusia 15 hingga 19 tahun (Kemkominfo, 2014).

Bisnis *e-commerce* di Indonesia telah memasuki tahapan baru. Kemajuan teknologi dalam perdagangan *e-commerce* meningkat pesat di iringi ekosistem yang menyertainya. Menjalankan usaha melalui media internet dipercaya akan membuat lebih mudah dan mengeluarkan biaya yang lebih sedikit dibandingkan usaha secara konvensional. Maka dari alasan-alasan tersebut usaha *e-commerce* di Indonesia banyak di bicarakan dan ramai dilakukan mulai dari menjual barang hingga jasa.

Jumlah populasi penduduk Indonesia yang mencapai hingga 250 juta jiwa, membuat perkembangan perdagangan elektronik Indonesia memiliki potensi yang sangat besar. Data *e-marketer* menunjukkan transaksi *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan. Pencapaian di tahun 2011 adalah sebesar Rp. 7,39 triliun dan terus meningkat hingga mencapai Rp. 46,99 triliun pada 2015. Sedangkan disadur dari Kementerian Perindustrian & CITA, perbandingan nilai transaksi *marketplace* sendiri per tahun 2016 hingga 2017, untuk *marketplace* Bukalapak.com dari 10 triliun naik sangat tinggi hingga 40 triliun, sedangkan untuk pesaingnya yaitu Tokopedia.com dari 12 triliun naik ke 26,4 triliun. Dari

pencapaian tersebut dapat menjadi bukti bahwa bisnis *e-commerce* di Indonesia merupakan salah satu pangsa pasar yang potensial.

Pada tahun 2019, Sri Mulyani selaku Menteri Keuangan se usai jumpa pers di Aceh, memberikan pernyataan bahwa Kementerian Keuangan sudah menyelesaikan pembahasan antara kementerian/lembaga, namun formulasi terakhir tinggal menunggu keputusan dari PMK. Lebih lanjut lagi, pernyataan tersebut di lontarkan berdasarkan saran-saran dan masukan yang diberikan oleh pelaku *e-Commerce* dan juga pedagang konvensional. Menurut Sri Mulyani, prinsip dari masukan yang diterima akan dilakukan *even-handed*. Pajak yang berlaku di *e-Commerce* dengan konvensional sama, terutama karena berhubungan dengan PPN (Pajak Pertambahan Nilai).

Menteri Keuangan merilis peraturan dalam PMK-210 mengenai tata cara dan prosedur pemajakan yang dimaksudkan untuk memberikan kemudahan administrasi dan mendorong kepatuhan perpajakan para pelaku *e-commerce*. Bagi wajib pajak yang melakukan transaksi secara *e-commerce* tertuang peraturan yang harus dipenuhi diantaranya adalah Wajib Pajak memberitahukan Nomor Pokok Wajib Pajak kepada penyedia *platform marketplace*, bila belum memiliki NPWP dapat segera mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP atau memberitahukan NIK kepada penyedia *platform marketplace*, melaksanakan kewajiban PPh sesuai dengan ketentuan yang berlaku seperti pajak final tarif 0,5% dari omzet dalam hal ini omzet tidak melebihi Rp. 4,8 miliar dalam setahun, dan dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak dalam hal omzet melebihi Rp. 4,8 Miliar dalam setahun.

Pemerintah sudah memberlakukan tarif Pajak Penghasilan (PPh) untuk Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), yang sebelumnya 1 persen menjadi 0,5 persen agar mendorong daya saing dengan produk-produk impor di era serba digital seperti saat ini. Metode pengenaan pajaknya tergantung dari kriteria dan klasifikasi dari usaha wajib pajak tersebut seperti yang sudah diatur dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008. Pengaturan pajak yang dikenakan juga disebut tidak akan jauh berbeda dengan transaksi yang berlaku pada jual beli secara konvensional. Mengenai mekanismenya, sementara ini akan dilakukan pengkajian ulang untuk menggunakan KUP (Ketentuan Umum Perpajakan), untuk menentukan siapa yang memungut, dan melaporkan.

Kewajiban wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan sangat diperlukan adanya kesadaran dari wajib pajak. Namun untuk menumbuhkan kesadaran mengenai kewajiban membayar pajak bukanlah perkara yang mudah. Banyak hal dan alasan-alasan yang mempengaruhi Wajib Pajak dalam pemenuhan kewajiban membayar pajak. Ada banyak faktor yang menjadi penyebab terjadinya Wajib Pajak kehilangan kesadarannya, diantaranya adalah sebab kultural dan historis, kurang informasi dari pihak pemerintah kepada rakyat, adanya kebocoran pada penarikan pajak dan juga suasana individu yang belum memiliki penghasilan, malas dan tidak ada imbalan langsung dari pemerintah.

Kepatuhan wajib pajak merupakan suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi suatu kewajiban perpajakannya dan melaksanakan hak perpajakan. Kepatuhan tersebut dapat diidentifikasi dari segi kewajiban wajib pajak dalam memahami semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas, menyetor kembali SPT dan kepatuhan dalam menghitung tunggakan pajak yang harus dibayarkan. Umumnya, kepatuhan wajib pajak diukur dari ketaatannya dalam membayar dan melaporkan pajaknya, apakah telah dilakukan dengan benar dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Perlu selalu ditumbuhkan secara terus menerus mengenai kesadaran dan kepatuhan wajib pajak agar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dapat dilakukan dengan kegiatan sosialisasi perpajakan, bertujuan untuk memberikan pemahaman, dan pengetahuan kepada masyarakat mengenai perpajakan di Indonesia. Selain itu pemerintah harus menunjukkan bahwa pajak yang dibayar oleh masyarakat sudah tersalur dengan seharusnya dan memang untuk kepentingan masyarakat. Dengan adanya sosialisasi perpajakan diharapkan dapat tercipta partisipasi yang efektif di masyarakat dalam memenuhi hak dan kewajibannya sebagai wajib pajak.

Pemerintah juga wajib meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai sistem dan peraturan perpajakan yang berlaku, terlebih lagi mengenai bagaimana cara menjalankan kewajiban perpajakan agar sesuai dengan peraturan yang diatur dalam undang-undang yang berlaku. Salah satu faktor mengapa masyarakat tidak patuh adalah kurangnya pengetahuan dan wawasan masyarakat yang

menyebabkan mereka tidak memahami bagaimana cara melaksanakan kewajiban perpajakan dan pada akhirnya tidak melaksanakan kewajiban tersebut.

Agar informasi mengenai peraturan PMK-210 dapat dengan jelas diterima oleh para Wajib Pajak maka DJP melaksanakan sosialisasi sebelum tanggal 1 April 2019 kepada pelaku *e-commerce*, termasuk penyedia *platform marketplace* dan para Wajib Pajak yang menggunakan layanan tersebut. Tujuannya adalah agar Wajib Pajak dan penyedia *market place* dapat memahami tujuan dari pemerintah untuk memajukan usaha dibidang *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan dan dapat membantu perekonomian negara.

Semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak, maka akan semakin meningkat pula keberhasilan pemerintah dalam hal penerimaan pajak. Kepatuhan wajib pajak menjadi faktor penting mengingat sistem perpajakan Indonesia menganut *self asesment system*. Dalam prosesnya secara murni memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar serta melapor kewajibannya sendiri. Namun agar tata cara pemungutan dengan *self asesment system* dapat berjalan dengan baik jika masyarakat mempunyai pengetahuan dan disiplin pajak yang tinggi.

Faktor pertama adalah peraturan pajak *e-commerce*. Pengetahuan dan pemahaman wajib pajak di Indonesia masih tergolong sangat rendah dan masih belum diperbaharui. Maka dari itu pemerintah harus mengadakan penyuluhan dan informasi tata cara dan peraturan-peraturan yang berlaku setiap tahunnya. Penelitian yang dilakukan oleh Debora Natalia (2013), menunjukkan hasil bahwa peraturan pajak penghasilan berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya membayar pajak. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Winesthy Anasthazia (2018), menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak dapat mengalami peningkatan bila wajib pajak diberikan pendidikan mengenai peraturan pajak penghasilan yang berlaku di Indonesia.

Faktor kedua adalah tarif pajak *e-commerce*. Tarif pajak *e-commerce* yang bervariasi bahkan ada yang sama namun beda kegunaannya masih sulit dipahami oleh wajib pajak. Diperlukan penyuluhan mengenai bagaimana cara menentukan tarif pajak dan juga besaran tarifnya. Penelitian Luh Putu (2019), menunjukkan

hasil bahwa tarif pajak penghasilan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Evi Rahmawati (2017), hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin adil tarif pajak *e-commerce* maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat.

Faktor ketiga kesadaran wajib pajak. Sistem yang disebut *self assessment system* yang diterapkan di Indonesia yang terkait dengan pemungutan pajak telah memberikan tanggung jawab yang besar kepada masing-masing wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya. Namun hal ini tidak akan berjalan dengan baik bila tidak ada kesadaran dalam diri masing-masing individu wajib pajak, seperti sikap patuh, taat dan disiplin akan membantu sistem tersebut dapat berjalan dengan baik. Penelitian Yessica (2017) menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dengan ditunjukkan hasil positif dalam uji regresi linier berganda. Penelitian Cindy (2013), bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis berkeinginan untuk mengolahnya lebih lanjut dengan tujuan untuk menganalisis penerapan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam transaksi *E-commerce* di Indonesia dan juga kendala-kendala apa yang terjadi dalam melakukan penerapan peraturan pajak *E-commerce*, dalam bentuk skripsi yang berjudul:

**“Analisis Peraturan Pajak *E-Commerce*, Tarif Pajak *E-Commerce*, Kesadaran Wajib Pajak, terhadap Kepatuhan Wajib Pajak yang Melakukan Usaha dengan Sistem *E-commerce* ”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang disebutkan diatas, rumusan masalah untuk penelitian ini adalah :

1. Apakah peraturan pajak penghasilan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan sistem *e-commerce*?
2. Apakah tarif pajak penghasilan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan sistem *e-commerce*?
3. Apakah Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan sistem *e-commerce*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kepatuhan wajib pajak terhadap peraturan pajak penghasilan.
2. Untuk mengetahui tingkat kepatuhan wajib pajak setelah mengetahui besar tarif pajak penghasilan.
3. Untuk mengetahui tingkat kepatuhan wajib pajak setelah menyadari peranan penting peraturan pajak penghasilan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut karena masih ada aspek-aspek yang belum termasuk dalam penelitian ini. Seperti aspek pengaruh lingkungan wajib pajak, kepatuhan wajib pajak, dan peran pemerintah dalam usaha meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar setiap perusahaan yang bidang usahanya dalam kategori *e-Commerce* dapat meningkatkan kepatuhan

perpajakannya secara sistematis, agar dapat membantu pemerintah dalam aspek perpajakan.

### 3. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat membuat masyarakat sadar akan pentingnya dan manfaat dari membayar pajak bagi negara dan pembangunan.