

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi dan digitalisasi menyebabkan transformasi model bisnis restoran. Transformasi ini mengubah pola konsumsi masyarakat dan memberi peluang pertumbuhan jumlah restoran. Dengan semakin berkembangnya akses internet dan teknologi digital, perilaku belanja masyarakat mengalami pergeseran yang signifikan dari transaksi konvensional menjadi transaksi berbasis digital. Platform e-commerce, layanan keuangan digital, serta inovasi dalam teknologi pembayaran telah menciptakan ekosistem baru dalam dunia perdagangan, memungkinkan konsumen untuk memperoleh barang dan jasa dengan lebih cepat, efisien, dan nyaman (Kilay el al., 2022). Munculnya konsep on-demand economy yang didorong oleh layanan seperti Gojek telah memperluas kemungkinan bagi konsumen untuk mengakses produk dan layanan dalam waktu singkat. Fenomena ini menunjukkan bahwa pola konsumsi berubah dalam hal bertransaksi dan ekspektasi terhadap kecepatan dan fleksibilitas layanan (Tsiotsou & Wirtz, 2015).

Optimalisasi pajak merupakan suatu strategi yang diarahkan untuk memaksimalkan penerimaan pajak dari berbagai sektor ekonomi dengan tetap memperhatikan prinsip keadilan dan keberlanjutan. Dengan mengoptimalkan sistem perpajakan, meningkatkan kepatuhan pajak, dan mengurangi kerugian akibat penyimpangan pajak, pemerintah dapat meningkatkan pendapatan negara tanpa harus menaikkan tarif pajak secara drastis.

Salah satu sektor pajak yang dioptimalkan ialah pajak restoran yang mempunyai kontribusi cukup besar terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Semarang yaitu sebesar 11 % dari jumlah PAD (Bapenda Kota Semarang, 2024). Pajak restoran merupakan pajak atas layanan yang disediakan oleh restoran. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 5 Tahun 2018, restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan/atau minuman yang memungut bayaran, mencakup rumah makan, kafe, kantin, warung, bar, dan sejenisnya. Pengoptimalan pajak restoran dilakukan berdasarkan potensi peningkatan penerimaan pajak. Potensi tersebut dijelaskan dalam Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 5 Tahun 2018 terkait kegiatan usaha restoran di Kota Semarang yang mengalami peningkatan pesat.

Salah satu stimulan pada peningkatan kegiatan usaha restoran ialah revolusi industri 4.0 (Hendarsyah, 2019). Industri 4.0 merupakan konsep pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan kapasitas dan nilai produksi (Rojko, 2017). Pemanfaatan teknologi mendorong terjadinya digitalisasi pada berbagai sektor ekonomi termasuk restoran (Wijoyo, 2020). Proses digitalisasi memungkinkan integrasi teknologi internet dengan layanan restoran sehingga operasional restoran dapat dilakukan secara daring (Kawasaki, Wakashima, & Shibasaki, 2022).

Layanan daring pada operasional restoran memberi peluang bagi pelaku usaha untuk membuka restoran dengan modal yang lebih kecil, sebab pelaku usaha dapat menimalisir modal operasional seperti tempat, akomodasi, dan pelayan (Gavilan, Balderas-Cejudo, Fernández-Lores, & Martínez-Navarro, 2021). Selain itu, layanan daring juga memberikan jaminan cakupan layanan yang luas serta

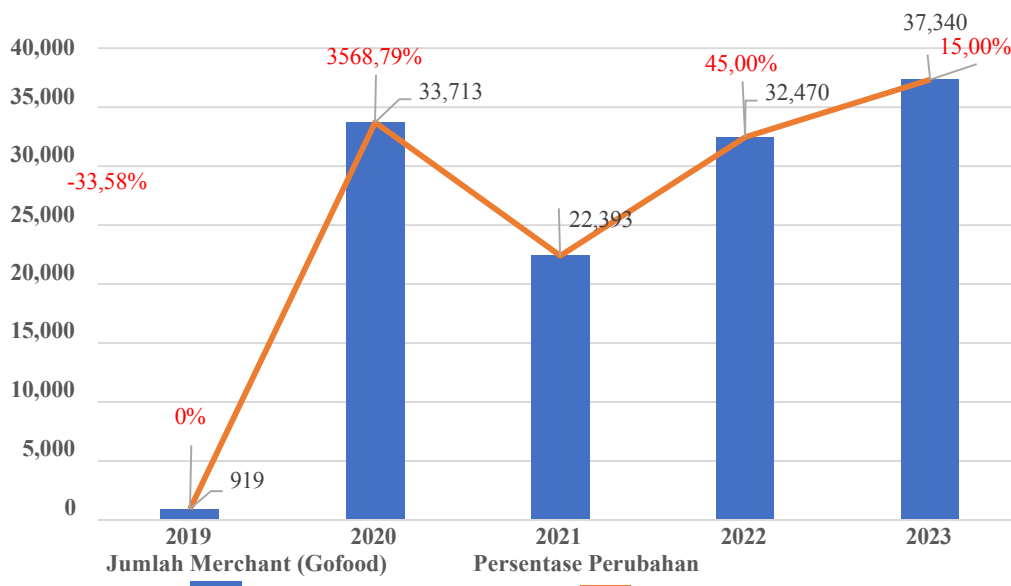
peningkatan konektivitas dengan pelanggan (Laudon & Traver, 2014). Kemudahan layanan serta jaminan lain yang ditawarkan, menyebabkan kegiatan usaha restoran mengalami peningkatan signifikan sejak tahun 2019 – 2021.

Kepatuhan pajak merupakan tindakan pemenuhan kewajiban perpajakan wajib pajak (Kirchler, Hoelzl, & Wahl, 2008). Tindakan pemenuhan kewajiban ini merupakan salah satu faktor penting dalam peningkatan penerimaan pajak (Latifah, 2013). Meningkatnya penerimaan pajak berbanding lurus dengan kemampuan pemerintah dalam menyediakan barang dan jasa layanan publik yang fundamental terhadap perkembangan ekonomi (Vincent, 2023). Pendapat tersebut ditegaskan oleh penelitian Chen et al. (2017) dan Durusu-Ciftci et al. (2018) yang menemukan bahwa penerimaan pajak berdampak positif kepada pertumbuhan ekonomi.

Peran penting penerimaan pajak, mendorong pemerintah sesuai dengan kewenangan otonominya untuk melakukan pengoptimalan pajak (Horota, Riani, & Marbun, 2017). Pengoptimalan pajak merupakan tindakan yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan penerimaan pajak. Secara umum, optimalisasi pajak dilakukan dengan dua cara ekstensifikasi dan intensifikasi (Worumi, 2018). Ekstensifikasi merupakan upaya peningkatan penerimaan pajak melalui pembuatan sumber pajak baru. Sedangkan intensifikasi merupakan upaya peningkatan melalui peningkatan tarif pajak atau pengelolaan pajak (Triarda & Damayanti, 2021). E-commerce atau perdagangan elektronik adalah aktivitas jual beli barang dan jasa yang dilakukan secara daring melalui platform digital seperti marketplace, website toko online, serta aplikasi mobile (Ausat & Suherlan, 2021). E-commerce berkembang pesat berkat kemajuan teknologi pembayaran digital, logistik, serta strategi pemasaran berbasis data yang mempermudah personalisasi pengalaman

belanja. Melalui penelitian yang dilakukan oleh (Hastuti, 2019) , Food Delivery terpopuler di Indonesia adalah Gofood berdasarkan mayoritas responden yang memiliki lebih dari 2 aplikasi sejenis. Salah satu strategi Gofood melalui aplikasi Gojek dalam melakukan penjualan yaitu dengan sistem promosi dalam mengapresiasi pelanggannya. Gofood juga memiliki promo-promo lainnya, seperti Harbolnas, saat orang-orang gajian, dan promosi harian dari restoran tertentu yang selalu ada setiap harinya (Supriyatna, 2020).

Berdasarkan data *merchant* GoFood terdaftar, Kota Semarang mengalami pertumbuhan kegiatan usaha restoran hingga 3.668,44% dan hanya menurun sebesar 33,58%. Pertumbuhan tersebut terjadi pada tahun 2020 saat Kota Semarang dalam kondisi pandemi COVID-19. Gavilan et al. (2021) menjelaskan bahwa pandemi COVID-19 memaksa terjadinya perubahan perilaku konsumen melalui pembatasan sosial. Perubahan perilaku terjadi sebab batasan-batasan interaksi yang menghambat restoran untuk beroperasi secara normal (Kawasaki et al., 2022).



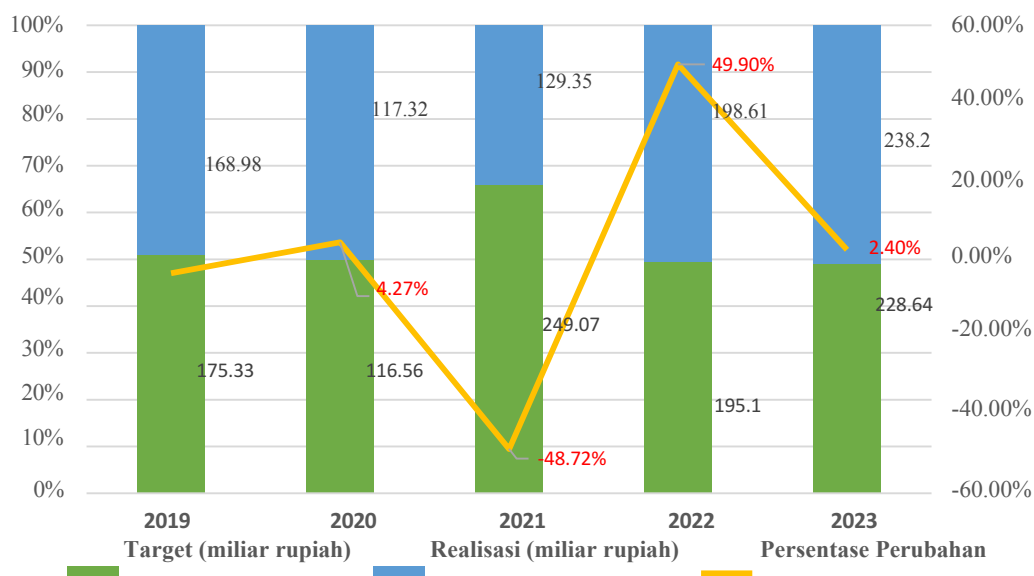
Sumber: PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek Indonesia), 2023

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan *Merchant* GoFood Kota Semarang

Hambatan operasional serta perubahan perilaku konsumen, dapat diakomodir oleh pelaku usaha restoran melalui layanan daring. Menurut Gavilan et al. (2021) layanan daring memungkinkan restoran mengubah bentuk layanannya dan menyesuaikan diri dengan perilaku konsumen. Gambar 1.1 di atas menunjukkan keberhasilan layanan daring restoran berbasis *e-commerce* untuk tumbuh pesat dalam kondisi pandemi yang terbatas.

Jumlah *merchant* GoFood pada gambar 1.1 tidak merepresentasikan keseluruhan wajib pajak restoran. Menurut Peraturan Daerah Semarang No. 5 Tahun 2018, suatu restoran dapat dikenali sebagai objek pajak ketika nilai penjualan restoran mencapai batas ambang yakni Rp. 54.000.000,00 (lima puluh empat juta) setiap tahun. Oleh sebab itu, jumlah keseluruhan *merchant* GoFood yang merupakan objek pajak restoran di Kota Semarang tentunya lebih sedikit.

Berdasarkan data objek pajak Bapenda Kota Semarang, jumlah *merchant* GoFood yang merupakan objek pajak per tahun 2021 adalah 542. Sedangkan data target dan realisasi pajak restoran Bapenda Kota Semarang dalam kurun waktu 2019 sampai 2023 adalah sebagai berikut :



Sumber: Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Semarang, 2024

Gambar 1. 2 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Restoran Kota Semarang

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa realisasi penerimaan pajak restoran kota semarang mengalami penurunan dalam rentang lima tahun kecuali pada tahun 2020.

Berdasarkan data pada gambar, tahun 2020 mengalami peningkatan realisasi penerimaan pajak sebesar 4,27%. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh diturunkannya target realisasi pajak tahun 2020 sebab pandemi COVID-19 yang sedang berlangsung. Hal ini ditunjukkan dengan realisasi penerimaan yang menurun sebesar 48,72% saat target realisasi kembali normal pada tahun 2021.

Penurunan realisasi penerimaan pajak restoran, tidak berbanding lurus dengan pertumbuhan restoran berbasis *e-commerce*. Pertumbuhan pesat restoran berbasis *e-commerce* yang mencapai 3.668,44% bertolak belakang dengan realisasi penerimaan yang mengalami penurunan. Hal tersebut menunjukkan adanya *gap* fenomena yang perlu diteliti untuk menemukan penyebab kemunculan serta model

kebijakan yang dapat mengatasinya. Penelitian ini mengamati *gap* fenomena dari tiga sisi stakeholder terlibat yakni pemilik platform *e-commerce*, pemerintah sebagai otoritas pajak, serta pemilik restoran GoFood sebagai wajib pajak.

GoFood memiliki keunggulan dibandingkan platform lain karena fokusnya pada layanan pesan-antar makanan yang mudah diakses dan terintegrasi. Platform ini membantu pengusaha restoran mengurangi biaya operasional, seperti sewa tempat dan gaji karyawan, serta memberikan jangkauan layanan yang luas dan kemudahan berinteraksi dengan pelanggan. Selama pandemi COVID-19, jumlah merchant GoFood di Kota Semarang meningkat hingga 3.668,44%, menunjukkan kemampuan platform ini untuk beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen (Gojek, 2023). Selain itu, GoFood juga mendukung pelaku usaha kecil dengan promosi, insentif, dan analisis data, sehingga menjadi pilihan tepat untuk penelitian terkait kebijakan pajak restoran berbasis *e-commerce*.

Pada stakeholder pemilik platform yaitu GoFood, Galuh (2020) dalam penelitiannya menjelaskan adanya kegagalan kesepakatan kontrak terkait pembayaran pajak otomatis melalui sistem. Kontrak yang disepakati tidak menjelaskan bahwa terdapat pemotongan langsung pendapatan restoran untuk pembayaran pajak. Pemotongan pendapatan dihitung berdasarkan pembayaran PPh dan belum termasuk pembayaran pajak restoran. Namun, hal ini tidak dijelaskan dalam kesepakatan kontrak. Klausul kesepakatan tidak menjelaskan jenis pajak apa saja yang dibayar dalam pemotongan pendapatan untuk pembayaran pajak.

Sementara itu, pemerintah sebagai otoritas pajak masih belum memiliki dasar hukum yang secara spesifik mengatur transaksi *e-commerce* restoran serta pembayaran pajaknya secara otomatis. Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 5

Tahun 2018 tentang perubahan Perda No.4 Tahun 2011 tentang pajak restoran masih belum menjelaskan mekanisme pembayaran pajak pada restoran berbasis *e-commerce*. Peraturan Walikota Semarang Nomor 99 Tahun 2018 sebagai petunjuk pelaksanaan pajak restoran yang diatur di Perda No.5 Tahun 2018 juga belum menjelaskan mekanisme pajak restoran berbasis *e-commerce*.

Selain itu, dasar hukum lain yang mengatur pelaporan, pembayaran, dan pengawasan pajak melalui sistem elektronik yakni Peraturan Walikota Semarang Nomor 12 Tahun 2018 juga belum mengatur mekanisme pembayaran dan pengawasan pada pembayaran pajak restoran. Belum adanya dasar hukum yang spesifik memunculkan celah-celah penghindaran pajak untuk dieksploitasi pada sistem restoran *e-commerce*. Minimnya edukasi dari otoritas pajak, juga berperan dalam membuka celah-celah tersebut pada mekanisme pembayaran pajak otomatis restoran *e-commerce* yang tidak transparan (Galuh (2020)).

Edukasi yang minim membentuk perilaku masyarakat yang acuh terhadap kewajiban pajaknya. Sebagaimana dijelaskan oleh Ajzen (1991) dalam *The Theory of Planned Behavior* bahwa suatu tindakan akan dilakukan ketika pelaku terlebih dahulu memahami tata cara serta manfaat dari tindakan tersebut. Dalam kasus pajak restoran, masih banyak pelaku usaha yang belum memahami kewajiban pajaknya. Selain itu, sosialisasi dari pemerintah masih kurang, dan sistem digital yang ada belum berjalan maksimal. Hal ini menyebabkan perbedaan antara potensi pajak yang seharusnya bisa dikumpulkan dengan jumlah pajak yang benar-benar diterima pemerintah. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kepatuhan pajak tersebut.

Studi terdahulu, telah meneliti hubungan kausalitas antara *e-commerce* dan kepatuhan pajak. Studi yang dilakukan oleh Wardani & Nurhayati (2019), menemukan bahwa pembayaran *e-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan niat penghindaran pajak. Temuan serupa juga dihasilkan oleh studi Agbo & Nwadior (2020). Pada studi tersebut, ia meneliti hubungan kausalitas *e-commerce* dengan tingkat kepatuhan pajak. Penelitian yang dihasilkan menemukan adanya pengaruh *e-commerce* dalam menurunkan tingkat kepatuhan pajak.

Kedua studi tersebut menjelaskan hubungan kausalitas *e-commerce* dengan kepatuhan pajak dari sisi masyarakat sebagai objek pajak. Namun, keduanya belum mengamati hubungan kausalitas dengan intervensi pengawasan dan regulasi yang responsif terhadap *e-commerce*. Adaptasi responsif dari sisi otoritas pajak, sejalan dengan paradigma *new public service*. Menurut Denhardt & Denhardt (2003) paradigma ini merupakan pelaksanaan layanan publik yang transparan, akuntabel, dan responsif terhadap perubahan. Paradigma layanan publik ini diyakini mampu menumbuhkan rasa percaya antara masyarakat dan otoritas kebijakan.

Tumbuhnya rasa percaya, dijelaskan oleh Kirchler et al. (2008) pada *slippery slope model*-nya sebagai dasar terciptanya kepatuhan pajak secara sukarela atau *voluntary tax compliance*. Selain itu, kebijakan yang responsif dengan perubahan juga diyakini mampu menekan penghindaran pajak melalui sistem *e-commerce*. Harbolt (2019) menemukan bahwa dengan kebijakan dan kepastian hukum yang tepat, tingkat penghindaran pajak pada *e-commerce* dapat diturunkan. Penelitian ini, mengkomodifikasi adaptasi responsif regulasi dengan *e-commerce* untuk mengamati hubungan kausalitasnya dengan kepatuhan pajak restoran.

Adaptasi responsif regulasi diakomodir dalam penelitian ini sebagai variabel moderasi yang memoderasi peran *e-commerce* terhadap kepatuhan pajak. Selain *e-commerce* penelitian ini juga menggunakan sistem *self assessment* sebagai variabel independen untuk diamati hubungan kausalitasnya. *Self assessment system* merupakan sistem pemungutan pajak yang memberikan kewenangan penuh kepada wajib pajak (Setyadi & Sumarsono, 2020). Hasil dari analisis hubungan kausal ini akan menjadi dasar dalam merancang model kepatuhan pajak yang komprehensif dan sesuai dengan karakteristik restoran berbasis *e-commerce*

Penelitian ini membangun model kepatuhan pajak restoran berbasis *e-commerce* dengan menganalisis hubungan antar variabel terhadap kepatuhan pajak. Selain itu, adaptasi regulasi pajak berbasis teknologi dihadirkan sebagai variabel moderasi untuk melihat sejauh mana kemampuan sistem pengawasan mendukung efektivitas *e-commerce* dalam mendorong kepatuhan. *Self assessment system* dipahami sebagai sistem yang memberikan wewenang penuh kepada wajib pajak untuk menghitung, menyeter, dan melaporkan sendiri kewajiban perpajakannya (Setyadi & Sumarsono, 2020). Hubungan antar variabel tersebut kemudian digunakan untuk merumuskan model kebijakan yang lebih tepat sasaran dalam meningkatkan kepatuhan pajak restoran di era digital.

1.2. Indetifikasi Masalah

Penerimaan pajak memiliki peran vital dalam memastikan pembangunan dan perkembangan ekonomi (Durusu-Ciftci et al., 2018). Peran ini mendorong pemerintah daerah untuk menerapkan pengoptimalan penerimaan pajak (Horota et al., 2017). Pajak restoran merupakan salah satu sektor pajak yang dioptimalkan. Pengoptimalan sektor ini didasari oleh bertumbuhnya kegiatan usaha restoran

sebagaimana dijelaskan dalam Perda Kota Semarang No.5 Tahun 2018.

Pertumbuhan pesat kegiatan usaha restoran, terjadi akibat adanya integrasi teknologi ke dalam layanan restoran (Kawasaki et al., 2022). Integrasi teknologi memungkinkan restoran untuk melakukan operasional layanan secara daring. Layanan daring memungkinkan pemilik restoran untuk menekan modal operasional, memperluas cakupan layanan, serta meningkatkan konektivitas dengan pelanggan (Gavilan et al., 2021; Laudon & Traver, 2014). Minimnya modal serta keunggulan layanan mengakibatkan bertumbuhnya kegiatan usaha restoran secara signifikan melalui layanan daring atau *e-commerce*.

Menurut data Aplikasi Karya Anak Bangsa, restoran berbasis *e-commerce* GoFood Kota Semarang bertumbuh sebesar 3.668,44% pada tahun 2020 dan hanya menurun sebesar 33,58% pada tahun 2021. Sementara itu, berdasarkan data Bapenda Kota Semarang, restoran *e-commerce* GoFood terdaftar sebagai objek pajak hanya 542. Jumlah ini lebih sedikit dibanding jumlah *merchant* terdaftar.

Peningkatan signifikan jumlah restoran berbasis *e-commerce* GoFood tidak berbanding lurus dengan realisasi penerimaan pajak restoran. Hal ini menunjukkan adanya *gap* fenomena yang menarik untuk diteliti. *Gap* fenomena diteliti dengan mengamati tiga sisi stakeholder pajak restoran. Ketiga stakeholder ini meliputi pemilik platform *e-commerce* GoFood, pemerintah sebagai otoritas pajak, serta pemilik restoran GoFood sebagai wajib pajak.

Pada sisi pemilik platform GoFood, Galuh (2020) menjelaskan bahwa ada kejanggalan pada kesepakatan kontrak terkait pemotongan pendapatan untuk pembayaran pajak otomatis. Kontrak yang disepakati, tidak menyebutkan dengan

jenis pajak yang dibayarkan. Sementara itu, pada sisi otoritas pajak kebijakan yang berlaku masih belum mengatur secara spesifik pembayaran pajak restoran melalui *e-commerce*. Minimnya edukasi yang diberikan, juga berkontribusi pada kepatuhan wajib pajak serta ketidaktahuan yang menimbulkan misinformasi.

Hubungan antara *e-commerce* dengan kepatuhan pajak, telah banyak diteliti sebelumnya. Wardani & Nurhayati (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan niat penghindaran pajak. Agbo & Nwadior (2020) menemukan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh dalam menurunkan tingkat kepatuhan pajak. Kedua temuan ini, mengindikasikan adanya pengaruh negatif *e-commerce* terhadap kepatuhan pajak. Namun, kedua studi tersebut belum menjelaskan hubungan kausalitas *e-commerce* terhadap kepatuhan pajak dengan adanya intervensi responsif kebijakan otoritas pajak.

Intervensi kebijakan, khususnya dalam bentuk pengawasan pajak berbasis teknologi yang adaptif terhadap perkembangan *e-commerce*, diyakini mampu meningkatkan tingkat kepatuhan pajak restoran. Kebijakan yang responsif terhadap perubahan digital dapat membangun kepercayaan antara wajib pajak dan otoritas pajak. Sebagaimana dijelaskan oleh Kirchler et al. (2008), kepercayaan merupakan fondasi utama dalam mendorong kepatuhan pajak secara *sukarela* (*voluntary tax compliance*). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menggunakan pengawasan pajak berbasis teknologi sebagai variabel moderasi untuk mengamati pengaruh kebijakan perpajakan terhadap hubungan antara *e-commerce* dan *self assessment system* dengan kepatuhan pajak. Hasil hubungan kausalitas antar variabel digunakan untuk menyusun model determinan kepatuhan pajak restoran berbasis *e-commerce* di Kota Semarang.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian ini, dirumuskan pertanyaan penelitian yakni “*Mengapa Kepatuhan Dalam Implementasi Kebijakan Pajak Restoran Berbasis E-Commerce Gofood di Kota Semarang rendah?*”. Pertanyaan penelitian ini kemudian dibagi ke dalam beberapa perumusan masalah yang terdiri dari:

1. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pajak restoran di Kota Semarang?
2. Apakah proses *self assessment system* berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pajak restoran di Kota Semarang?
3. Apakah pengawasan pajak berbasis teknologi berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pajak restoran di Kota Semarang?
4. Apakah pengawasan pajak berbasis teknologi mampu memoderasi pengaruh *e-commerce* terhadap tingkat kepatuhan pajak restoran di Kota Semarang?
5. Apakah pengawasan pajak berbasis teknologi mampu memoderasi pengaruh proses *self assessment system* terhadap tingkat kepatuhan pajak restoran di Kota Semarang?
6. Bagaimana bentuk model determinan kepatuhan pajak restoran berbasis *e-commerce* GoFood di Kota Semarang berdasarkan peran *e-commerce*, *self-assessment system*, dan pengawasan pajak berbasis teknologi?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan, pertanyaan penelitian, serta perincian rumusan masalah yang dikembangkan, dirumuskan beberapa tujuan penelitian. Perumusan tujuan penelitian ini dilakukan sehingga rumusan masalah yang diutarakan dapat dijawab dengan terukur dan terarah. Beberapa tujuan penelitian tersebut diantaranya adalah:

1. Menganalisis pengaruh sistem pembayaran pajak *platform e-commerce* terhadap tingkat kepatuhan pajak restoran di Kota Semarang.
2. Menganalisis pengaruh proses *self assessment system* terhadap tingkat kepatuhan pajak restoran di Kota Semarang.
3. Menganalisis pengaruh pengawasan pajak restoran berbasis teknologi terhadap tingkat kepatuhan pajak restoran di Kota Semarang.
4. Menganalisis peran pengawasan pajak restoran berbasis teknologi dalam memoderasi pengaruh sistem pembayaran pajak *platform e-commerce* terhadap tingkat kepatuhan pajak restoran di Kota Semarang.
5. Menganalisis peran pengawasan pajak restoran berbasis teknologi dalam memoderasi pengaruh *self assessment system* terhadap tingkat kepatuhan pajak restoran di Kota Semarang.
6. Merumuskan model konseptual dan empiris determinan kepatuhan pajak restoran berbasis *e-commerce* GoFood di Kota Semarang berdasarkan peran *e-commerce*, *self-assessment system*, dan pengawasan pajak berbasis teknologi sebagai variabel yang memengaruhi tingkat kepatuhan pajak

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan manfaat teoritis berupa rekonstruksi teori mengenai pengawasan pajak dan kepatuhan wajib pajak dalam konteks restoran berbasis *e-commerce*. Dengan memasukkan variabel pengawasan pajak restoran berbasis teknologi sebagai variabel moderasi, penelitian ini memperbarui dan memperluas pemahaman tentang hubungan antara *e-commerce*, *self assessment system*, dan kepatuhan pajak. Rekonstruksi teori ini penting karena hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan temuan yang kontradiktif terkait pengaruh sistem *self assessment* terhadap kepatuhan pajak. Penambahan variabel pengawasan pajak berbasis teknologi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi memberikan sudut pandang baru yang mampu menjelaskan dinamika kepatuhan pajak secara lebih komprehensif dan sesuai dengan perkembangan zaman.

1.5.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah tersusunnya rekomendasi kebijakan yang dapat menjadi landasan dalam pengembangan regulasi pajak restoran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, khususnya dalam aspek pengawasan dan pemungutan pajak berbasis *e-commerce*. Penelitian ini juga memberikan usulan model determinan kepatuhan pajak restoran berbasis *e-commerce* yang dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, sehingga penerimaan pajak daerah dari sektor restoran dapat lebih optimal dan sesuai target.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan usulan roadmap implementasi kebijakan atas usulan model yang di tawarkan, sehingga dapat digunakan oleh

instansi pemerintah yang berwenang dalam pengelolaan pajak restoran, perusahaan e-commerce yang bergerak dalam bidang restoran, serta para pelaku usaha restoran dalam rangka kepentingan masing-masing baik dari sisi strategi penyusunan regulasi maupun dari sisi pengembangan usaha bagi para pelaku usaha tersebut.