

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat tahun 2005-an *e-commerce* sudah mulai *booming* hingga saat ini, dengan munculnya berbagai *marketplace* dan toko *online* yang menawarkan sistem yang lebih aman dan mudah digunakan. Penggunaan media sosial juga mendorong perkembangan *e-commerce*. Salah satunya adalah fitur iklan yang disediakan oleh jejaring sosial, seperti *Instagram* dan *Facebook*.

Grafik 1. 1
Prediksi Pengguna *E-Commerce*



Sumber: *data.tempo.com*, 2023

Tren pengguna *e-commerce* di Indonesia tumbuh cukup besar. Prediksinya, pertumbuhan masih akan terus berlanjut dalam beberapa tahun ke depan. Menurut laporan statistika mengenai data pengguna *e-commerce* yang ada di Indonesia, pengguna *e-commerce* di Indonesia diprediksi meningkat hingga 189,6 juta pengguna pada 2024. Jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia sejak 2017 mencapai 70,8 juta pengguna, kemudian naik menjadi 87,5 juta pengguna di 2018. Sementara pada tahun 2019 mencapai 112,1 juta pengguna *e-commerce*. Pada tahun 2020 mencapai 129,9 juta pengguna, pada 2021 mencapai 148,5 juta pengguna sedangkan pada 2022 mencapai 166,1 juta pengguna dan 2023 diprediksi mencapai 180,6 juta pengguna *e-commerce* di Indonesia (rumahmedia.com). Fenomena ini dapat dilihat dari hasil survei *e-commerce*, dimana setiap tahunnya terjadi peningkatan jumlah bisnis yang baru beroperasi dan langsung *go online*. Tercatat 51,47 persen usaha baru mulai beroperasi pada rentang tahun 2017 - 2020. Sebanyak 29,23 persen usaha sudah memulai usahanya pada rentang tahun 2010 - 2016, dan hanya 19,30 persen usaha yang sudah beroperasi lebih dari sepuluh tahun. Jika dibandingkan antara tahun mulai beroperasi dengan tahun mulai melakukan kegiatan *e-commerce*, fenomena menarik yang dapat dilihat adalah 49,82 persen usaha langsung melakukan kegiatan *e-commerce* saat baru mulai beroperasi. Sebanyak 14,76 persen usaha baru memulai kegiatan *e-commerce* 1-2 tahun setelah beroperasi, sejumlah 11,94 persen usaha baru memulai kegiatan *e-commerce* setelah beroperasi 3-5 tahun, dan 23,48 persen usaha baru mulai kegiatan *e-commerce* lebih dari 5 tahun setelah membuka kegiatan operasional usaha (bps.go.id).

E-commerce (perdagangan elektronik) adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa, atau transmisi dana atau data, melalui jaringan elektronik, terutama internet. Transaksi bisnis ini terjadi baik sebagai bisnis-ke-bisnis (B2B), bisnis-ke-konsumen (B2C), konsumen-ke-konsumen atau konsumen-ke-bisnis. *E-commerce* didukung oleh internet dan pelanggan pun dapat mengakses toko *online* untuk menelusuri dan memesan produk atau layanan melalui perangkat mereka sendiri (techtarget.com). Adanya perubahan perdagangan melalui jaringan elektronik, memaksa toko *offline* untuk mempertimbangkan bagaimana strategi yang dapat diterapkan, entah dengan

merilis toko *online* mereka sendiri atau bekerja sama dengan *platform marketplace* pihak ketiga. Selain itu, ada juga dorongan bagi *brand* beberapa pelaku bisnis untuk menetapkan kehadiran secara *online* di dunia serba digital saat ini. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat 88,1 persen pengguna internet di Indonesia telah menggunakan layanan *e-commerce* dalam membeli sejumlah produk. Kegiatan transaksi *e-commerce* yang semakin maju dan terus direformasi membutuhkan respon pemerintah, terutama dalam hal perpajakan. Pemerintah memberlakukan peraturan perpajakan bagi pelaku *e-commerce*, khususnya yang bergerak di bidang perdagangan konvensional. Terciptanya regulasi-regulasi yang dirumuskan pemerintah demikian masih dalam rangka optimalisasi penerimaan pajak, pemerintah ingin memastikan pajak terutang yang dilalui dengan *e-commerce* dapat diambil sesuai dengan ketentuan regulasi, baik dari pihak penjual maupun pembeli yang berbelanja dikenakan pajak yang sama.

Namun karena Indonesia telah gagal memenuhi target penerimaan pajak maksimumnya selama bertahun-tahun, akhirnya memaksa pemerintah agar membuat strategi yang tepat untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam hal membayar kewajiban pajaknya, berbagai kebijakan dan fasilitas pemerintah pun diterapkan. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mencatat bahwa kepatuhan wajib pajak terhadap aturan perpajakan di Indonesia masih sangat rendah, hal tersebut ditentukan dengan membandingkan jumlah penerimaan pajak atas produk domestik bruto. Kepatuhan wajib pajak menjadi salah satu masalah karena penerimaan pajak mengalami penurunan dan peningkatan setiap tahun (Pratama & Nurhayati, 2022). Hal ini diperkuat dari sumber informasi data APBN negara, dimana pemerintah terus merencanakan peningkatan target penerimaan pajak, baik pajak individu ataupun pajak badan yang meliputi pajak umkm *e-commerce*. Untuk merealisasikan target tersebut upaya peningkatan penerimaan pajak perlu diuji. Berdasarkan rilis APBN KiTa, tercatat bahwa realisasi pendapatan negara dan hibah hingga akhir Juli 2022 mencapai Rp1.550,97 triliun yaitu sebesar 68,44 persen dari target APBN 2022. Realisasi penerimaan ini berasal dari penerimaan pajak senilai Rp1.028,46 triliun atau sebesar

69,26 persen dari pagu APBN 2022 dan penerimaan kepabeanan dan cukai senilai Rp185,07 triliun atau sebesar 61,89 persen dari pagu APBN 2022 diungkapkan oleh Menteri Keuangan Republik Indonesia yaitu Sri Mulyani Indrawati, dalam Konferensi Pers APBN KiTa Agustus 2022, sebagaimana diketahui bahwa pajak berkontribusi dalam menyumbang pendapatan negara (beacukai.go.id). Penerimaan pajak yang belum maksimal disebabkan karena para wajib pajak khususnya pelaku bisnis *e-commerce* memiliki tingkat kepatuhan yang rendah dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Menurut Direktorat Jenderal Pajak (DJP) jumlah pelaku *e-commerce* sekitar 1.600 *e-commerce*, hanya 1.000 yang diketahui dan 600 yang belum diketahui oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Dari 1.000 pelaku *e-commerce*, hanya 620 yang memiliki NPWP.

Salah satu yang mempengaruhi tingkat kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakannya adalah penerapan modernisasi sistem administrasi perpajakan, hal ini dijelaskan dalam penelitian Oktaviani (2018) dan Rohmah (2020) yang membuktikan bahwa modernisasi sistem administrasi perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dalam laman *ddtc news*, Dirjen pajak Suryo Utomo mengungkapkan pada tahun 2020 dengan adanya pandemi covid, diberlakukannya pembatasan mobilitas sehingga Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menutup pelayanan dan kunjungan tatap muka, kebijakan tersebut pun berdampak pada penurunan jumlah pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT Tahunan). Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah melakukan beberapa tindakan, salah satunya dengan melakukan reformasi di bidang perpajakan. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah melaksanakan reformasi perpajakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan perpajakan yang diberikan kepada masyarakat khususnya wajib pajak. Salah satu tindakan yang diambil tersebut adalah modernisasi pelaporan pajak dengan sistem administrasi perpajakan digital. (Barus, 2018). Konsep dasarnya adalah mengubah sistem administrasi perpajakan agar dapat mengubah cara berpikir dan perilaku otoritas pajak, nilai-nilai organisasi, dan menjadikan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) sebagai institusi profesional dengan reputasi yang baik di masyarakat.

Modernisasi sistem administrasi perpajakan bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan meningkatkan penerimaan negara (Pernamasari & Rahmawati, 2021). Tujuan penerapan modernisasi sistem administrasi perpajakan adalah agar Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dapat memberikan layanan digital secara efisien, cepat dan mudah, karena penggunaan teknologi digital dalam struktur organisasi dan proses administrasi telah meningkat (Setyobudi & Muchayatin, 2022).

Dengan adanya penerapan modernisasi sistem administrasi perpajakan akan mempermudah wajib pajak, khususnya wajib pajak pelaku bisnis *e-commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, dan juga berpengaruh terhadap pendapatan negara seiring dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakan layanan *e-commerce*. Sebelum adanya penerapan modernisasi sistem administrasi perpajakan, wajib pajak harus datang ke kantor terdekat untuk membayarkan kewajibannya namun, setelah adanya penerapan modernisasi sistem administrasi perpajakan ini para wajib pajak hanya perlu melakukan pelaporan melalui sistem *online* yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun sehingga wajib pajak dapat melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan mudah. Adanya reformasi perpajakan yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak yaitu salah satunya adalah mengenai penerapan modernisasi sistem administrasi perpajakan, diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak sehingga penerimaan pajak negara pun ikut meningkat, hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fathani & Apollo (2020) yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif modernisasi sistem administrasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dalam meningkatkan reformasi administrasi perpajakan perlu adanya sosialisasi perpajakan. Sosialisasi perpajakan bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, karena apabila wajib pajak mendapatkan pemahaman yang baik dan benar mengenai perpajakan, maka akan menambah pengetahuan dan kesadaran wajib pajak dalam hal membayar pajak (Wardani & Kartikasari, 2020). Semakin sering wajib pajak mendapatkan sosialisasi, maka semakin ia mengerti akan perpajakan dan semakin tinggi kepatuhannya sebagai wajib pajak (Maxuel & Primastiwi, 2021). Untuk

meningkatkan pengetahuan pajak dan mencapai tingkat kepatuhan wajib pajak yang tinggi dalam melakukan pembayaran dan melaporkan pajaknya, sosialisasi perpajakan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi masyarakat luas (Pramukty, 2022).

Salah satu penyebab tidak patuhnya masyarakat dalam membayar pajak adalah karena kurangnya tingkat kepercayaan kepada pemerintah dalam realisasi perpajakan, karena dikira terjadi penyelewengan dana pajak yang akan dibayarkan. Hal tersebut dikarenakan masyarakat masih menganggap pajak sebagai pungutan wajib, bukan sebagai peran serta belum melihat manfaat yang nyata bagi negara dan masyarakat (Jumrati, 2021). Tingkat kepercayaan pada pemerintah dapat mempengaruhi kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Hal tersebut dijelaskan dalam penelitian Masita (2019) yang menyatakan bahwa tingkat kepercayaan kepada pemerintah dan hukum berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Kepercayaan pada pemerintah dan hukum adalah ukuran dari apa yang diharapkan pelaku bisnis dari pemerintah dan sistem hukum yang berlaku saat ini yang berlandaskan dengan nilai dan norma yang ada.

Dari penelitian sebelumnya diketahui bahwa masih terdapat berbagai temuan yang berbeda, yaitu beberapa penelitian mengklaim variabel-variabel ini berhubungan signifikan sedangkan penelitian lain yang mengklaim variabel-variabel ini tidak berhubungan signifikan dengan kepatuhan pajak. Pada variabel modernisasi sistem administrasi perpajakan menurut penelitian Antari & Supadmi (2019) telah terbukti bahwa modernisasi sistem administrasi perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, dalam penelitian Fikri Fauzi & Halimatusadiah (2022) menyatakan bahwa modernisasi administrasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Kemudian pada variabel sosialisasi perpajakan menurut penelitian yang dilakukan oleh Amalia & Widyawati (2021) menyatakan bahwa sosialisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak di Kabupaten PATI (Setyobudi & Muchayatin, 2022). Namun, hasil yang berbeda didapatkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Ainul & Susanti (2021) yang

menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pada variabel tingkat kepercayaan menurut penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Diatmika (2020) ditemukan pengaruh positif dan signifikan yang diberikan oleh tingkat kepercayaan pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Namun, hasil berbeda didapatkan oleh penelitian Pradhani & Sari (2022) bahwa tingkat kepercayaan pemerintah tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut membuat penulis tertarik mengangakat kembali topik mengenai kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dengan menggunakan penerapan modernisasi sistem administrasi perpajakan, sosialisasi perpajakan dan tingkat kepercayaan sebagai variabel independen. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Amalia & Widyawati (2021), variabel tingkat kepercayaan merupakan pembeda dari penelitian sebelumnya, alasan penulis menambahkan variabel tingkat kepercayaan ialah karena tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah merupakan suatu hal yang sangat penting dan berpengaruh besar terhadap kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah (kompasiana.com). Perbedaan selanjutnya ialah mengenai objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berfokus pada pelaku bisnis *e-commerce* yang berada di wilayah Jabodetabek, dengan alasan saat ini banyak masyarakat yang bertransaksi melalui layanan *e-commerce* terutama beberapa wilayah yang berada di Jabodetabek (datanesia.id). Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan diatas, maka peneliti merasa tertarik dan termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penerapan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan dan Tingkat Kepercayaan terhadap Pelaku Bisnis *E-Commerce* dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh antara Penerapan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan dan Kepatuhan Pelaku Bisnis *E-Commerce* dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan?
2. Apakah terdapat pengaruh antara Sosialisasi Perpajakan dan Kepatuhan Pelaku Bisnis *E-Commerce* dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Tingkat Kepercayaan dan Kepatuhan Pelaku Bisnis *E-Commerce* dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diajukan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pelaku Bisnis *E-Commerce* dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pelaku Bisnis *E-Commerce* dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara Tingkat Kepercayaan terhadap Kepatuhan Pelaku Bisnis *E-Commerce* dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teori, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada mahasiswa secara khusus dan kepada masyarakat umum terutama para wajib pajak pelaku bisnis *e-commerce*, tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

2. Manfaat Praktis

Peneliti memahami bagaimana pengaruh modernisasi sistem administrasi perpajakan, sosialisasi perpajakan dan tingkat kepercayaan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku bisnis *e-commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan

dan dapat menambah wawasan kepada masyarakat tentang pengaruh modernisasi sistem administrasi perpajakan, sosialisasi perpajakan dan tingkat kepercayaan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku bisnis *e-commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

1.4 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Supaya lebih fokus dan terarah dalam menjawab rumusan dan tujuan penelitian, maka peneliti membatasi ruang lingkup masalah sebagai berikut:

1. Populasi Penelitian

Peneliti ini hanya terbatas pada para pelaku bisnis yang menjalankan usahanya secara *online* pada *platform e-commerce*.

2. Variabel Penelitian

Permasalahan penelitian yang dibahas dibatasi pada pengaruh penerapan modernisasi sistem administrasi perpajakan, sosialisasi perpajakan dan tingkat kepercayaan terhadap kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan sistematika pelaporan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah yang akan menjadi latar belakang dari penelitian ini, selanjutnya disusun rumusan masalah dan dijelaskan tujuan dan manfaat penelitian dan terakhir disusun sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan teori yang menjadi dasar dari penelitian terdahulu, setelah itu diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian, lalu dijadikan dasar dalam pengembangan hipotesis dan analisis penelitian ini, kemudian disebutkan di hipotesis yang ingin diuji dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai populasi dan penentuan sampel penelitian, sumber data dan teknik pengumpulannya, definisi dan pengukuran variabel, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas deskripsi hasil pengolahan data, pengujian hipotesis dan penjelasan yang mendukung dalam rangka pengambilan kesimpulan dalam penelitian. Setelah ini diuraikan mengenai analisa data dari perolehan penelitian yang dilakukan serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian ini yang terdiri atas kesimpulan, saran, dan keterbatasan – keterbatasan penelitian.