

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sejak kemunculan internet teknologi informasi berkembang sangat pesat. Internet muncul di Indonesia sekitar tahun 1990 an. Sejak saat itu transformasi kehidupan masyarakat mulai berkembang. Kemajuan zaman juga berdampak pada pola kehidupan masyarakat terlebih kemunculan alat-alat elektronik canggih seperti smartphone. Telepon yang awalnya hanya berfungsi sebagai alat untuk kirim pesan dan telepon kini semua sudah dipasang dengan internet yang berubah menjadi smartphone. Dari sini muncullah sosial media mulai dari facebook, twitter, whatsapp, instagram, dan aplikasi khusus jualan online di marketplace, salah satunya adalah shopee.

Awal mula transaksi penjualan dilakukan dengan pertemuan antara pembeli dan penjual, dengan adanya canggihnya teknologi transaksi penjualan dapat dilakukan secara online. Transaksi ini tidak mengenal batas wilayah sehingga bisa menjangkau seluruh dunia.

Dalam survey di Indonesia pemakai Internet tahun 2018, dari keseluruhan total 264,16 juta orang penduduk Indonesia, 171,17 juta jiwa menggunakan internet. Hasilnya, pengguna internet Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 10,12 persen pada tahun 2018 dibandingkan tahun sebelumnya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, “Survei APJII yang Ditunggu-tunggu, Penetrasi Internet Indonesia 2018” Buletin APJII , Edisi 40, Mei 2019, hal. 1

Dari 171,17 juta pengguna internet 2018, Pulau Jawa masih berkontribusi terbesar terhadap peningkatan jumlah pengguna tersebut. Peralnya 55 persen pengguna internet tinggal di Pulau Jawa. Disusul Pulau Sumatera 21 persen, Sulawesi-Maluku-Papua (10 persen), Kalimantan (9 persen), dan Bali-Nusa Tenggara (5 persen).

Data tersebut dibagi per provinsi dalam kontribusi pengguna internet. Hasil survei menunjukkan, di Pulau Jawa, Jawa Barat merupakan provinsi dengan penetrasi internet tertinggi dibandingkan Jawa Tengah dan Jawa Timur. Kontribusinya 16,5 persen. Untuk Sumatera, Sumatera Utara berkontribusi 6,3 persen, tertinggi dibandingkan provinsi lainnya. Sementara Provinsi Kalimantan Barat memegang andil terbesar dengan kontribusi 2,1 persen. Lalu untuk Sulawesi-maluku-Papua, Sulawesi Selatan punya andil terbesar, yakni 3,7 persen.<sup>2</sup>

Tingginya pengguna internet berpengaruh besar terhadap bisnis, khususnya bisnis online. Marketplace dijadikan sebagai sarana jual beli online seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia dan lain-lain. Para pedagang menggunakan senjata ampuh untuk promosi dengan menggunakan iklan berbayar di media sosial tersebut. Mereka bisa memasarkan produk mereka hingga jangkauan yang luas. *E-commerce*, orang biasa menyebut trend ini. Di Indonesia, aktivitas *e-commerce* kebanyakan diisi oleh Kecantikan, gaya busana, *personal care*, alat media, *furniture*, elektronik, dan lain-lain. Bisnis online ini sangat menguntungkan karena kita tidak perlu perantara yang panjang untuk mendapatkan produk yang

---

<sup>2</sup> *Ibid*, hal. 1

dicari. Hal ini terasa karena banyaknya penjual yang menggunakan media sosial yang kita dapat mengaksesnya dengan sangat mudah.

Pajak merupakan sumber pasti dalam memberikan kontribusi dana kepada negara. Untuk meningkatkan penerimaan pajak, pemerintah melakukan reformasi perpajakan secara menyeluruh pada tahun 1984. Sejak saat itu, Indonesia menganut *self assessment system* yaitu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak terutang.<sup>3</sup>

Pengenaan pajak *e-commerce* sama dengan pajak dalam transaksi konvensional, tidak ada jenis pajak baru baik PPh, PPN, PPh Final PP 23. Penarikan pajak atas transaksi *e-commerce* bertujuan untuk menerapkan keadilan bagi semua Wajib Pajak, baik konvensional maupun *e-commerce*. Pada dasarnya kewajiban Wajib Pajak pelaku bisnis *e-commerce* dan konvensional tidak berbeda. Pengenaan pajak terhadap transaksi elektronik (*e-commerce*) akan berkaitan dengan tata cara, bukan kepada pengenaan pajak jenis baru.<sup>4</sup>

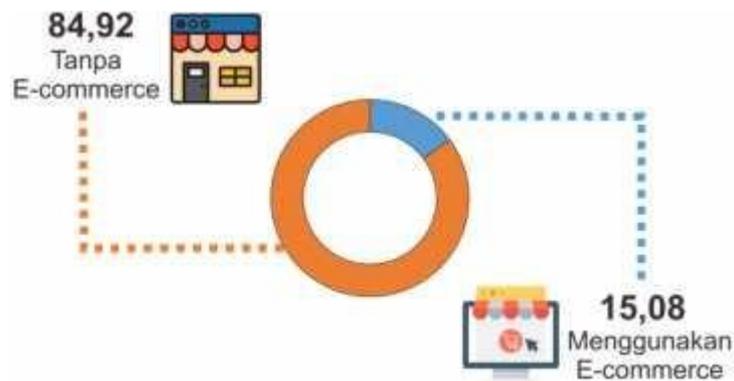
Hasil survei *e-commerce* yang telah dilakukan dengan sampel sebanyak 3.504 Blok Sensus yang tersebar di 101 kabupaten/kota di seluruh provinsi di Indonesia pada 2018, menunjukkan bahwa dari seluruh usaha yang dilakukan pendataan, hanya 15,08 persen yang merupakan usaha *e-commerce*. Hal ini menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan melalui internet di Indonesia masih

---

<sup>3</sup> Qisthi Yoeanda, Afifudin dan M. Cholid Mawardi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak OP Pelaku e-commerce di Kota Malang)", Jurnal E-JRA, Vol. 07 No. 08, 2018, hal. 52

<sup>4</sup> Ririn Puspita Sari, "Kebijakan Perpajakan Atas Transaksi *E-commerce*", Jurnal Akuntabel, Vol. 15 No. 1, 2018, hal. 68

tergolong rendah, usaha di Indonesia masih didominasi dengan jenis usaha konvensional.<sup>5</sup>



**Gambar 1.1. Persentase Usaha E-Commerce di Indonesia, 2018**

Dari 84,92 persen usaha yang tidak melakukan transaksi *e-commerce*, alasan terbanyak usaha tidak melakukan *e-commerce* karena lebih nyaman berjualan secara langsung (*offline*). Alasan terbanyak kedua adalah tidak tertarik berjualan online. Dan alasan terbanyak ketiga usaha tidak melakukan *e-commerce* adalah kurangnya pengetahuan atau keahlian dalam *e-commerce*.<sup>6</sup>

Berbeda dengan transaksi perdagangan biasa pada umumnya, transaksi *e-commerce* memiliki beberapa karakteristik yang sangat khusus sehingga mengakibatkan implikasi pajak yang agak rumit dari kegiatan tersebut. Hal ini terjadi karena transaksi elektronik antara *e-merchant* (pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet) yang terjadi di dunia maya atau di internet pada umumnya berlangsung secara *paperless transaction*, sedangkan dokumen yang

<sup>5</sup> Statistik E-Commerce 2019, hal. 9, diakses dari <https://www.bps.go.id> tanggal 27 Maret 2020

<sup>6</sup> *Ibid*, hal. 9

digunakan dalam transaksi tersebut bukanlah *paper document*, melainkan dokumen elektronik (digital dokumen).<sup>7</sup>

Dikarenakan transaksi terjadi di internet, akan ada kesulitan dalam melacak secara keseluruhan pengusaha di shope yang sudah memenuhi syarat dalam Wajib Pajak yang berkewajiban membayar pajak dan apabila ada data yang ada bisa dimanipulasi dari sesungguhnya yang terjadi. Kesadaran diri dan kejujuran sangat penting dilakukan dalam hal ini.

Dalam sebuah firman Allah SWT, Al-Qur'an Surat At-Taubah Ayat 29 yang menjelaskan tentang pajak sebagai instrumen fiskal:<sup>8</sup>

قَاتِلُوا الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَا بِالْيَوْمِ الْآخِرِ وَلَا يُحَرِّمُونَ مَا حَرَّمَ اللَّهُ  
وَرَسُولُهُ وَلَا يَدِينُونَ دِينَ الْحَقِّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ حَتَّى يُعْطُوا الْجِزْيَةَ  
عَنْ يَدٍ وَهُمْ صَاغِرُونَ

Artinya: "Perangilah orang-orang yang tidak beriman kepada Allah dan hari kemudian, mereka yang tidak mengharamkan apa yang telah diharamkan Allah dan Rasul-Nya dan mereka yang tidak beragama dengan agama yang benar (agama Allah), (yaitu orang-orang) yang telah diberikan Kitab, hingga mereka membayar jizyah (pajak) dengan patuh sedang mereka dalam keadaan tunduk." (QS. At-Taubah: 29)

<sup>7</sup> *Ibid*, Puspita Sari, *Kebijakan Perpajakan Atas ...* hal. 68

<sup>8</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahan*, (Semarang: CV Toha Putra, 2008), hal.

Ayat ini menjelaskan tentang perintah untuk orang-orang yang beriman, untuk memerangi orang-orang kafir dari kalangan Ahl al-Kitab yang tidak beriman kepada Allah dengan keimanan yang benar, serta tidak mempercayai hari kebangkitan dan hari pembalasan dengan benar, tidak meninggalkan hal-hal yang dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya, tidak memeluk agama yang benar, yaitu Islam. Perangilah mereka sampai mereka beriman atau menyerahkan jizyah dengan tunduk dan taat serta tidak membangkang, agar mereka menyumbang untuk menguatkan anggaran belanja negara Islam. Jizyah adalah salah satu sumber utama dalam anggaran negara Islam. Dari situlah asal mula pembayaran pajak untuk dipergunakan kepentingan negara.

Kesadaran dan pemahaman akan peraturan pajak sangatlah penting, karena bisa mempengaruhi wajib pajak untuk melaporkan penghasilan dalam kurun waktu setahun atau PPh Final. Sistem pajak di Indonesia memakai *Self Assessment System*, yaitu pembayaran pajak dilakukan dengan melaporkan dan menghitung pajaknya sendiri. Diharapkan melalui sistem ini wajib pajak mempunyai kejujuran dan kesadaran karena memiliki peran sangat penting. Selain itu pemahaman akan pengetahuan perpajakan juga memiliki peran penting supaya wajib pajak melakukan kewajiban membayar pajak dengan benar dan baik.

Kondisi yang ada saat ini adalah banyaknya pelaku usaha *e-commerce* yang berpenghasilan tinggi belum melaporkan kegiatan dan penghasilannya sehingga kurangnya kesadaran akan membayar pajak *e-commerce* karena pengetahuan pajak *e-commerce* yang kurang.

Alasan dari peneliti memilih judul ini karena pajak *e-commerce* berpotensi menyumbang pendapatan negara yang tinggi apabila diterapkan secara efektif dan efisien. Karena sekarang banyak pengusaha yang tidak hanya beroperasi secara konvensional tetapi sudah banyak yang dilakukan secara online. Diharapkan adanya kesetaraan perlakuan pajak konvensional dengan *e-commerce*. Dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga maka lokasi yang dipilih hanya meliputi marketplace shopee saja karena banyaknya marketplace yang digunakan sebagai media untuk berjualan secara online.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, peneliti melakukan penelitian tentang masalah tersebut dengan judul :

“Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Pemahaman Dan *Self Assessment System* Pajak *E-Commerce* Terhadap Kepatuhan Pelaku Bisnis *E-Commerce* Dalam Membayar Pajak di Shopee”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, peneliti mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Kurangnya pengetahuan mengenai pajak *e-commerce* di masyarakat.
2. Kurangnya partisipasi dalam membayar pajak *e-commerce*.
3. Pelaku usaha *e-commerce* kurang mengetahui pemberlakuan pajak yang sama atas transaksi konvensional dan elektronik.

### C. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang diatas, peneliti dapat merumuskan beberapa permasalahan pokok yaitu:

1. Apakah tingkat pengetahuan pajak *e-commerce* berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam membayar pajak di shopee?
2. Apakah tingkat pemahaman pajak *e-commerce* berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam membayar pajak di shopee?
3. Apakah tingkat *self assessment system* pajak *e-commerce* berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam membayar pajak di shopee?
4. Apakah tingkat pengetahuan, pemahaman dan *self assessment system* pajak *e-commerce* berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam membayar pajak di shopee?

### D. Tujuan Penulisan

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis tingkat pengetahuan pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam membayar pajak di shopee.
2. Untuk menganalisis tingkat pemahaman pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam membayar pajak di shopee.
3. Untuk menganalisis tingkat *self assessment system* pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam membayar pajak di shopee.

4. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pengetahuan, pemahaman dan *self assessment system* pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam membayar pajak di shopee.

## **E. Kegunaan Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Melalui penelitian tentang pajak *e-commerce* yang dilakukan, diharapkan pengelolaan tentang pajak *e-commerce* lebih baik lagi dan pemerintah membuat sistem pendeteksi untuk penghasilan pengusaha *e-commerce* yang rata-rata memiliki penghasilan yang tinggi. Melalui pajak *e-commerce* ini akan memberi manfaat bagi mahasiswa khususnya mahasiswa akuntansi yaitu akan memberikan pengetahuan dan informasi tentang pajak *e-commerce*.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Akademis**

Melalui penelitian yang dilakukan, peneliti akan lebih memahami mengenai pajak *e-commerce* dan pemberlakuannya serta mengetahui bisnis *e-commerce* yang diteliti dengan penghasilan besar tetapi belum membayar pajak mereka.

#### **b. Bagi Institusi**

Melalui penelitian yang dilakukan, wajib pajak diharapkan akan lebih memahami mengenai peraturan pajak *e-commerce* dan lebih patuh untuk membayar pajak.

c. Bagi Pihak Lain

Melalui penelitian yang dilakukan, diharapkan masyarakat khususnya pengusaha *e-commerce* yang belum sadar membayar pajak bisa segera melaporkan penghasilannya dan memiliki kesadaran dalam membayar pajak

## F. Ruang Lingkup Dan Batasan Masalah

### 1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari penelitian ini hanya meliputi tiga variabel yang berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam membayar pajak. Walaupun banyak variabel yang bisa dijadikan penelitian, namun peneliti hanya mengambil variabel pengetahuan pajak *e-commerce* (X1), pemahaman pajak *e-commerce* (X2), *self assessment system* pajak *e-commerce* (X3), dan kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam membayar pajak di shopee (Y). Hal ini bertujuan untuk mengetahui ketiga variabel manakah yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce*.

### 2. Pembatasan penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memberikan batasan dalam penelitian, yaitu:

- a. Pelaku bisnis online yang diteliti hanya meliputi platform marketplace shopee saja yang jumlah pengikutnya minimal 1000 orang.
- b. Lama beroperasi bisnis minimal satu tahun.

- c. Bisnis yang diteliti meliputi kebutuhan wanita (fashion, kesehatan dan kecantikan).

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konseptual**

#### a. Pengetahuan Pajak

Pengetahuan pajak adalah informasi pajak yang digunakan oleh wajib pajak sebagai dasar dalam mengambil bertindak, mengambil keputusan dan menempuh strategi yang berhubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajiban dibidang perpajakan.<sup>9</sup>

#### b. Pemahaman Pajak

Pemahaman pajak adalah proses dimana seorang wajib pajak mengetahui dan memahami tentang perpajakan dan mengaplikasikannya untuk membayar pajak.<sup>10</sup>

#### c. *Self Assessment System*

*Self Assessment System* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada Wajib Pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang.<sup>11</sup>

#### d. Kepatuhan Membayar Pajak

Suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Veronica Carolina, *Pengetahuan Pajak* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 7

<sup>10</sup> Waluyo, *Perpajakan Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal. 20

<sup>11</sup> Mardiasmo, *Perpajakan*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hal. 9

## 2. Definisi Operasional

Di dalam platform marketplace shopee banyak pengusaha yang berpenghasilan tinggi tidak menyadari bahwa penghasilannya tersebut dapat dikenakan pajak. Kepatuhan membayar pajak banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu pengetahuan pajak, semakin tinggi pengetahuan pajaknya maka semakin mudah wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Faktor lainnya yaitu pemahaman wajib pajak. Pemahaman pajak tentang ketentuan dan tata cara perpajakan yang meliputi tentang penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) hingga pembayaran pajak. Faktor yang terakhir yaitu tentang *self assessment system*. Sistem pemungutan pajak di Indonesia menganut *self assessment system* yang wajib pajak diberikan wewenang untuk menghitung dan menyetorkan pajak secara mandiri. Hal ini mendorong wajib pajak dalam kepatuhan membayar pajak sehingga dapat meningkatkan pendapatan negara. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan pajak, pemahaman pajak, dan *self assessment system* pajak sangat berpengaruh terhadap kepatuhan dalam membayar pajak.

## H. Sistematika Skripsi

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat tiga pokok sistematika pembahasan yaitu: bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir.

---

<sup>12</sup> Siti Kurnia Rahayu, *Perpajakan Indonesia: Konsep & Aspek Formal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 138

## **BAGIAN AWAL**

Bagian ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

## **BAGIAN UTAMA**

Bagian ini merupakan hasil penelitian yang terdiri atas enam bab dan tiap bab terdiri dari sub-sub bab.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menyajikan beberapa unsur yang terdiri dari: (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan batasan masalah, (g) penegasan istilah, (h) sistematika skripsi.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menyajikan beberapa unsur yang terdiri dari: (a) kajian teori tiap variabel, (b) penelitian terdahulu, (c) kerangka konseptual, (d) hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menyajikan beberapa unsur yang terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian; (b) populasi, sampling dan sampel penelitian; (c) sumber data, variabel dan skala pengukurannya; (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian; (e) analisis data.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menyajikan beberapa unsur yang terdiri dari: hasil penelitian dan temuan penelitian.

#### BAB V PEMBAHASAN

BAB ini berisikan pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.

#### BAB VI PENUTUP

BAB ini terdiri dari: (a) kesimpulan dan (b) saran.

#### **BAGIAN AKHIR**

Bagian yang merupakan bagian akhir dari skripsi yang terdiri dari: (a) daftar pustaka, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, dan (d) daftar riwayat hidup.