

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah merambah ke beragam sektor kehidupan manusia sehingga banyak orang memanfaatkannya sebagai solusi ekonomi. Teknologi internet dan kecanggihannya saat ini sangat membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Para penemu, innovator dan pengusaha kemudian memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai saluran transaksi guna memenuhi kebutuhan manusia. Situasi ini memicu munculnya *E-commerce* atau perdagangan elektronik, sebagai alat untuk belanja *online* dan transaksi bisnis. *E-commerce* semakin memudahkan masyarakat dalam bertransaksi karena tidak lagi membutuhkan banyak tenaga dan waktu untuk menemukan hal-hal yang dibutuhkan. Hal ini sejalan dengan esensi *e-commerce*, yaitu membiarkan proses jual beli tidak dibatasi oleh waktu dan jarak. *E-commerce* di Indonesia berkembang pesat akhir – akhir ini. Jika pada awal tahun 2000-an, berdagang dengan toko fisik atau *offline store*, seperti yang terlihat di pusat perbelanjaan yang menjamur di banyak tempat. Sepuluh tahun berikutnya terjadi pergeseran bertahap yang dinamis difasilitasi dengan peningkatan akses logistik yang membuat beberapa konsumen secara bertahap beralih ke pembelian *online* melalui transaksi *e-commerce*. Layanan *online* berangsur-angsur menjadi pilihan utama bagi orang-orang sibuk yang ingin menghemat waktu dan biaya perjalanan. Dalam transaksi konvensional memerlukan banyak waktu dan pengeluaran untuk mengunjungi *offline store*,

namun dengan hadirnya *e-commerce*, konsumen dapat berkunjung serta membeli barang secara *online* dengan beberapa klik.

Berkaitan dengan pertumbuhan pengguna internet yang semakin meningkat di Indonesia, bisnis *online* atau *e-commerce* di negara ini akan terus mengalami perkembangan. Hal ini terlihat dari pertumbuhan signifikan dalam industri *e-commerce* di Indonesia selama beberapa tahun terakhir. Menurut riset Google, Temasek, dan Bain & Company, nilai ekonomi sektor *e-commerce* Indonesia mencapai US\$ 59 miliar pada tahun 2022, setara 76,62% dari total nilai ekonomi digital Indonesia yang besarnya US\$77 miliar. Proyeksi dari Google, Temasek, dan Bain & Company juga menunjukkan bahwa *e-commerce* di Indonesia diperkirakan terus mengalami pertumbuhan hingga mencapai angka US\$95 miliar pada tahun 2025. Di samping itu, berdasarkan data dari Bank Indonesia (BI), transaksi *e-commerce* pada tahun 2022 sebesar Rp 476,3 triliun atau mengalami pertumbuhan sekitar 18% dari tahun 2021 yang mencapai angka Rp 401 triliun. Perkembangan bisnis *e-commerce* telah memberikan kontribusi signifikan terhadap penerimaan negara. Jika implementasi perpajakan dapat dilakukan secara efektif, pendapatan negara dari sektor *e-commerce* dapat diperoleh melalui pengenaan pajak pada transaksi *e-commerce*. Menurut Rao (2000), ada beberapa isu keuangan yang timbul akibat peningkatan jumlah pengguna internet dan pertumbuhan perdagangan elektronik, salah satunya adalah tantangan dalam mengenakan pajak pada penjualan barang melalui internet.

Pertumbuhan yang signifikan dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia telah menarik perhatian pemerintah untuk mengatur aspek perpajakan dalam transaksi

tersebut. Tujuannya adalah untuk mengoptimalkan penerimaan pajak di masa depan. Pajak memiliki peran krusial sebagai sumber pendapatan negara, dan tanpanya, pelaksanaan kegiatan pemerintahan akan sulit dilakukan. Pendapatan negara dari pajak digunakan oleh pemerintah untuk mewujudkan visi menciptakan masyarakat yang adil dan makmur. Penerimaan pajak ini menjadi sumber dana yang penting dalam pembiayaan program pembangunan di berbagai sektor. Program-program ini dilaksanakan secara bertahap dan bertujuan untuk memenuhi kepentingan masyarakat secara keseluruhan. Namun, program-program ini membutuhkan dana yang besar, dan pendanaannya diperoleh dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Salah satu kontributor terbesar dalam APBN adalah sektor pajak.

Pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mulai berlaku efektif mulai tanggal 1 April 2019. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/2018 menetapkan sasaran khusus untuk penyedia dan pedagang yang beroperasi di platform marketplace. Tujuan dari PMK tersebut adalah untuk mencapai kesetaraan antara pelaku ekonomi. Permasalahan yang dihadapi dari transaksi *online* yaitu kesulitan dalam hal pengenaan pajak karena sistem perpajakan diberlakukan berdasarkan sistem *Self Assessment*, di mana menekankan pentingnya kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan dan membayar pajak penghasilan atas kegiatan usahanya. Salah satu faktor yang menjadi penyebab adalah pada transaksi *online* seringkali hanya terdapat bukti transfer sebagai bukti valid untuk menunjukkan perpindahan dana

dari pihak lain ke pihak pertama dalam keadaan tanpa adanya bukti transaksi jual beli yang tersedia yang dapat digunakan sebagai dasar pengenaan pajak.

Namun, pada tanggal 1 April 2019, peraturan tersebut dicabut oleh Kementerian Keuangan. Alasan yang diberikan oleh pemerintah adalah karena mereka membutuhkan waktu lebih Hal ini diperkuat oleh sejumlah protes yang diajukan oleh Asosiasi *E-Commerce* Indonesia (iDEA) yang menyatakan bahwa terbitnya PMK Nomor 210/PMK.010/2018 berpotensi menghambat pertumbuhan usaha para pengusaha UMKM. Pada jangka pendek, kebijakan ini dapat meningkatkan penerimaan pajak negara. Namun, dampak jangka panjangnya akan dirasakan oleh pengusaha UMKM karena akan menambah beban dan mengurangi pendapatan mereka. (Asih, 2019)

Penolakan yang berujung dengan pencabutan PMK Nomor 210/PMK.010/2018 menunjukkan tentang tingkat pengetahuan pelaku *e-commerce* terhadap perpajakan sangat kurang. Para pelaku *e-commerce* menganggap dengan adanya PMK ini, akan muncul pajak baru. Inilah tantangan yang harus dihadapi oleh DJP, yaitu memberikan pemahaman lebih bagi para pelaku *e-commerce*. (Riphat, 2022)

Fenomena pertama, menurut Direktorat Jendral Pajak, meski pasar *e-commerce* tumbuh pesat di Indonesia, hanya sebagian kecil pelaku usaha *e-commerce* yang telah terdaftar sebagai Wajib Pajak dengan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Artinya beberapa dari mereka belum mendaftarkan diri atau melapor sebagai Wajib Pajak atas Kepatuhan Wajib Pajak.

Menurut data yang diperoleh dari Direktorat Jendral Pajak ada 1.600 *sampling* pelaku usaha *e-commerce* dilakukan pendataan, namun hanya 1.000 pelaku usaha *e-commerce* yang sudah teridentifikasi sisanya 600 pelaku usaha *e-commerce* belum teridentifikasi. Dari 1000 pelaku usaha *e-commerce* hanya 620 pelaku usaha *e-commerce* yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Dari yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) itu sebagian besar sudah melaporkan tapi tidak diketahui dilaporkannya itu sudah sesuai fakta yang terjadi pada saat bertransaksi. Dengan demikian, dapat terlihat kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *e-commerce* di Indonesia masih sangat rendah. (Patriandari & Safitri, 2021)

Fenomena kedua, pengenaan pajak terhadap pengusaha *online* yakni pajak yang dibebankan kepada pemilik toko *e-commerce* belum efektif secara keseluruhan, salah satu jawaban yang logis dari permasalahan tersebut adalah karena banyak orang di negeri ini belum mengetahui ilmu tentang perpajakan. Sangat disayangkan bahwa potensi pajak ini belum terjamah secara khusus oleh sistem perpajakan di Indonesia karena lemahnya pengawasan dan hukum perpajakan di Indonesia, perlu diakui juga bahwa sangat sulit menjaring potensi ini karena beberapa faktor seperti tempat penjualan yang tidak jelas dan nyata, oleh karena itu sangat sulit mendeteksi keberadaan potensi pajak ini. Selain itu, ada permasalahan lain yang tidak kalah sulitnya untuk dideteksi yaitu soal penerimaan pemilik *online shop*. (Hasanudin, 2020)

Sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kepatuhan pajak pelaku usaha *e-commerce*, Pemerintah melalui Kementerian Keuangan berencana mewajibkan

pengusaha *online shopping* untuk memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Hal ini akan dilakukan berangsur-angsur mulai dari tahun 2018. Regulasi ini merupakan bagian dari upaya untuk meningkatkan pendapatan serta meningkatkan kepatuhan dalam industri *e-commerce* yang tumbuh cepat (Klikpajak.id, 2018)

Upaya untuk meningkatkan penerimaan negara menghadapi berbagai kendala, salah satunya adalah tingkat kepatuhan wajib pajak yang masih rendah. Faktor rendahnya kepatuhan ini dapat menjadi hambatan dalam mengoptimalkan penerimaan pajak yang seharusnya diterima oleh negara (Satria, 2020). Kepatuhan wajib pajak merupakan faktor penting dalam pengumpulan penerimaan pajak daerah maupun negara. Kepatuhan ini melibatkan pemenuhan semua kewajiban perpajakan oleh wajib pajak dan penggunaan hak perpajakannya. Ada beberapa faktor yang memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan dan membayar pajak yang harus mereka bayar. Faktor-faktor ini meliputi pemahaman pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan, sanksi pajak, dan kesadaran wajib pajak.

Dalam rangka memberikan pemahaman peraturan perpajakan kepada wajib pajak, pemerintah melakukan serangkaian kegiatan sosialisasi dan edukasi. Upaya ini meliputi kampanye dan penyuluhan tentang peraturan perpajakan melalui berbagai media massa, seminar, lokakarya, dan pelatihan. Selain itu, pemerintah juga menyediakan informasi dan panduan perpajakan melalui situs web resmi Direktorat Jenderal Pajak dan layanan konsultasi perpajakan. Tujuan dari upaya ini adalah untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak terkait peraturan perpajakan, sehingga mereka dapat memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar dan sesuai

dengan ketentuan yang berlaku. Pemahaman peraturan perpajakan sangat penting bagi wajib pajak karena memungkinkan mereka untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar (Yulia, 2019).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sugiarto & Syaiful (2022), Sari S. K. & Rr., (2023) dan Sari D. P. & Ramdani (2019), bahwasannya Pemahaman Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Menurut hasil penelitian dari Sugiarto & Syaiful (2022), semakin tinggi pemahaman mengenai kewajiban dalam perpajakan, maka semakin tinggi kepatuhan Wajib Pajak. Sedangkan menurut Muslimin (2021), Rizki & Khoirina (2022) dan Maxuel & Anita (2021) menyatakan bahwa pemahaman peraturan perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Muslimin (2021) dalam hasil penelitiannya mengemukakan bahwa tinggi rendahnya pemahaman para pelaku bisnis *online* tentang peraturan perpajakan yang berlaku tidak dapat mengukur tingkat kepatuhan yang dimiliki wajib pajak para pelaku bisnis *online* tersebut.

Selain memperoleh pemahaman, wajib pajak juga perlu mengetahui tentang adanya sanksi sebagai alat pengendalian bagi mereka. Sanksi pajak merupakan instrumen yang menjamin bahwa ketentuan perundang-undangan perpajakan, atau norma perpajakan, akan dipatuhi. Menurut Mardiasmo (2019), sanksi perpajakan dapat diartikan sebagai bentuk jaminan bahwa wajib pajak akan mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan). Sanksi tersebut berperan sebagai alat pencegah yang bertujuan untuk mencegah wajib pajak agar tidak melanggar norma perpajakan. Semua peraturan perpajakan,

termasuk sanksi perpajakan, telah diatur dalam Undang-Undang perpajakan. Tingkat keberatannya sanksi yang diberlakukan oleh fiskus terhadap wajib pajak berpengaruh terhadap tingkat kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Implementasi sanksi pajak yang tegas sangat penting dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak. Temuan dalam penelitian yang dilakukan oleh Muslimin (2021), Rizki & Khoirina (2022), Maxuel & Anita (2021), dan Renata & Syaiful (2022) mendukung bahwa sanksi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, diperlukan penerapan sanksi pajak yang tegas untuk mendorong kepatuhan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan. Namun, temuan penelitian yang dilakukan oleh Sari S. K. & Rr. (2023) Sari D. P. & Ramdani (2019) dan Hidayat & Steven (2022) berbeda, menunjukkan bahwa sanksi perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kesadaran wajib pajak terhadap pembayaran pajak tepat waktu dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Menurut Ritonga (2011), kesadaran adalah sikap atau perilaku terhadap suatu objek yang melibatkan anggapan, perasaan, dan kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan objek tersebut. Dengan demikian, tingkat kesadaran wajib pajak dapat mempengaruhi kemauan mereka untuk mematuhi kewajiban perpajakan dan membayar pajak tepat waktu. Dalam konteks ini, kesadaran wajib pajak adalah sikap pemahaman wajib pajak, baik individu maupun badan, terhadap makna, fungsi, dan tujuan pembayaran pajak. Individu yang memiliki tingkat kesadaran pajak yang tinggi memahami pentingnya peran pajak, termasuk manfaatnya bagi masyarakat dan diri mereka sendiri.

Akibatnya, masyarakat akan dengan sukarela dan disiplin memenuhi kewajiban pembayaran pajak tanpa adanya paksaan.

Hasil penelitian Muslimin (2021), Maxuel & Anita (2021), dan Sugiarto & Syaiful (2022) mendukung bahwa kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Muslimin (2021) menunjukkan bahwa tingkat kesadaran wajib pajak yang tinggi akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pembayaran pajak. Namun, penelitian Rizki & Khoirina (2022) dan Hidayat & Steven (2022) menghasilkan temuan yang berbeda, yaitu kesadaran wajib pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku usaha *e-commerce* di Kota Semarang yang telah aktif beroperasi selama setidaknya satu tahun, dengan pendapatan kotor tidak lebih dari Rp4,8 miliar dalam satu tahun fiskal. Kota Semarang dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan beberapa alasan. Alasan pertama karena berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik Jateng pada Sensus Ekonomi 2016, Semarang termasuk kota keempat terbesar dalam hal persentase jumlah usaha mikro kecil (UKM) (Suarabaru.id, 2019). Menurut Kepala Dinas Perindustrian Kota Semarang, Nurjanah, perkembangan industri kecil dan menengah (IKM) di Kota Semarang terus mengalami peningkatan, bahkan saat ini jumlahnya telah mencapai 16.485 IKM. Kedua, adanya dukungan dari Pemerintah Kota Semarang dan legislator (kalangan anggota DPR) yang mendorong industri kecil dan menengah (IKM) Kota Semarang memanfaatkan *e-commerce* untuk memasarkan produk sehingga dikenal lebih luas dan maju (Solopos, 2018).

Berdasarkan penelusuran riset-riset sebelumnya yang meneliti tentang kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan, masih ditemukan adanya *research gap*. Paparan fenomena serta *research gap* yang telah ditemukan, menjadi latar belakang peneliti melakukan penelitian ini. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PERPAJAKAN, SANKSI PERPAJAKAN, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN MEMBAYAR PAJAK PADA PEMILIK BISNIS *E-COMMERCE* DI KOTA SEMARANG ”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut merupakan rumusan masalah yang dihasilkan:

1. Apakah Pemahaman Peraturan Perpajakan mempengaruhi tingkat kepatuhan membayar pajak pada pemilik bisnis *e-commerce* di Kota Semarang?
2. Apakah Sanksi Perpajakan dapat memengaruhi tingkat kepatuhan membayar pajak pada pemilik bisnis *e-commerce* di Kota Semarang?
3. Apakah Kesadaran Wajib Pajak dapat memengaruhi tingkat kepatuhan membayar pajak pada pemilik bisnis *e-commerce* di Kota Semarang?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Pada prinsipnya, setiap penelitian dilaksanakan dengan tujuan yang berbeda-beda dan untuk tujuan tertentu. Berikut adalah beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam studi ini:

1. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan menganalisis pengaruh tingkat Pemahaman Peraturan Perpajakan terhadap tingkat Kepatuhan Membayar Pajak Pemilik Bisnis *E-Commerce* Di Kota Semarang.
2. Untuk menganalisis pengaruh yang dihasilkan oleh Sanksi Perpajakan terhadap tingkat Kepatuhan Membayar Pajak Pada Pemilik Bisnis *E-Commerce* Di Kota Semarang.
3. Untuk menganalisis pengaruh yang ditimbulkan oleh Kesadaran Wajib Pajak terhadap tingkat Kepatuhan Membayar Pajak Pada Pemilik Bisnis *E-Commerce* Di Kota Semarang.

1.3.1 Kegunaan Penelitian

a. Bagi Wajib Pajak

Melalui pelaksanaan penelitian ini, harapannya adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran para wajib pajak tentang pentingnya memenuhi kewajiban pajak, hal ini merupakan bagian dari upaya untuk meningkatkan pendapatan negara. Pendapatan tersebut nantinya dapat digunakan untuk mendanai pengeluaran pemerintah serta mengurangi defisit anggaran.

b. Bagi Pemerintah

Sebagai masukan untuk mengambil keputusan dalam merumuskan kebijakan strategis guna memperbaiki realisasi perpajakan *e-commerce*.

1.4 Sistematika Penulisan

Agar mempermudah pemahaman pembaca terhadap seluruh isi skripsi ini, diperlukan suatu rangkaian dan panduan penulisan yang disebut “sistematika”. Dalam skripsi ini, digunakan susunan penulisan sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari bagian inti pembahasan yang meliputi pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II :TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengulas secara keseluruhan mengenai pembahasan secara umum mengenai variabel independent dan dependen, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta perumusan hipotesis.

BAB III :METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, akan dijelaskan mengenai metodologi penelitian yang mencakup definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV :HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, akan dijelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, dan juga interpretasi argumen yang terkait dengan penelitian.

BAB V :PENUTUP

Bab terakhir dari penelitian ini adalah penutup yang berisi kesimpulan, keterbatasan, serta saran