

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring kemajuan zaman yang terus mengalami peningkatan, teknologi informasi bergerak begitu cepat dan signifikan yang mengalihkan kegiatan di dunia nyata ke dalam dunia internet, salah satunya dalam kegiatan ekonomi. Adapun contohnya dalam kegiatan ekonomi antara lain; Pertama, gojek dan grab yang dimanfaatkan untuk kegiatan transportasi. Kedua, ovo, dana, gopay, iSaku dalam dompet digital (*E-Wallet*) dimanfaatkan untuk kegiatan bertransaksi. Ketiga, bukalapak, lazada, shopee, dan lainnya dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan berbelanja online.

Adapun teknologi informasi ini telah berhasil menguasai perkembangan pada dunia usaha di berbagai kalangan yang menerapkan peningkatan proses bisnis ke arah digital. Salah satu yang menjadi kemajuan pada proses transaksi bisnis saat calon pembeli ingin membeli produk tidak perlu lagi datang ke toko, melainkan dengan menggunakan perangkat teknologi yang canggih seperti, handphone, computer, atau jejaring sosial lainnya yang berfungsi untuk memudahkan mereka dalam mendapat produk yang diinginkan tanpa mengenal batasan ruang dan waktu. Kegiatan ini dikenal dengan istilah perdagangan berbasis online atau *e-commerce* (Leonardo & Tjen, 2020). Penelitian ini menggunakan platform *e-commerce* C2C singapura. Shopee merupakan aplikasi *marketplace* yang mulai masuk ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi pada akhir Juni 2015 di Indonesia. Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali konsumen dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Sasaran pengguna shopee adalah kalangan muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan *gadget* termasuk kegiatan berbelanja, untuk

itu shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* guna untuk menunjang kegiatan berbelanja yang mudah dan cepat.

Pertumbuhan transaksi *e-commerce* yang semakin dikenal oleh masyarakat telah menjadi perhatian bagi pemerintah untuk mulai menyusun aspek perpajakan *e-commerce* dalam rangka mengoptimalkan penerimaan pajak di masa mendatang (Wicaksono, 2018) Banyak kita ketahui mengenai pajak yang merupakan penyokong terbesar dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dengan peranan penting yang menjadi salah satu sumber pendapatan negara untuk perkembangan pembangunan nasional, dan dapat berfungsi untuk memasukkan dana ke dalam kas negara serta menstabilkan kondisi perekonomian untuk mengatasi jika terjadinya inflasi.

Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Umum dan Tata cara Perpajakan, Wajib Pajak merupakan orang pribadi atau badan yang meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Pada tahun 2019, Sri Mulyani selaku Menteri Keuangan menerbitkan peraturan dalam PMK-210 terkait tata cara dan prosedur perpajakan yang berfungsi untuk memberikan kemudahan administrasi dan mendorong kepatuhan perpajakan para pelaku *e-commerce*. Pada wajib pajak yang melakukan kegiatan transaksi secara *e-commerce* tertuang peraturan yang harus dipenuhi karena telah menjadi suatu kewajiban diantaranya ialah wajib pajak memberitahukan Nomor Pokok Wajib Pajak kepada penyedia *platform marketplace*, bila belum mempunyai NPWP dapat mendaftarkan diri segera untuk mendapatkan NPWP atau memberitahukan NIK pada penyedia *platform marketplace*, menjalankan kewajiban PPh sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan seperti pajak final yang menggunakan tarif 0,5% dari omzet. Dalam hal ini omzet tidak melampaui Rp. 4,8 Miliar dalam setahun, dan dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak jika omzet melampaui Rp 4,8 Miliar dalam setahun.

Pemerintah sudah menetapkan tarif Pajak Penghasilan (PPh) untuk Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), yang sebelumnya 1 persen menjadi 0,5 persen agar menumbuhkan daya saing dengan produk-produk impor pada era digital. Metode

pengenaan pajak yang berbeda ini tergantung kriteria dan klasifikasi dari usaha wajib pajak tersebut seperti yang sudah diterapkan dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008. Pengaturan pajak yang akan dikenakan juga tidak jauh berbeda dengan transaksi yang sudah berlaku pada transaksi konvensional. Terkait pada mekanismenya, untuk sementara waktu akan dilakukan analisis ulang untuk digunakannya KUP (Ketentuan Umum Perpajakan), dalam menentukan siapa yang memungut, dan juga melaporkan (Nyoman et al., 2019) .

Pengusaha *e-commerce* sudah tidak bisa lagi untuk menghindar dari pemberlakuan pajak karena sudah adanya peraturan yang berlaku. Terkait Surat Edaran Direktorat Jendral Pajak SE/62/PJ/2013 mengenai penegasan ketentuan perpajakan terhadap Transaksi *e-commerce* dan Surat Edaran SE-06/PJ/2015 mengenai Pemotongan maupun Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi *e-commerce*. Peraturan tersebut dijelaskan bahwa Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi *e-commerce* melingkupi pajak yang berdasarkan pada proses bisnis dan penyedia tempat ataupun waktu (*online marketplace*), pajak yang berdasarkan proses bisnis penjualan barang maupun jasa (*classified ads*), pajak yang berdasarkan proses bisnis penyetoran hasil penjualan kepada *online market place merchant* oleh pengelola *online market place (daily deals)* dan pajak berdasarkan *online retail* (Rosalinawati & Syaiful, 2018).

Dalam upaya pemenuhan kewajiban perpajakan sangat diperlukan adanya kesadaran dari wajib pajak, hal ini merupakan syarat dimana wajib pajak itu sendiri mengerti atau memahami hak dan kewajiban perpajakan yang menjadi suatu keharusan. Namun demikian untuk membangun kesadaran mengenai kewajiban membayar pajak bukanlah suatu masalah yang mudah diatasi, melainkan pajak yang dibebankan kepada pemilik usaha *online shop* secara keseluruhan belum terlaksana dengan efektif dan efisien, mereka berasumsi bahwa pemilik *online shop* masih banyak yang coba-coba dalam melakukan bisnis di dunia *e-commerce*. Sehingga persepsi mereka berdampak negatif agar tidak membayarkan pajaknya. Hal tersebut sangat disayangkan terkait potensi perpajakan yang belum terjamah secara khusus oleh sistem perpajakan di Indonesia yang dikarenakan lemahnya pengawasan serta hukum perpajakan di Indonesia, perlu diakui juga sangat sulitnya untuk menggali potensi yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti tempat

penjualan yang tidak jelas dan nyata, mengakibatkan sulit untuk mendeteksi keberadaan potensi pajak pada sektor ekonomi ini (Hasanudin et al., 2020).

Selain itu, terdapat permasalahan lain yang tidak kalah sulitnya untuk dideteksi yaitu soal penerimaan penghasilan pada pemilik *online shop*. Hal ini dikarenakan setiap orang maupun badan yang menerima penghasilan harus mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan melakukan penyetoran pajak dari sebagian penghasilan yang didapatkan, tidak terkecuali UKM. Sosialisasi perpajakan yang dilakukan pemerintah mengenai perhitungan pajak, serta tata cara pembayaran pajak ini sangat perlu dijalankan.

Sosialisasi perpajakan ini menjadi bentuk upaya Direktorat Jendral Pajak dalam memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat khususnya wajib pajak itu sendiri agar mengetahui dan memahami yang berkaitan dengan segala hal tentang perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan dengan metode-metode yang tepat (Indriyani & Jayanto, 2020).

Kepatuhan wajib pajak ialah suatu kondisi dimana wajib pajak telah memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakan. Kepatuhan ini dapat diidentifikasi melalui penyetoran kembali SPT yang menjadi kewajiban wajib pajak dan kepatuhan dalam menghitung tunggakan pajak yang wajib juga dibayarkan (Hasanudin et al., 2020).

Pemerintah wajib untuk melakukan peningkatan atas pengetahuan masyarakat terkait sistem dan peraturan perpajakan yang ditetapkan, bahkan mengenai cara penerapan kewajiban perpajakan yang sesuai dengan peraturan yang sudah diatur dalam undang-undang. Hal ini dikarenakan pajak dengan transaksi *e-commerce* di Indonesia berpotensi sangat besar, sangat disayangkan jika penerapan pajak dalam bidang ini belum terlaksana secara efektif. Salah satu faktor yang menjadi penghambat dalam pengenaan pajak terkait transaksi *e-commerce* yaitu pengetahuan dan wawasan masyarakat yang masih kurang ini menyebabkan mereka tidak memahami tata cara untuk menjalankan kewajiban perpajakan yang ada, akibatnya mereka tidak taat dan patuh untuk melaksanakan kewajibannya (Valentino & Wairocana, 2019).

Direktorat Jendral Pajak sudah melakukan upaya sosialisasi mengenai peraturan PMK-210 kepada pelaku usaha *e-commerce*, termasuk penyedia *platform*

marketplace dan wajib pajak pengguna layanan *e-commerce*. Hal ini memiliki tujuan agar wajib pajak maupun penyedia *marketplace* dapat memahami tujuan dari pemerintah untuk mengembangkan usaha pada bidang *e-commerce* agar mengalami peningkatan dan dapat memajukan perekonomian negara.

Kesadaran wajib pajak dalam membayarkan pajaknya dengan tepat waktu akan mempengaruhi tinggi rendahnya dalam kepatuhan wajib pajak. Tingginya tingkat kepatuhan wajib pajak, menjadi faktor penting dengan mempertimbangkan sistem perpajakan Indonesia yang menganut *self assessment system* dimana telah memberikan wewenang kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri besaran pajak yang terutang. Dengan demikian, diharapkan para pelaku usaha dibidang *e-commerce* untuk mengetahui dan memahami dengan baik peraturan yang sudah berlaku dan ditingkatkannya kesadaran akan pemenuhan persyaratan administratif dan kewajiban perpajakan dengan disiplin (Indriyani & Jayanto, 2020).

Melihat fenomena gap yang terjadi, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipengaruhi oleh tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *e-commerce* perlu untuk dilakukan. Faktor yang berpengaruh yaitu peraturan pajak *e-commerce*. Pemahaman menjadi suatu pengetahuan yang wajib dimiliki oleh wajib pajak, jika wajib pajak memiliki pemahaman yang baik terkait peraturan pajak *e-commerce* maka akan memudahkan proses dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan. Jika pemahaman wajib pajak tinggi maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Menurut hasil penelitian (Fitria & Supriyono, 2019) terkait pemahaman peraturan pajak *e-commerce* ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Tetapi tidak dengan penelitian yang dilakukan (Lianty et al., 2017) menyatakan bahwa pengetahuan serta pemahaman tentang peraturan perpajakan tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi pajak *e-commerce* yang telah diupayakan oleh petugas pajak ini diharapkan mampu memberikan dampak positif berupa taat dan patuhnya wajib pajak untuk menjalankan kewajiban perpajakan. Wajib pajak yang aktif dalam kegiatan sosialisasi diharapkan termotivasi untuk mematuhi kewajiban perpajakannya dalam menyetor dan melaporkan kewajiban perpajakan dengan

rutin. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Fatmawati, 2020) membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan atas transaksi *e-commerce* tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Wicaksono, 2018) dimana sosialisasi perpajakan sangat perlu dilakukan karena memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan dilakukannya upaya sosialisasi perpajakan untuk memudahkan dan mengedukasi pelaku usaha *e-commerce* terkait perizinan usaha *start-up* maupun pelatihan usaha bagi UMKM *go-online*.

Tarif pajak *e-commerce* menjadi pedoman besar untuk ditetapkannya besaran pajak yang terutang, jika tarif pajak yang telah ditetapkan oleh Direktur Jendral Pajak rendah maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Hal ini berdampak positif pada besarnya pendapatan negara. Berdasarkan penelitian (Fitriandi, 2020) menunjukkan bahwa tarif pajak untuk transaksi *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berbeda dengan penelitian (Ningsih, 2019) penelitian ini menunjukkan bahwa tarif pajak tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak atas transaksi *e-commerce*.

Kesadaran wajib pajak merupakan suatu keadaan dimana wajib pajak memiliki keinginan untuk membayarkan pajak karena wajib pajak telah memahami, mengakui, menghargai, serta mentaati dari ketentuan perpajakan yang berlaku. Mengingat kembali sistem perpajakan yang diterapkan di Indonesia yaitu *self assesment system* terkait dengan pemungutan pajak untuk memberikan tanggung jawab yang besar kepada masing-masing wajib pajak untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, jika kesadaran wajib pajak tinggi, maka kepatuhan wajib pajaknya akan meningkat. Menurut penelitian (Arisandy, 2017) kesadaran wajib pajak pelaku *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dapat diartikan apabila wajib pajak yang memiliki kesadaran akan terus melakukan kewajibannya untuk membayar pajak. Sama dengan halnya penelitian yang dilakukan (Sania & Yudianto, 2018) juga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan transaksi *e-commerce*.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, penulis berkeinginan untuk mengolahnya lebih lanjut dengan tujuan untuk menganalisis

penerapan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia dan juga hambatan-hambatan apa yang terjadi dalam melakukan penerapan peraturan pajak *e-commerce*, dalam skripsi yang berjudul : “**PENGARUH PERATURAN PAJAK, SOSIALISASI PAJAK, TARIF PAJAK, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN TRANSAKSI *E-COMMERCE* DI SHOPEE PADA DISTRIBUTOR MASKER JAKARTA TIMUR**”

1.2 Rumusan Masalah

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

- 1) Apakah peraturan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan transaksi *e-commerce*?
- 2) Apakah sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan transaksi *e-commerce*?
- 3) Apakah tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan transaksi *e-commerce*?
- 4) Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan transaksi *e-commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh peraturan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan transaksi *e-commerce*.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan transaksi *e-commerce*.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan transaksi *e-commerce*.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan transaksi *e-commerce*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun manfaatnya sebagai berikut :

1) Bagi Pelaku *E-Commerce*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada pelaku usaha yang menggunakan transaksi *e-commerce* berupa pemahaman mengenai peraturan pajak dan tarif pajak *e-commerce* yang sudah diberlakukan. Sehingga kedepannya dapat menjadi wajib pajak yang taat dan patuh akan penerapan pajak serta dapat membantu negara dalam menstabilkan perekonomian.

2) Bagi Pemerintah

Penelitian ini bermanfaat bagi pemerintah untuk menentukan langkah strategi selanjutnya dalam memberlakukan peraturan pajak dalam kegiatan *e-commerce* dengan pertimbangan potensi pajak agar lebih dioptimalkan lagi sebagai pendapatan negara.

3) Bagi Mahasiswa

Karena sebagian besar mahasiswa banyak yang menggunakan *e-commerce* dalam berbelanja, penelitian ini bermanfaat untuk diterapkan dan dipatuhi bersama sebagai wajib pajak saat berbelanja online maupun berjualan secara online agar bersikap jujur dalam membayar pajak.