

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemanfaatan kemajuan teknologi masa kini semakin dapat dimaksimalkan bagi kehidupan sehari-hari, seperti layanan komunikasi, perbankan, hiburan, pendidikan, hingga perdagangan. Layanan tersebut memerlukan akses ke internet supaya dapat berjalan dengan baik dan terkoneksi satu sama lain. Internet adalah suatu jaringan luas yang dibentuk dari hubungan antara komputer dengan komputer lain di seluruh dunia melalui saluran telepon, satelit, dan sistem telekomunikasi lainnya (Ustadiyanto & Ariani, 2007).

Pengguna internet dari hari ke hari semakin meningkat karena kemudahan yang ditawarkan dapat membantu berbagai aktivitas manusia. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada bulan Juni 2022, persentase penduduk Indonesia yang terhubung ke internet mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya.

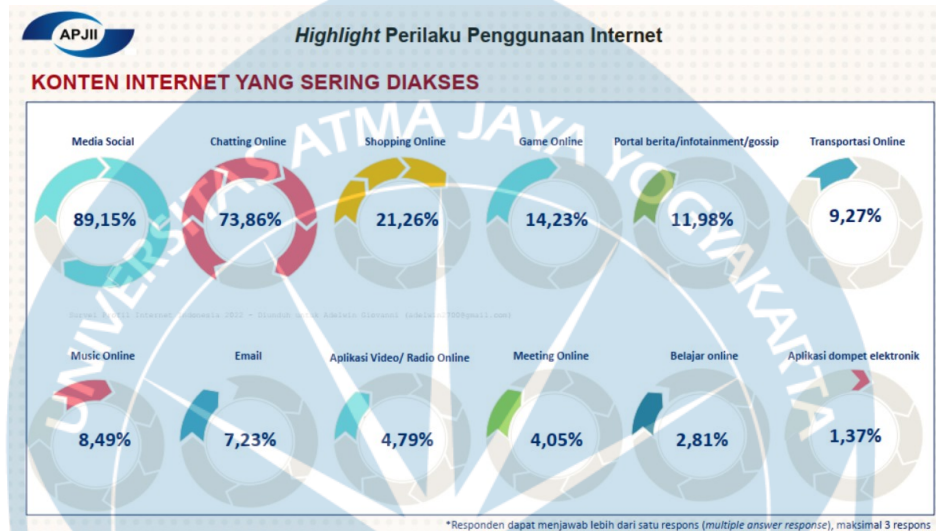
Tabel 1.1.
Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia

Tahun	Jumlah Penduduk	Jumlah Penduduk Terhubung Internet	Persentase dari Total Penduduk
2017	262 Juta Jiwa	143,26 Juta Jiwa	54,68%
2018	264,16 Juta Jiwa	171,17 Juta Jiwa	64,8%
2019-2020	266,91 Juta Jiwa	196,71 Juta Jiwa	73,7%
2021-2022	272,68 Juta Jiwa	210,02 Juta Jiwa	77,02%

Sumber: Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Penggunaan internet di Indonesia sangat beragam, salah satu kegunaan dari internet yang sekarang sedang berkembang pesat adalah perdagangan *online* atau

biasa disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)*. Hasil survei yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2022 dengan total responden berjumlah 7.568 orang menunjukkan belanja *online* merupakan konten ke-3 terbanyak yang sering diakses oleh masyarakat (APJII, 2022).



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022

Gambar 1.1.

Konten Internet yang Sering Diakses

Selain dari segi jumlah pengguna internet, *e-commerce* kini semakin diminati karena memberikan kemudahan dalam transaksinya. Kemudahan yang dirasakan pelanggan dapat berupa kemudahan dalam prosedur pembayaran, deskripsi barang yang informatif, fleksibilitas transaksi, dan kecepatan dalam proses pengiriman. Dari sisi pelaku usaha, kemudahan yang dirasakan adalah dalam proses pembukaan usaha dan pencatatan transaksinya. Selain kemudahan yang dirasakan oleh pelaku bisnis *e-commerce*, tentunya perkembangan *e-commerce* juga memicu potensi penerimaan negara dari sektor perpajakan sekaligus menjadi sebuah tantangan bagi pemerintah karena memiliki beberapa karakteristik khusus jika dibandingkan dengan perdagangan konvensional.

Transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce* berjalan secara *online* dan singkat sehingga siapa saja yang terlibat didalamnya, objek pajaknya, dan bukti-bukti elektroniknya sulit untuk dilacak. Pemerintah dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mempunyai tugas penting dalam pengawasan dan penanganan perpajakan pada *e-commerce* karena keterbatasan data yang tepat dalam mengidentifikasi para pelaku usaha *e-commerce* dan peredaran transaksinya (Aprilia dkk., 2014). Salah satu bentuk pengawasan terhadap usahawan *e-commerce* yang dapat dilakukan oleh DJP adalah ekstensifikasi dari data eksternal maupun internal. Ekstensifikasi yang telah dilakukan oleh DJP adalah dengan penerbitan Surat Permintaan Penjelasan atas Data dan/atau Keterangan (SP2DK) terkait kegiatan usaha yang dilakukan oleh usahawan *e-commerce* guna memenuhi kewajiban perpajakannya (Redaksi DDTCNews, 2021). Dengan keterbatasan data yang dimiliki oleh DJP, kemudahan yang dirasakan, dan keunikan transaksinya dapat menjadi celah bagi usahawan *e-commerce* untuk tidak patuh terhadap kewajiban-kewajiban perpajakannya padahal dalam penerapannya tidak terdapat perbedaan dengan pelaku usaha konvensional.

Kepatuhan Wajib Pajak adalah suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi kewajibannya berdasarkan peraturan perpajakan (Rahayu, 2017). Dalam penerapannya terdapat 2 jenis kepatuhan dalam perpajakan, yaitu kepatuhan formal dan material. Kepatuhan formal berkaitan dengan hal-hal secara formal, seperti mendaftarkan diri guna mendapatkan NPWP, penyetoran pajak dan pelaporan pajak tepat waktu. Kepatuhan material berkaitan dengan pemenuhan kewajiban

perpajakan secara substantif, seperti perhitungan pajak terutang secara tepat dan mengisi SPT dengan lengkap dan benar.

Tren perkembangan pada sektor perdagangan melalui sistem elektronik ini harus didukung dengan ekosistem ekonomi digital yang kondusif tercipta lingkungan bisnis yang sehat. Lingkungan bisnis merupakan gabungan dari faktor, kondisi, dan kejadian di sekitar bisnis yang dapat memengaruhi keberlangsungan bisnis (Mursalin, 2021). Terdapat beberapa elemen yang dapat memengaruhi keberlangsungan bisnis, seperti konsumen, pesaing, pemasok, kondisi pasar dan ekonomi, teknologi, pemerintah, dan berbagai pihak lainnya. Elemen-elemen tersebut dapat memengaruhi bisnis dalam hal mengambil sebuah keputusan, seperti keputusan dalam pemenuhan kewajiban-kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah sebagai regulator. Penelitian yang dilakukan oleh Riskillah, dkk. (2022) terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM bahwa lingkungan memiliki pengaruh yang positif karena tingginya perhatian masyarakat di sekitar Wajib Pajak dalam memengaruhi Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Berbeda dengan penelitian oleh Hasanah (2016) yang menunjukkan bahwa lingkungan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak *e-commerce* karena tingginya tingkat individualisme dan kurangnya interaksi dalam *e-commerce*.

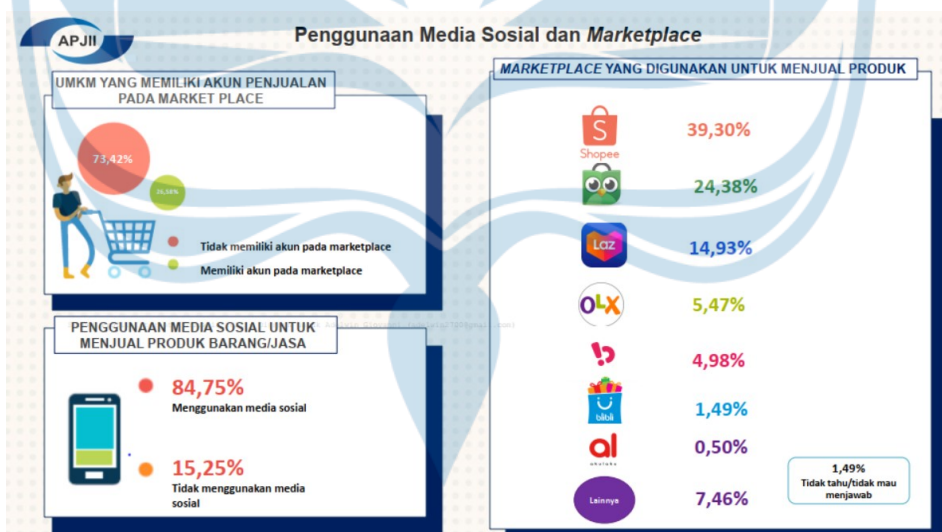
Dalam undang-undang perpajakan jika Wajib Pajak tidak memenuhi kewajiban perpajakannya, dapat dikenai sanksi. Menurut Mardiasmo (2019), sanksi pajak merupakan instrumen yang digunakan untuk mencegah Wajib Pajak tidak melanggar peraturan. Sanksi yang diberlakukan di Indonesia terdiri dari sanksi

administrasi dan sanksi pidana. Sanksi administrasi dapat diberlakukan dengan bunga per bulan, denda administrasi maupun sanksi kenaikan jumlah pajak. Untuk sanksi pidana yang dapat diberlakukan adalah denda pidana, pidana kurungan, serta pidana penjara. Sanksi pajak dianggap sebagai beban tambahan apabila Wajib Pajak tidak patuh terhadap peraturan perpajakan. Penelitian yang dilakukan oleh Soda, dkk. (2021) terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM bahwa sanksi pajak memiliki pengaruh positif dimana sanksi pajak dapat dijadikan suatu kontrol untuk tidak terjadinya perilaku yang menyimpang. Berbeda dengan penelitian Indriyani (2020) dan Napisah & Khuluqi (2022) yang menunjukkan bahwa sanksi pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak *e-commerce* karena penerapan sanksi pajak yang belum ketat sehingga belum dapat menyadarkan Wajib Pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya.

Tujuan dari Undang-Undang Harmonisasi Perpajakan yaitu mewujudkan sistem perpajakan yang lebih berkeadilan dan berkepastian hukum. Dalam sistem pemungutan pajak yang dilakukan negara harus didasari dengan asas keadilan, dimana dalam pemungutannya memperhatikan keadaan atau kemampuan Wajib Pajaknya (Rahayu, 2017). Sambodo (2015) dalam buku Pajak dalam Entitas Bisnis menjelaskan bahwa pemungutan pajak yang baik salah satunya sesuai dengan asas keadilan yang berarti pungutan pajak berlaku tanpa adanya diskriminasi sesuai dengan kondisinya. Keadilan perpajakan yang dirasakan Wajib Pajak diharapkan menjadi pemicu para pelaku usaha melalui sistem elektronik ini untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2021) terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM yang bertransaksi

melalui *e-commerce*, dihasilkan keadilan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak karena perlakuan yang adil dapat mendorong Wajib Pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakannya. Lain halnya dengan penelitian oleh Fitria, dkk. (2019) yang menyimpulkan bahwa keadilan pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Di era digital saat ini, *e-commerce* menjadi suatu pilihan bagi masyarakat dalam kegiatan jual beli. Terdapat berbagai macam *platform marketplace* yang ada di Indonesia, seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, BliBli, BukaLapak, dan lainnya. Dari berbagai macam *platform marketplace* yang ada, survei yang dilakukan oleh APJII menunjukkan bahwa Shopee merupakan platform yang paling digemari oleh para penjual untuk menjual produk/jasa mereka.



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022

Gambar 1.2.

Persentase Penjual di Platform Marketplace

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah lingkungan bisnis *e-commerce* berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan melalui *marketplace* Shopee?
2. Apakah persepsi sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan melalui *marketplace* Shopee?
3. Apakah persepsi keadilan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan melalui *marketplace* Shopee?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan bukti empiris mengenai pengaruh lingkungan bisnis *e-commerce*, persepsi sanksi pajak, dan persepsi keadilan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan melalui *marketplace* Shopee.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai pengaruh lingkungan bisnis *e-commerce*, persepsi sanksi pajak, dan persepsi keadilan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan *e-commerce* untuk memperkuat penelitian sebelumnya serta menjadi penunjang bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan *e-commerce* melalui variabel-variabel dalam penelitian.

1.5. Sistematika Penulisan

Terdapat 5 bab pada penelitian ini, yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berisi teori yang menjadi dasar penulisan dalam penelitian ini, kerangka konseptual, penelitian terdahulu, dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, objek penelitian, subjek penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, operasionalisasi variabel, model penelitian, jenis dan teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil uji alat, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian selanjutnya.