

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, perkembangan teknologi informasi dapat memudahkan manusia untuk beraktifitas melihat berita dan mencari berbagai informasi yang beredar di dunia maya. Mulai dari berita apapun dapat dilihat dimedia sosial dan juga banyak sekali beredar informasi-informasi yang bermanfaat bagi kehidupan manusia untuk dapat memaksimalkan segala aktifitas yang ada saat ini. Teknologi Informasi terbukti telah mampu mengintegrasikan setiap detail informasi yang sebelumnya dianggap mustahil tercapai, seperti kecepatan informasi, efisiensi dan efektivitas.

Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), populasi penduduk Indonesia saat ini mencapai 262 juta orang dan lebih dari 50% atau sekitar 143 juta orang telah terhubung jaringan internet. Sebanyak 72,41% pengguna internet dari kalangan masyarakat modern. Berikut informasi wilayah geografis dari yang paling tinggi terkena dampak pengguna internet sampai yang terendah. Berdasarkan wilayah geografisnya masyarakat Jawa memegang persentase kota tertinggi yang terkenda dampak internet yaitu sebanyak 57,70%. Lalu masyarakat Sumatera dengan 19,09%, selanjutnya masyarakat Kalimantan dengan 7,97%, lalu masyarakat Sulawesi dengan 6,73%, masyarakat Bali-Nusa dengan 5,63%, dan terakhir masyarakat Maluku-Papua dengan 2,49%. (Tempo.co, 2019).

Memang harus diakui internet sudah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Mulai dari anak muda sampai masyarakat dewasa tidak bisa lepas dari kehidupan internet. Berdasarkan usia pengguna internet mereka yang berusia 19 hingga 34 tahun memiliki persentase sebanyak 49,52%. Pada usia ini mereka memiliki inovatif dalam berkarya didunia maya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Maka lahirlah profesi-profesi baru seperti Selebgram (selebritas Instagram) dan YouTuber (pembuat konten YouTube) dan membuka usaha berbasis media sosial. (Tempo.co, 2019).

Lalu diposisi kedua adalah mereka yang berusia 35 hingga 54 tahun memiliki persentase sebanyak 29,55% dalam menggunakan internet didalam kehidupan mereka. Kelompok ini berada pada usia produktif dan mudah beradaptasi dengan perubahan. Lalu diposisi ketiga dipegang oleh mereka yang berusia remaja 13 hingga 18 tahun dengan porsi 16,68%. Kemudian diposisi keempat orang tua di atas 54 tahun memiliki porsi 4,24% dalam memanfaatkan internet. (Tempo.co, 2019).

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, maka telah telah menciptakan peluang-peluang bisnis yang baru di mana transaksi bisnis ini banyak dilakukan secara elektronika. Apabila dapat memanfaatkan teknologi dengan baik maka dapat mempermudah aktifitas manusia seperti melakukan pekerjaan atau penjualan. Hal ini dapat menjadikan teknologi sebagai mata pencarian agar dapat mendapatkan penghasilan dengan cara berjualan dengan menggunakan teknologi yang berkembang saat ini. Dengan begitu pesatnya media internet menyebabkan banyaknya penjual atau pebisnis yang mulai mencoba menawarkan berbagai produknya dengan menggunakan media sosial sebagai media promosi suatu produk dengan website untuk penjualan produk secara *online*, dimana produk tersebut dapat diakses di seluruh dunia dengan cepat dan mudah.

Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media sosial, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang sekarang di Indonesia telah berkembang yaitu *electronic commerce* atau yang lebih dikenal dengan *E-Commerce*, yang merupakan bentuk perdagangan secara elektronik melalui media internet. *E-Commerce* didefinisikan sebagai pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik seperti televisi, radio dan jaringan komputer atau internet. (Indrajit, 2014:6).

Adanya *E-Commerce* menciptakan alternatif bisnis yang menjanjikan untuk dilakukan pada saat ini, karena bisnis *E-Commerce* dapat memberikan banyak kemudahan baik dari pihak penjual maupun dari pihak pembeli di dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun pedagang dan pembeli berada didalam wilayah geografis yang berbeda.

Bisnis *E-Commerce* dalam melakukan setiap transaksinya tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negoisasi, karena jaringan internet dapat menembus batas geografis dan territorial. Oleh sebab itu banyak jasa yang menawarkan aplikasi *E-commerce* bagi penjual produk secara *online* yang mana fiturnya disesuaikan dengan kebutuhan toko *online* itu sendiri. Sehingga dapat meningkatkan penjualan dan konsumen dapat dengan mudah mengakses setiap produk yang dibutuhkan secara cepat dan efisien. (Tribun News, 2019).

Banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakan internet, maka hal ini dapat menciptakan potensi pasar dengan memunculkan peluang bisnis baru. Salah satu peluang bisnis yang dapat terciptakan melalui teknologi internet adalah *online shopping*. Bisnis *online shopping* dapat menjadi bisnis yang inovatif dengan mengembangkan usaha dagang yang berbasis *website* atau aplikasi. Dapat dikatakan bahwa perkembangan *online shopping* di Indonesia meningkat. Hal ini terlihat dari jumlah banyaknya pengusaha yang memanfaatkan akses internet dengan melakukan bisnisnya melalui *online shopping*. Kekuatan *online shopping* ini terletak pada pemasarannya yang tidak terbatas. Setiap orang yang terhubung dengan internet merupakan pasar potensial. Maka tidak heran perkembangan *online shopping* di Inonesia sangatlah pesat karena orang mulai beralih ke dunia digital. (Tribun News, 2019).

Salah satu faktor penting dalam pengoperasian *online shop* adalah faktor etika saat memilih produk yang akan dijual. Di Indonesia produk yang memiliki potensi besar untuk diperjual-belikan salah adalah pakaian, barang elektronik, produk kesehatan, aksesoris dan peralatan rumah tangga. Selain itu yang harus diperhatikan pula dalam pengoperasian *online shop* adalah cara untuk menerima pembayaran pemesanan. Pembayaran dapat dilakukan dengan cara transfer bank, rekening bersama ataupun melalui COD atau *Cash on Delivery*. (Indrajit, 2014:8)

Kemudahan dalam pembayaran pemesanan secara *online* ini, kadangkala dimanfaatkan untuk melakukan penipuan. Sehingga hukum Indonesia pun menyiapkan undang-undang untuk menjerat pelaku penipuan dalam jual beli online. Undang-undang yang membahasnya adalah Pasal 28 ayat (1) UU ITE tahun 2018 yang mengatur mengenai berita bohong yang menyebabkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. (Tribun News, 2019).

Dalam UU No. 7 tahun 2014 Bab VIII pasal 65 yang mengatur bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan Barang dan atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan atau informasi secara lengkap dan benar. Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data atau informasi.

Berkembangnya bisnis *E-commerce* di Indonesia telah menjadi perhatian pemerintah untuk mulai mengatur aspek perpajakan transaksi dalam rangka optimalisasi penerimaan pajak di masa mendatang. Rendahnya tingkat penerimaan pajak di Indonesia merupakan fenomena yang terus menerus terjadi. Padahal pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang paling penting. Pendapatan tersebut nantinya digunakan untuk pembangunan dalam negara itu sendiri. Hal inilah yang menyebabkan pemerintah terus berupaya untuk memaksimalkan penerimaan pajak dari segala sisi. Indonesia juga turut menjadikan pajak sebagai sumber yang memiliki kontribusi besar dalam menambah pendapatan negara. Pengeluaran utama negara adalah untuk pengeluaran rutin seperti gaji pegawai pemerintah, serta untuk berbagai macam subsidi diantaranya pada sektor pendidikan, kesehatan, pertahanan dan keamanan, perumahan rakyat, ketenagakerjaan, agama, lingkungan hidup dan pengeluaran pembangunan lainnya. Dengan kata lain, penerimaan pajak yang didapatkan pemerintah dari rakyat sesungguhnya akan kembali lagi kepada rakyat. Hal tersebut sesuai dengan fungsi budgeter yaitu pajak sebagai sumber keuangan negara. (Kompas.com, 2019)

Selain ada fungsi budgeter, pajak juga melaksanakan fungsi regulasi yaitu pajak sebagai alat pengatur atau alat untuk melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu diluar bidang keuangan. Fungsi ini berfokus kepada peranan pajak dalam upaya pemerataan ekonomi di masyarakat.

Oleh karena itu, tingkat kepatuhan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya secara baik dan benar merupakan syarat mutlak untuk tercapainya fungsi regulasi. Sehingga diharapkan kesenjangan ekonomi dan sosial dalam masyarakat dapat berkurang. (Kompas.com, 2019).

Dalam UU KUP No. 28 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 1 disebutkan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. (Mardiasmo, 2013:3).

Untuk meningkatkan penerimaan pajak Indonesia menganut *self assessment system* yaitu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak terutang. Dalam *self assessment system* ini untuk memenuhi kewajiban perpajakannya maka para wajib pajak dapat melakukan serangkaian kegiatan, seperti mendaftarkan diri sebagai wajib pajak dan melaporkan penghasilannya. Namun sayangnya, masyarakat Indonesia masih memiliki pandangan bahwa dengan membayar pajak dapat memberatkan bagi mereka. Karena pandangan inilah masyarakat cenderung sulit untuk membayar pajak. Hal inilah yang menyebabkan target pajak seringkali tidak tercapai. (Kompas.com, 2019).

Target pajak yang tidak tercapai ini dapat dilihat dari rendahnya penerimaan pajak yang diterima oleh pemerintah. Maka untuk mengatasi permasalahan ini Direktorat Jenderal Pajak membentuk unit kerja yang bertugas untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait pentingnya membayar pajak yaitu Kantor Pelayanan Pajak. Kantor Pelayanan Pajak merupakan unit kerja dari Direktorat Jenderal Pajak yang melaksanakan pelayanan kepada masyarakat baik yang sudah terdaftar sebagai wajib pajak maupun yang belum terdaftar, unit kerja ini bertugas memberikan segala macam informasi dan melakukan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat. Usaha memaksimalkan penerimaan pajak tidak dapat hanya mengandalkan peran dari Dirltjen Pajak maupun petugas pajak, tetapi dibutuhkan juga peran aktif dari para wajib pajak itu sendiri. (Kompas.com, 2019).

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya sebagai warga negara. Salah satunya adalah faktor mengenai pemahaman akan peraturan perpajakan yang merupakan proses dimana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak. Tingkat pengetahuan dan pemahaman wajib pajak yang berbeda-beda akan mempengaruhi penilaian masing-masing wajib pajak untuk berperilaku patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Tingkat pemahaman wajib pajak tinggi akan membuat wajib pajak memilih berperilaku patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Wajib pajak yang akan membayar pajak tentunya perlu mengetahui dan memahami manfaat dalam membayar pajak dan fungsi dari pajak itu sendiri. (Rahayu, 2014:22)

Selain dari faktor pemahaman peraturan pajak, tingkat kepatuhan wajib pajak juga dipengaruhi oleh kesadaran wajib pajak tentang perpajakan yang ada di masyarakat. Kesadaran wajib pajak merupakan kondisi dimana wajib pajak paham terhadap ketentuan dalam perpajakan sehingga ia dapat secara sukarela melaksanakannya dengan benar. Hal ini berkaitan dengan *system self assessment* yang mengharuskan wajib pajak untuk mendaftar, menghitung, membayar serta melaporkan sendiri jumlah pajak terutang yang menjadi kewajiban mereka. (Rahayu, 2014:26).

Kurangnya kesadaran pada masyarakat akan pentingnya pajak menyebabkan mereka lalai dalam memenuhi kewajiban mereka dalam membayar pajak. Pada umumnya masyarakat merasa kurang percaya terhadap adanya pajak, karena masyarakat merasa pajak itu memberatkan dan pembayarannya sering mengalami kesulitan. Jika dalam diri masyarakat sudah muncul tentang kesadaran membayar pajak, maka akan muncul sikap yang kritis mengenai pajak.

Lingkungan wajib pajak juga berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Lingkungan yang kondusif bagi para wajib pajak akan memberikan pengaruh yang positif, begitupun sebaliknya lingkungan yang tidak kondusif akan memberikan pengaruh negatif bagi para wajib pajak. Dapat dikatakan jika suatu lingkungan terdapat pelopor yang membayar pajak, maka hal ini akan memberikan pengaruh positif kepada wajib pajak lainnya sehingga mereka dapat mencontoh untuk membayar pajak. (Sambodo, 2015:19).

Selain lingkungan wajib pajak, maka peran pemerintah juga dibutuhkan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak yaitu melalui sosialisasi perpajakan. Sosialisasi yang diberikan kepada masyarakat dimaksudkan untuk memberikan pengertian kepada masyarakat akan pentingnya membayar pajak. Dalam penyuluhan pajak tersebut pemerintah membutuhkan dukungan dan partisipasi dari wajib pajak untuk memperhatikan sosialisasi yang telah dilakukan oleh pihak aparat pajak.

Setelah melakukan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat, maka pemerintah mengharapkan *feedback* atau semacam masukan dari masyarakat untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Maka salah satu yang diinginkan masyarakat yaitu dengan adanya kemudahan sistem perpajakan. Kemudahan sistem yang diharapkan adalah mencakup kemudahan dalam perekaman data, kemudahan pemakaian, kemudahan dalam penghitungan dan kemudahan dalam pelaporan.

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya sebagai warga negara. Menurut Darmawati dan Oktaviani (2018), pemahaman perpajakan dan kemudahan akses, memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan menurut Arisandy (2017), pemahaman perpajakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak karena banyak masyarakat masih menganggap bahwa masalah perpajakan adalah urusan yang rumit dan lebih memilih untuk menghindarinya.

Hasil berbeda ditunjukkan oleh Maulana (2017), bahwa kesadaran perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan menurut Darmawati dan Oktaviani (2018), kesadaran perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, tetapi faktor pemahaman perpajakan dan kemudahan akses yang dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Jotopurnomo dan Mangoting (2013) menunjukkan hasil bahwa lingkungan wajib pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan menurut Hasanah (2016), lingkungan wajib pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Maulana (2017) menunjukkan hasil bahwa sosialisasi perpajakan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pelaku sosial *commerce*. Sedangkan menurut Sundah dan Tolly (2014) sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Lalu Darmawati dan Oktaviani (2018) menunjukkan hasil bahwa kemudahan akses terbukti berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan menurut Anis (2016) kemudahan sistem tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Maka berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh positif dan signifikan pemahaman pajak, kesadaran wajib pajak, lingkungan wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan kemudahan sistem terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce*.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah pemahaman pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce* ?
2. Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce* ?
3. Apakah lingkungan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce* ?
4. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce* ?
5. Apakah kemudahan sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce* ?
6. Apakah pemahaman pajak, kesadaran wajib pajak, lingkungan wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan kemudahan sistem bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan pemahaman pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce*.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce*.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan lingkungan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce*.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce*.
5. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kemudahan sistem terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce*.
6. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan pemahaman pajak, kesadaran wajib pajak, lingkungan wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan kemudahan sistem bersama-sama terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi ilmu pengetahuan

Memberikan kontribusi berupa pemahaman dan wawasan serta menambah pengetahuan mengenai faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak pengguna *E-commerce*.
2. Bagi regulator

Penelitian ini bermanfaat bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) selaku regulator dibidang perpajakan karena dapat membantu DJP menyusun kebijakan dalam perpajakan dan melakukan sosialisasi serta penyuluhan pajak.
3. Bagi investor

Penelitian ini memberikan manfaat kepada investor karena dapat membantu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, sehingga pajak tidak hanya bertujuan untuk penerimaan yang lebih besar, namun juga berperan sebagai perangsang untuk menabung dan melakukan investasi.