

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Pajak

Pengertian Pajak Berdasarkan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan, yang dimaksud dengan pajak adalah kontribusi wajib bagi 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.

Di dalam buku perpajakan teori & kasus (Resmi, 2015), ciri-ciri yang berkaitan dengan definisi pajak adalah:

1. Pajak dipungut berdasarkan ketentuan pelaksanaan undang-undang yang berlaku.
2. Saat membayar pajak, pemerintah tidak memperlihatkan adanya kontraprestasi individu.
3. Pajak dipungut negara baik dari pemerintah pusat maupun daerah.
4. Pajak dapat digunakan sebagai pengeluaran pemerintah jika terdapat kelebihan pendapatan yang dimanfaatkan untuk membiayai investasi publik.

2.1.2. Aspek Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*

E-Commerce adalah perdagangan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen melalui sistem elektronik. Transaksi *e-commerce* sama dengan transaksi perdagangan lainnya, tetapi berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan. Oleh karena itu, tidak ada perbedaan perlakuan perpajakan antara transaksi *e-commerce* dan transaksi perdagangan lainnya. Sesuai dengan (Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.10/2018) serta (Surat Edaran

Dirjen Pajak Nomor SE - 62/PJ/2013) tentang penegasan ketentuan perpajakan atas transaksi *e-commerce* mengatur tentang:

- a. Ketentuan pajak atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dari transaksi *e-commerce*.
- b. Ketentuan pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah atas transaksi *e-commerce*.
- c. Ketentuan dalam undang-undang pajak pertambahan nilai dan peraturan pelaksanaannya juga berlaku bagi wajib pajak yang melakukan transaksi *e-commerce*.

2.1.3. Kesadaran Wajib Pajak

Menurut Hasibuan (2012:193), “Kesadaran adalah sikap seseorang yang secara sukarela menaati semua peraturan dan sadar akan tugas dan tanggung jawabnya”.

Kesadaran wajib pajak adalah kondisi dimana wajib pajak mengetahui dan memahami serta melaksanakan setiap ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela. Makna “Kesadaran” dalam KBBI memiliki arti “keinsafan; keadaan mengetahui atas hal yang dialami seseorang. Kesadaran wajib pajak dapat timbul dalam diri wajib pajak karena sebagai dorongan atas motivasi untuk membayar. Dengan kondisi dimana wajib pajak dapat mengakui, mengetahui, menghargai, dan menaati regulasi pajak yang dapat berlaku untuk memiliki kesungguhan serta keinginan memenuhi pajak. (Hama, 2021) merinci bentuk-bentuk kesadaran wajib pajak yang dapat mendorong untuk membayar pajak sebagaimana berikut:

- a. Sadar bahwa pajak adalah bentuk partisipasi yang menunjang pembangunan nasional. Sikap kesadaran ini yang harus tertanam dalam diri wajib pajak. Wajib pajak berkehendak membayar pajak karena ia merasa tidak dirugikan dari pemungutan pajak oleh negara. Pajak dapat digunakan untuk pembangunan secara berkelanjutan dan menyejahterakan sosial.
- b. Sadar bahwa penundaan membayar pajak serta pengurangan beban pajak dapatlah merugikan negara. Wajib pajak berkehendak membayar pajak dikarenakan faktor pemahaman atas penundaan membayar pajak serta

pengurangan beban pajak akan berdampak pada kurangnya sumber finansial, sehingga menjadi penghambat atas pembangunan negara.

- c. Sadar bahwa pajak telah ditetapkan undang-undang yang bersifat memaksa. Wajib pajak dapat membayar pajak dengan sifat disadari dan memiliki landasan hukum normatif. Perihal ini merupakan kewajiban mutlak bagi setiap warga negara. Adapun indikator yang digunakan mengukur variabel kesadaran wajib pajak sebagaimana dikutip Nugroho (2016) ialah pajak dalam bentuk partisipasi guna menunjang pembangunan nasional. Sikap menunda membayar pajak dan mengurangi beban pajak dapat disinyalir merugikan negara. Adapun pajak telah ditetapkan oleh undang-undang yang bersifat memaksa, membayar pajak tidak dapat sesuai dengan yang semestinya dan dibayarkan dapat merugikan negara, serta menyampaikan SPT.

2.1.4. Tarif Pajak

Tarif pajak adalah ketentuan persentase (%) atau jumlah (rupiah) pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak sesuai dengan dasar pajak atau objek pajak (Sudirman dan Amirudin, 2012:9). Sedangkan menurut Waluyo (2014:17) tarif pajak adalah tarif untuk menghitung besarnya pajak terutang. Presiden Joko Widodo mengeluarkan kebijakan mengenai tarif baru Pajak Penghasilan (PPh) Final bagi usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) dari yang tarif 1 persen menjadi 0,5 persen atas omzet maksimal Rp. 4,8 miliar per tahun. Kebijakan ini tertuang dalam Peraturan Pemerintah (PP) nomor 23 tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan (PPh) atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu. Aturan ini sebagai pengganti atas PP Nomor 46 Tahun 2013. Ketentuan tersebut mengatur pengenaan Pajak Penghasilan Final (PPh Final) bagi wajib pajak yang peredaran bruto (omzet) sampai dengan Rp. 4,8 miliar dalam satu tahun, yang merupakan perubahan atas ketentuan pengenaan PPh Final sebelumnya (PP No 46 Tahun 2013).

Dengan demikian yang dimaksud tarif pajak adalah persentase dari jumlah pajak yang harus dibayarkan oleh wajib pajak terhadap objek pajak yang menjadi

kewajibannya. Tarif pajak merupakan salah satu unsur yang menentukan rasa keadilan dalam pengumutan pajak yang didasarkan dengan peraturan pajak.

Adapun pokok-pokok perubahannya, antara lain:

1. Penurunan tarif PPh Final dari 1 persen menjadi 0,5 persen dari omzet, yang wajib dibayarkan setiap bulannya.
2. Mengatur jangka waktu pengenaan tarif PPh Final 0,5 persen sebagai berikut:
 - Untuk wajib pajak orang pribadi yaitu selama 7 tahun.
 - Untuk wajib pajak badan berbentuk koperasi, persekutuan komanditer atau firma selama 4 tahun.
 - Untuk wajib pajak badan berbentuk Perseroan Terbatas selama 3 tahun.

Kebijakan tersebut dimaksudkan untuk mendorong pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) agar lebih ikut berperan dalam kegiatan ekonomi formal dengan memberikan kemudahan kepada pelaku UMKM dalam pembayaran pajak dan pengenaan pajak yang lebih beradilan, serta meningkatkan ketahanan ekonomi Indonesia. Dengan pemberlakuan PP ini diharapkan:

- 1) Beban pajak yang ditanggung oleh pelaku UMKM menjadi lebih kecil, sehingga pelaku UMKM memiliki kemampuan ekonomi yang lebih besar untuk mengembangkan usaha dan melakukan investasi.
- 2) Pelaku UMKM semakin berperan dalam menggerakkan roda ekonomi untuk memperkuat ekonomi formal dan memperluas kesempatan untuk memperoleh akses terhadap dukungan finansial.
- 3) Memberikan waktu bagi pelaku UMKM untuk mempersiapkan diri sebelum wajib pajak tersebut melaksanakan hak dan kewajiban pajak secara umum sesuai dengan ketentuan UU Pajak Penghasilan.

2.1.5. Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya yang dilakukan oleh direktorat jenderal pajak untuk membagikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya wajib pajak supaya mengenali tentang seluruh perihal mengenai perpajakan baik peraturan ataupun tata metode perpajakan lewat metode- metode

yang tepat menurut Wahono, (2013: 80). Sosialisasi adalah konsep umum yang diartikan sebagai proses belajar dengan berinteraksi dengan orang lain, cara berfikir dan merasakan serta bertindak dimana semuanya itu merupakan hal yang penting untuk menghasilkan partisipasi sosial yang efektif. Perpajakan merupakan upaya Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan informasi, pemahaman, dan pedoman kepada masyarakat umum khususnya wajib pajak tentang peraturan perundang-undangan perpajakan. Direktorat Jenderal Pajak memberikan beberapa poin terkait indikator sosialisasi. Kegiatan yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan rasa peduli terhadap pajak dimodifikasi oleh pengembangan program layanan pajak:

- a) Konsultasi
- b) Diskusi langsung dengan wajib pajak dan tokoh masyarakat
- c) Informasi langsung dari petugas fiskus kepada wajib pajak
- d) Pemasangan papan reklame dan
- e) Situs web Direktorat Jenderal Pajak

2.1.6. Kepatuhan Wajib Pajak

Mardiasmo (2013: 19) mengemukakan kepatuhan wajib pajak ialah kondisi dimana wajib pajak harus memenuhi seluruh kewajiban perpajakan serta melakukan hak perpajakannya.

Rahayu (2014: 14) menjelaskan bahwa kepatuhan perpajakan merupakan wajib pajak yang memiliki kesediaan untuk penuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan ketentuan yang berlaku tanpa perlu diadakannya pemeriksaan, investigasi seksama, peringatan, maupun ancaman serta pelaksanaan sanksi baik hukum ataupun administrasi.

Dari sebagian pengertian diatas, hingga bisa disimpulkan bahwa kepatuhan wajib pajak bisa diartikan sebagai ketaatan ataupun disiplin, yaitu ketaatan ataupun disiplin atas kewajiban pajak yang melekat pada diri seseorang wajib pajak untuk bersedia membayar pajak terutang serta mendaftarkan diri sebagai wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak jadi aspek penting mengingat sistem perpajakan Indonesia

menganut sistem *self assessment* dimana dalam prosesnya secara absolut memberikan keyakinan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, serta melapor kewajibannya. Kepatuhan wajib pajak sendiri bisa diawali dengan tumbuhnya niatan wajib pajak untuk paham hukum perpajakan serta kewajiban perpajakan yang melekat pada dirinya selaku wajib pajak serta mempunyai perilaku ketaatan ataupun berdisiplin atas kewajiban pajak yang melekat pada diri seseorang wajib pajak untuk bersedia membayar pajak terutang serta ataupun mendaftarkan diri jadi wajib pajak.

2.2. Kajian Teori Utama

2.2.1. Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*) ialah teori yang memaparkan suatu keadaan dimana seorang taat terhadap perintah ataupun aturan yang diberikan. Menurut (Hasanudin et al., 2020) tentang kepatuhan wajib pajak yaitu keadaan dimana wajib pajak memenuhi seluruh kewajiban perpajakan dan memenuhi hak perpajakan. Kepatuhan wajib pajak ialah sikap yang didasarkan pada kesadaran seseorang Wajib Pajak terhadap kewajiban perpajakannya dengan tetap berlandaskan pada peraturan perundang-undangan yang sudah ditetapkan. Kesadaran itu sendiri ialah bagian dari motivasi intrinsik yakni motivasi yang datangnya dalam diri orang itu sendiri serta motivasi ekstrinsik yaitu motivasi yang datangnya dari luar individu, semacam dorongan dari aparat pajak untuk menaikkan kepatuhan perpajakan. Salah satu metode yang dilakukan pemerintah DJP dengan melaksanakan reformasi modernisasi sistem administrasi perpajakan berbentuk revisi pelayanan untuk Wajib Pajak melalui pelayanan yang berbasis e- system semacam e- registration, e- filing, e- SPT, serta e- billing. Hal tersebut dilakukan agar wajib pajak dapat melakukan registrasi diri, melakukan penyeteroran SPT, menghitung serta membayar perpajakan dengan mudah serta cepat secara online. Perihal ini sesuai dengan teori kepatuhan (*Compliance Theory*).

Bersumber pada peraturan Menteri Keuangan No 192/ PMK. 03/ 2007 tentang wajib pajak dengan kriteria tertentu yang berikutnya disebut selaku Wajib Pajak Patuh merupakan wajib pajak yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan.
- b. Tidak memiliki tunggakan pajak untuk seluruh jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang sudah mendapatkan izin mengangsur ataupun menunda pembayaran pajak.
- c. Laporan keuangan diaudit oleh akuntan publik ataupun lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat wajar tanpa pengecualian sepanjang 3 tahun berturut - turut.
- d. Tidak pernah dipidana sebab melaksanakan tindak pidana di bidang perpajakan bersumber pada putusan majelis hukum yang sudah memiliki kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 tahun terakhir.

2.2.2. Teori Atribusi

Teori atribusi pertama kali dikemukakan oleh Fritz Heider pada tahun 1958. Menurut Robbins (2017) mengartikan teori ini sebagai cara bagaimana individu mengamati perilaku seseorang. Teori atribusi merupakan sebuah kerangka kerja untuk memahami bagaimana setiap individu menafsirkan perilaku mereka sendiri dan perilaku orang lain. Teori atribusi menekankan pada bagaimana individu menafsirkan berbagai kejadian dan bagaimana hal ini berkaitan dengan pemikiran dan perilaku mereka. Kepatuhan pajak sangat berkaitan dengan sikap wajib pajak dalam membuat penilaian terhadap pajak itu sendiri. Teori atribusi mengasumsikan bahwa orang mencoba untuk mengidentifikasi mengapa mereka melakukan tindakan yang mereka lakukan, yaitu, atribusi menyebabkan perilaku. Kaitan antara teori atribusi dengan kepatuhan wajib pajak adalah bahwa mengidentifikasi penyebab perilaku patuh atau tidak nya wajib pajak dalam membayar kewajiban perpajakan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang ada. Faktor internal disebabkan oleh wajib pajak itu sendiri, dan faktor eksternal disebabkan oleh lingkungan sekitar wajib pajak. Dalam penelitian ini, variabel yang termasuk dalam faktor internal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak ialah kesadaran

pajak. Variabel yang termasuk dalam faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah tarif pajak dan sosialisasi pajak. Teori ini digunakan sebagai penjelasan bagaimana menilai perilaku seseorang baik dari faktor lingkungan maupun dari individu seseorang tersebut. Perilaku yang disebabkan oleh faktor internal adalah perilaku yang dapat diandalkan oleh diri sendiri di bawah kendali individu itu sendiri, dan perilaku yang disebabkan oleh faktor eksternal adalah perilaku yang dipengaruhi dari luar. Yang artinya, perilaku manusia dapat merupakan hasil tuntutan situasional atau lingkungan. Selain itu, sikap wajib pajak yang sadar akan kewajiban perpajakannya dan penerapan *self assessment system* akan berdampak pada pemenuhan kewajiban perpajakan wajib pajak. Dengan kata lain, sikap wajib pajak terhadap pemenuhan kewajiban perpajakan sangat tergantung pada keputusan pelaku atau wajib pajak.

2.3. Review Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini, sebaiknya peneliti melihat kembali penelitian yang sudah pernah dilakukan agar dapat membantu mencegah kesalahan yang mungkin terjadi sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi sesuai topik penelitian dalam penelitian sebelumnya. Berikut ini adalah review dari penelitian-penelitian terdahulu, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Setyawan, 2019) meneliti tentang peningkatan penerimaan pajak melalui penjualan berbasis *e-commerce* di kota Tangerang Selatan yang tujuannya untuk mengetahui potensi penerapan pajak *e-commerce*, perkembangan peningkatan jumlah UMKM berbasis *e-commerce* dan seberapa besar dampak penerapan pajak *e-commerce* terhadap kelangsungan usaha pada UMKM di Kota Tangerang Selatan. Metode yang telah digunakan adalah metode kualitatif deskriptif melalui data primer dan data sekunder serta peneliti menggunakan observasi, interview, dan dokumentasi untuk memperoleh data. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM di kota Tangerang Selatan sebagian besar telah memanfaatkan *platform e-commerce* dalam usahanya namun potensi

pajaknya belum dapat digali secara maksimal akibat dari belum adanya *database* UMKM.

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Primastiwi, 2021) membahas tentang pengaruh dari sosialisasi perpajakan dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce*. Metode yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif dengan menggunakan data primer yaitu kuesioner. Penelitian juga memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan satu sumber data yaitu kuesioner, dengan demikian kesimpulan yang terkumpul hanya melalui kuesioner tersebut. Dan tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk menguji apakah sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce* sedangkan kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce*, karena dengan aktivitas sosialisasi diharapkan wajib pajak mampu lebih memahami serta mengerti arti penting membayar pajak dan mematuhi ketentuan perpajakan yang sudah diterapkan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh (Triono, 2021) yang membahas tentang pemahaman peraturan perpajakan pada pelaku bisnis *e-commerce* di Indonesia. Menurut Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan menyampaikan bahwa *e-commerce* berkembang pesat di Indonesia, tetapi hanya sedikit bahkan hanya 30% saja pelaku. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode survey, dengan mengumpulkan angka-angka. Dan sumber data yang digunakan adalah data primer yang didapat melalui kuesioner yang bertujuan ingin mengetahui bagaimana memahami peraturan perpajakan pada pengusaha *e-commerce* melalui studi pendahuluan. Hasil penelitian ini kurang dari 40% pengusaha *e-commerce* memahami perpajakan umum, perpajakan PPN dan pajak PPh 25. Sedangkan pemahaman tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPN) bagi seluruh pengusaha *e-commerce* di Bulalapak sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) sangat memahami tentang peraturan tentang perpajakan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh (Frederica, 2021) membahas tentang kepatuhan perpajakan dari pelaku *e-commerce* dan tujuan penelitian ini untuk menguji kepatuhan pelaku *e-commerce* dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya saat sebelum dan setelah adanya ketentuan pajak khusus yang mengatur mengenai industri *e-commerce*. Dibutuhkan peran pemerintah dalam memberikan kepastian regulasi perpajakan mengenai industri ini, sehingga kepatuhan pelakon usaha *e-commerce* dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya meningkat. Keterbatasan dalam penelitian ini ialah sampel yang diambil masih sedikit serta bukan berasal dari pelakon *e-commerce* nya langsung, melainkan mahasiswa dalam kampus yang sama sehingga. Diharapkan peneliti selanjutnya bisa memakai pelakon *e-commerce* serta dengan jumlah sample yang lebih besar. Metode yang digunakan dalam penelitian ialah metode eksperimen yang dilakukan dengan mahasiswa ditempatkan di satu ruangan kampus ukrida mereka akan dikondisikan sebagai pelaku *e-commerce*. Mereka diskenariokan menjual barang dagangan seperti baju, tas, sepatu serta yang yang lain lewat sosial media semacam Instagram serta Facebook, dan melalui web *online* semacam Lazada, Zalora serta Tokopedia. Setelah itu mahasiswa akan dihadapkan pada 2 situasi, situasi awal disaat belum terdapat ketentuan pajak khusus untuk *e-commerce*. Mahasiswa diharuskan memutuskan (dengan skala 1 hingga 7) apakah mereka akan membayar serta melaporkan pajak bersumber pada perhitungan pajak yang berlaku disaat ini sekalipun kebijakan perpajakan khusus untuk transaksi *e-commerce* belum ditetapkan. Situasi kedua, setelah terdapat ketentuan pajak khusus untuk transaksi *e-commerce*. Mahasiswa diharapkan untuk memutuskan (dengan skala 1 hingga 7) apakah mereka akan membayar serta melaporkan pajak berdasarkan kebijakan perpajakan khusus untuk transaksi *e-commerce* tersebut. Dan penelitian menunjukkan hasil bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* dalam membayar pajak setelah adanya ketentuan pajak khusus untuk industri *e-commerce* dibandingkan sebelum diberlakukannya ketentuan tersebut. Kepatuhan pelaku *e-commerce* akan semakin meningkat saat sudah ada kejelasan mengenai ketentuan pajak khusus industri *e-commerce* ini.

5. Penelitian yang dilakukan oleh (Hama, 2021) bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran wajib pajak, pengetahuan peraturan perpajakan, dan penyuluhan pajak terhadap kepatuhan pembayaran pajak transaksi bagi pelaku *e-commerce*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tumbuhnya kesadaran wajib pajak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak bagi pelaku *e-commerce*. Pengetahuan tentang peraturan perpajakan secara parsial ditemukan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepatuhan pajak bagi pelaku *e-commerce*. Kemudian, hasil lain menunjukkan bahwa konseling pajak secara parsial berpengaruh positif yang dianggap tidak signifikan terhadap kepatuhan pajak bagi pelaku *e-commerce*.
6. Penelitian yang dilakukan oleh (Sari, 2018) salah satu potensi di bidang perpajakan ialah perpajakan atas transaksi *e-commerce*. Potensi penerimaan pajak dari transaksi *e-commerce* sangat besar. Ada banyak kendala dalam pemungutan pajak untuk *e-commerce*. Hal ini menjadi tantangan bagi Ditjen Pajak untuk menentukan kebijakan perpajakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperjelas pedoman kepatuhan pajak untuk transaksi *e-commerce*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa kondisi yang mempersulit pengenaan pajak *e-commerce*. Oleh karena itu, direktorat jenderal pajak memberlakukan surat edaran dinas nomor SE662/PJ/2013 tentang peraturan perpajakan untuk *e-commerce* sebagai kebijakan untuk mengoptimalkan penerimaan negara atas Pajak Penghasilan (PPH) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap transaksi *e-commerce*.
7. Penelitian yang dilakukan oleh (Amiruddin, 2021) penelitian ini membahas tentang pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* dan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap wajib pajak *e-commerce*, khususnya pengusaha toko *online* Makasar. Metode yang digunakan oleh peneliti ialah metode kuantitatif dengan data primer yaitu membagi kan 30 kuesioner terhadap wajib pajak pengusaha *online shop*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman peraturan perpajakan,

tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

8. Penelitian yang dilakukan oleh (Oktaviani, 2018) penelitian ini membahas tentang pengaruh penerapan akuntansi UMKM terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce*. Terdapat satu permasalahan yang dihadapi dan sekaligus menjadi kelemahan UMKM yaitu penerapan akuntansi yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) dimana penerapan akuntansi dalam dunia bisnis ini memiliki peran sangat penting dalam memberikan informasi terkait efektivitas dan efisiensi dari seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan selama satu periode akuntansi. Penelitian ini menggunakan teknik kuesioner, dengan metode *convenience sampling*. Hasil yang ditunjukkan penelitian ini bahwa penerapan akuntansi UMKM berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce*, sedangkan variabel kontrol yang mempengaruhi yaitu pemahaman perpajakan dan kemudahan akses. Variabel kesadaran wajib pajak tidak terbukti sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini.
9. Penelitian yang dilakukan oleh (Irawati, 2019) yang membahas tentang *understanding of tax rules, tax tariffs and tax-rights consciousness on e-commerce users tax compliance*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce*. Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial variabel pemahaman wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melaksanakan kegiatan usaha *online* di Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau rendahnya pemahaman wajib pajak, tidak akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak itu sendiri. Begitu juga dengan tarif pajak secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce*. Sebab, berapapun tarif pajak yang dikenakan kepada wajib pajak, wajib pajak harus membayar dengan tarif tersebut, karena tarifnya sudah ditentukan oleh undang-undang perpajakan di Indonesia.

10. Penelitian yang dilakukan oleh (Yusro, 2018) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh tarif pajak, mekanisme pembayaran pajak dan kesadaran membayar pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di kabupaten Kudus. Metode yang digunakan oleh peneliti ialah metode kuantitatif dengan data primer yaitu dengan Teknik kuesioner dan menghasilkan sampel sebanyak 101 UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan mekanisme pembayaran pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak UMKM. Sedangkan tarif pajak dan kesadaran membayar pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

2.4. Hubungan Antar Variabel Penelitian

2.4.1. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM *E-Commerce*

Kesadaran wajib pajak dibentuk oleh dimensi persepsi wajib pajak, pengetahuan wajib pajak, karakteristik wajib pajak dan penyuluhan perpajakan. Kesadaran wajib pajak akan meningkat bilamana dalam masyarakat muncul persepsi positif terhadap pajak (Amiruddin, 2021). Kesadaran wajib pajak adalah kesadaran dalam memahami bahwa pajak adalah sumber penerimaan terbesar, berusaha memahami undang-undang dan sanksi dalam peraturan perpajakan, sadar bahwa membayar pajak adalah suatu kewajiban. Persepsi wajib pajak tentang pelaksanaan sanksi denda PPh (Amiruddin, 2021). Mengacu pada kesadaran bernegara, maka kesadaran perpajakan adalah suatu sikap terhadap fungsi pajak, berupa penerapan komponen *cognitive, affective dan conative* dalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap makna dan fungsi pajak. Wajib pajak berkonsekuensi logis untuk para wajib pajak agar mereka rela memberikan kontribusi dana untuk pelaksanaan fungsi perpajakan dengan cara membayar kewajiban pajak secara tepat waktu dan tepat jumlahnya. Rendahnya kesadaran wajib pajak dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian yang dilakukan Amiruddin (2021) mengungkapkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib

pajak *e-commerce*, hal ini berarti adanya hubungan searah antara variabel kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak, maka kepatuhan wajib pajak *e-commerce* akan semakin meningkat, sebaliknya jika semakin rendah tingkat kesadaran wajib pajak, maka kepatuhan wajib pajak semakin menurun. Karena semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak terbukti mempengaruhi kepatuhan wajib pajak *e-commerce* dalam membayar dan melaporkan pajak secara signifikansi. Hasil regresi tersebut menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak merupakan salah satu faktor memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* yang ada di Makassar.

2.4.2. Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM *E-Commerce*

Salah satu faktor yang menentukan rasa keadilan dalam pemungutan pajak untuk wajib pajak merupakan tarif pajak yang besarnya wajib dicantumkan dalam undang-undang pajak. Besarnya tarif dalam undang-undang pajak tidak selalu ditetapkan secara nilai presentase namun dapat dengan nilai nominal. Tarif pajak yakni jumlah yang digunakan untuk menentukan besaran persentase yang wajib dibayar oleh wajib pajak. Tarif yang dibayar oleh wajib pajak wajib sesuai dengan pendapatan yang telah dihasilkan oleh wajib pajak. Bila besaran tarif serta pendapatan terjadi perubahan hingga besaran pajak terutang pula pengaruhi perubahan jumlahnya.

Terkait penelitian yang dilakukan oleh Amiruddin (2021) bahwa tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Semakin kecil tarif pajak yang dibebankan ke wajib pajak maka semakin meningkat juga kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

2.4.3. Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM *E-Commerce*

Sosialisasi perpajakan berarti suatu upaya yang dilakukan untuk memberikan informasi mengenai perpajakan yang bertujuan agar seseorang ataupun kelompok paham tentang perpajakan sehingga kesadaran wajib pajak akan meningkat. Jika wajib pajak diberikan pemahaman yang baik dan benar melalui sosialisasi, maka wajib pajak akan memiliki pengetahuan tentang pentingnya membayar pajak. Kurangnya pengetahuan dan wawasan karena rendahnya sosialisasi perpajakan akan menyebabkan mereka tidak memahami bagaimana caranya melaksanakan kewajiban perpajakan dan pada akhirnya tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Hasil penelitian yang dilakukan Sudiby (2020) mengungkapkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan terhadap variabel kepatuhan pajak memiliki hasil positif dan signifikansi. Hasil ini membuktikan sosialisasi perpajakan membuat UMKM memahami “benar” dan “salah” tentang pajak dari pandangan orang lain, dan akhirnya terbentuk persepsi moral bahwa berperilaku patuh pajak adalah benar.

2.5. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan yang akan diteliti melalui data yang terkumpul dari penelitian-penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Berdasarkan teori yang ada maka dirumuskan hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce*.

H2: Tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce*.

H3: Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce*.

2.6. Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka teoritis yaitu merupakan sesuatu model yang menarangkan bahwa hubungan antara suatu teori dengan faktor-faktor yang penting yang sudah

diketahui dalam sesuatu permasalahan tertentu. Hubungan yang dipaparkan ialah ikatan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Serta pula bila terdapat variabel lain yang menyertainya (Erlina,2008:38).

Kerangka berfikir ataupun kerangka konseptual ialah penjelasan sementara terhadap indikasi yang jadi obyek kasus sesuatu penelitian. Kriteria utama dari kerangka berfikir merupakan alur- alur pikiran yang logis dari bermacam teori yang sudah dideskripsikan kemudian selanjutnya dianalisis secara kritis serta sistematis sehingga bisa menciptakan hubungan antar variabel yang diteliti untuk merumuskan suatu hipotesis. Pada Penelitian ini akan dianalisis pengaruh antara variabel Kesadaran Wajib Pajak, Tarif Pajak serta Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM *e-commerce*. Sehingga digambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

