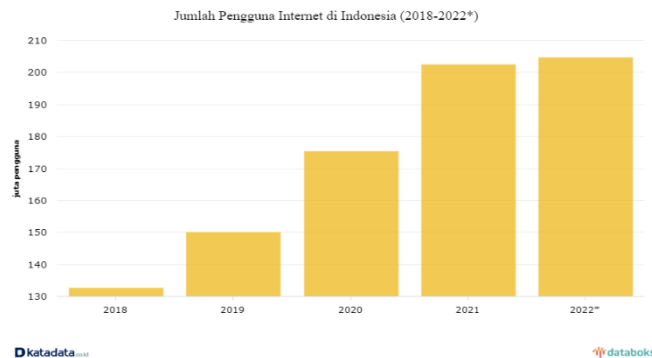


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki masa modern sebagaimana kini, perkembangan teknologi sangat mempengaruhi kehidupan manusia untuk bisa melakukan berbagai aktivitas dengan mudah. Pesatnya perkembangan teknologi, memudahkan manusia untuk melakukan aktivitasnya sehari-hari, seperti bersosialisasi, mendapatkan berbagai informasi bahkan dengan berkembangnya teknologi dapat digunakan sebagai tempat melakukan transaksi perdagangan secara elektronik. Hal ini tentu saja berdampak pada peningkatan jumlah pemakai jejaring sosial dan internet di Indonesia.



Sumber : databoks katadata

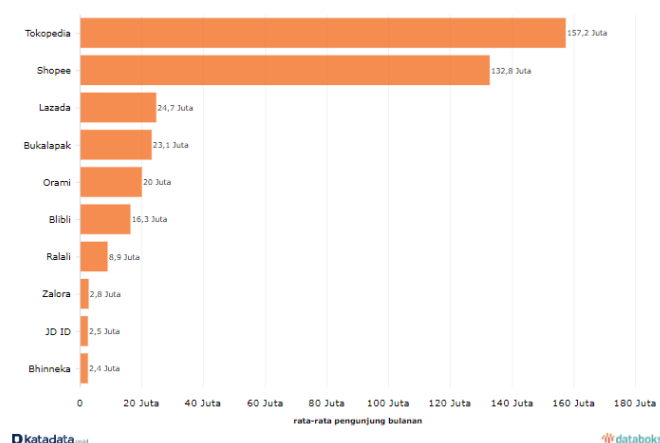
Gambar 1. Jumlah Grafik Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)

Pada 2022, jumlah pemakai internet Indonesia naik 1,03%. Per Januari 2021, terdapat 202,6 juta pemakai internet di Indonesia. Hingga Januari 2022, pemakai internet di Indonesia terbaru mencapai 204,7 juta. Di Indonesia, tren pemakai internet naik selama 5 tahun belakangan. Jumlah pemakai internet secara nasional kini naik 54,25% dari tahun 2018 (*www.databoks.katadata.co.id*).

Data tersebut tentunya menjadi peluang pemanfaatan dalam menggunakan teknologi internet. Perkembangan teknologi internet telah mengubah cara berinteraksi dari pertemuan langsung menjadi pertemuan maya dengan melalui

jejaring internet media sosial. Disamping hal itu, pesatnya pertumbuhan pengguna internet dijadikan potensi untuk ekonomi digital nasional (Maxuel & Primastiwi, 2021).

Perkembangan teknologi ini tentunya memiliki pengaruh besar dalam pertumbuhan bisnis. Dengan berkembangnya teknologi muncul perkembangan bisnis perdagangan secara elektronik yang dikenal dengan istilah bisnis *online*. Proses pemasaran yang dilakukan dikatakan lebih efektif dan efisien dengan memanfaatkan penggunaan media internet yang ada (Ningsih, Maslichah, & Mawardi, 2019). Sarana pemasaran tersebut kini berkembang dengan sebutan *e-commerce*. Menurut Wirdasari (2009) *e-commerce* tidak hanya sekedar menjual barang melalui media internet, tetapi sebuah transisi bagaimana perusahaan mengubah cara aktivitas mereka sehari-hari. *E-commerce* adalah bentuk transaksi perdagangan melalui media elektronik. Munculnya *e-commerce* telah mengubah cara orang berinteraksi dengan mekanisme perdagangan sebagai akibat dari dampak kemajuan teknologi. Dengan kemudahan untuk mengakses *e-commerce* pada saat ini, maka berpengaruh sangat tinggi terhadap minat masyarakat untuk menggunakan *e-commerce* sebagai media bertransaksi.



Sumber : databoks katadata

Gambar 2. Jumlah Rata-Rata Pengunjung Bulanan *E-Commerce* (Kuartal I 2022)

Jika dilihat dari data pengunjung *e-commerce* diatas, paling banyak dikunjungi urutan pertama yaitu Tokopedia dilanjut oleh Shopee, persaingan antara

Salwa Ramadhanty, 2023

PENGARUH PENERAPAN SISTEM E-FILING, PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, SANKSI PERPAJAKAN DAN RELIGIOSITY TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PARA PELAKU BISNIS E-COMMERCE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Akuntansi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

keduanya dapat dikatakan semakin ketat. Kemudian dilanjut oleh *e-commerce* lainnya (www.databoks.katadata.co.id). Transaksi *e-commerce* Indonesia pada kuartal I - 2022 senilai 108,54 triliun, naik 23% dari periode yang sama tahun sebelumnya. Guna mengoptimalkan penerimaan pajak, pemerintah mulai mengatasi peraturan pajak pada transaksi *e-commerce* sebab naiknya pengguna *e-commerce* (www.money.kompas.com). *E-commerce*, menurut William Fox dan Donald Bruce (2009), secara bersamaan sudah memunculkan dua kerugian pajak. Pertama, *e-commerce* merupakan kelanjutan dari penjualan jarak jauh yang tidak pernah dipungut pajak. Kedua, UU pajak dan retribusi daerah terbaru pun tidak berlaku untuk *e-commerce*, yang merupakan pengganti atau perpanjangan. Maka dari itu, banyak pemerintah memandang *e-commerce* sebagai contoh sebab turunya pendapatan negara yang besar (www.pajak.com).

Pajak menempati posisi teratas sebagai pemasok penerimaan negara, target penerimaan yang diproyeksikan dari sektor pajak menunjukkan hal ini. Bagi Indonesia, penerimaan pajak merupakan sumber utama pendanaan baik untuk belanja rutin dan belanja pembangunan (Fajar, 2014). Metode *self assessment* dipakai guna mengumpulkan pajak dari kontribusi wajib pajak.

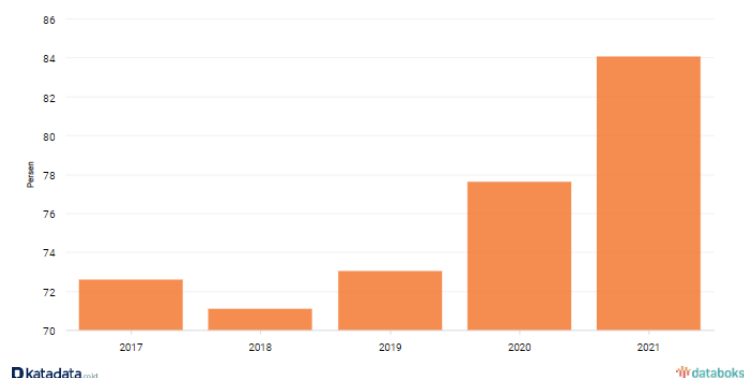
Self assessment ialah sistem yang telah diterapkan Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Sistem *self assessment* mempercayakan wajib pajak dengan tanggung jawab guna menyelidiki dan memberitahukan sendiri kewajiban pajak mereka. Kepatuhan wajib pajak diprioritaskan dalam sistem pajak *self assessment* ini. Sejauh mana wajib pajak mematuhi pemantauan otoritas pajak bisa menetapkan keberhasilan cara ini (Junita, Rohaeni, & Amyati, 2021). Dengan diberlakukannya sistem *self assessment* ini transaksi usaha perdagangan elektronik sulit dikenai pajak, sebab dalam transaksi perdagangan elektronik hanya disediakan bukti transfer, ini tidak menggambarkan proses jual beli, namun hanya mencatat transfer dana dari akun pihak pertama ke akun pihak lain, yang bisa dikenakan pajak (Arisandy, 2017).

Penjual sistem *e-commerce* tunduk pada persyaratan, misalnya mengenai pajak. Dengan keluarnya PMK Nomor 210/PMK.010/2018, kewajiban *marketplace* dalam *e-commerce*, khususnya dalam penerapan pajak. Namun, klausul ini hanya berlaku bagi *dealer*, fasilitator platform pasar, dan penyedia layanan, serta hanya di dalam daerah pabean. Dari pasal 3 dan 4 PMK tersebut jelas “bahwa pedagang,

penyedia jasa, dan mereka yang menggunakan penyedia *platform marketplace* untuk mengirimkan barang dan/atau jasa secara elektronik wajib membayar pajak penghasilan (PPH)”. Pengusaha Kena Pajak (PKP) pedagang wajib pula memungut, menyetor dan melaporkan PPN yang terutang dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), sesuai pasal 5 ayat 1. PMK tersebut berlaku per 1 April 2019, namun pemerintahan yang berwenang Menteri Keuangan Sri Mulyani kemudian membatalkan peraturan ini sebab menimbulkan ambiguitas informasi di masyarakat (Febrianti, Mutaqqin, & Cahyadi, 2021)

Sejak pandemi Covid-19, pemerintah Indonesia telah memberlakukan kembali pajak atas transaksi yang dilakukan pada Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) untuk meningkatkan pemungutan pajak. Pajak PMSE dikenakan sesuai dengan Peraturan Pengganti Nomor 1 Tahun 2020 yang dimuat dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 yang mengatur “Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan Untuk Penanganan Pandemi Covid-19 dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman Yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan Menjadi Undang-Undang” (Wijaya & Nirvana, 2021).

Menurut Pujiwidodo (2016) penerimaan pajak ialah sumber yang sangat utama dalam pembangunan dan investasi guna memakmurkan rakyat. Target realisasi pajak 2022 akan naik antara 18,1%, atau Rp 1.510 triliun, menjadi Rp 1.783,98 triliun. Menurut Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2022, peningkatan penerimaan pajak sebesar 55,7% dengan capaian sebesar 58,5% hingga akhir Juni 2022 mencapai Rp 869,3 triliun (www.menpan.go.id). Untuk mendukung upaya peningkatan penerimaan pajak, kepatuhan wajib pajak diperlukan. Menurut ketentuan, penegakan hukum (*law enforcement*) diperlukan guna menaikkan kepatuhan wajib pajak. Jika dibandingkan dengan kebijakan di bidang perpajakan dengan implementasi di lapangan, penegakan hukum perpajakan masih jauh dari ideal (Fajar, 2014).



Sumber : databoks katadata

Gambar 3. Rasio Kepatuhan Wajib Pajak 2017-2021

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menemukan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak pada saat melaporkan SPT Tahunan tahun 2021 mencapai 84,07% dengan 15,9 juta pelaporan dari 19 juta wajib pajak. Melihat ke belakang selama lima tahun, tingkat kepatuhan pada tahun 2017 adalah 72,58%. Pada 2018, rasio pajak turun menjadi 71,1%, dengan sekadar 12,55 juta wajib pajak dari jumlah 17,65 juta. Tahun 2019, tingkat kepatuhan meningkat hingga 73,06%. 13 juta wajib pajak dari 18,33 juta yang membayar pajak setiap tahun melaporkan SPT. Tingkat kepatuhan pajak kemudian naik menjadi 78% pada tahun 2020. Setahun kemudian, tingkat kepatuhan pajak naik menjadi 84,07% (www.databoks.katadata.co.id). Meskipun angka ini meningkat dari 78% pada tahun sebelumnya, tetapi masih di bawah target standar 85% *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD). Pemerintah terus berusaha menaikkan tingkat kepatuhan pajak dengan standar internasional. Menurut analisis ekonomi yang diterbitkan tahun 2021 oleh OECD, penghasilan kena pajak maksimum wajib pajak juga dipengaruhi oleh peningkatan kepatuhan, yang merupakan salah satu faktor penentuan pada hal ini (Wulandari & Iranisa, 2021).

Dilansir dari www.pajakku.com, terdapat 64,2 juta UMKM atau 99,9% dari populasi pelaku usaha dengan kontribusi atas produk domestik bruto (PDB) sejumlah 61,7%. Teten Masduki menegaskan bahwa meskipun ada peningkatan wajib pajak, UMKM terus memberikan kontribusi pajak dalam jumlah yang sangat rendah. Menurut informasi yang dihimpun Dirjen Pajak Kementerian Keuangan, kontribusi Pajak Penghasilan (PPh) final UMKM berjumlah Rp 7,5

Salwa Ramadhanty, 2023

PENGARUH PENERAPAN SISTEM E-FILING, PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, SANKSI PERPAJAKAN DAN RELIGIOSITY TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PARA PELAKU BISNIS E-COMMERCE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Akuntansi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

triliun atau hanya sekitar 1,1 persen dari total penerimaan PPh secara keseluruhan di tahun yang sama sebesar Rp 711,2 triliun. Salah satu penyebab rendahnya kewajiban pajak UMKM adalah banyak dari mereka yang tidak memiliki pengetahuan dan administrasi perpajakan yang memadai. Hal ini menyulitkan UMKM untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Selain itu, terbatasnya total UMKM yang terdaftar di sistem DJP menjadi salah satu pemicu rendahnya kewajiban perpajakan UMKM. Hanya sebagian kecil dari banyak UMKM yang beroperasi di Indonesia yang terdaftar, mengakibatkan terbatasnya jumlah wajib pajak UMKM yang menyerahkan dan melaporkan pajak.

Menurut Napisah dan Khuluqi (2022) penerimaan pajak UMKM *e-commerce* masih di bawah 100%. Kegagalan ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi pajak, sanksi pajak yang lemah dan kesadaran wajib pajak. Kepatuhan pelaku usaha UMKM masih rendah. Hanya sekitar 2,5 persen dari 60 juta unit UKM di Indonesia, atau hanya 1,5 juta, yang melaporkan pajak.

Pada dasarnya untuk mengatasi masalah terkait penerimaan pajak dapat diatasi dengan beberapa aspek yang berdampak bagi tingkat kepatuhan wajib pajak guna melaporkan serta menyetorkan pajaknya. Menurut Junita et al. (2021) kepatuhan wajib pajak sangat berperan penting untuk ikut mempertahankan sumber pendapatan negara. Kepatuhan wajib pajak ialah kondisi saat wajib pajak tepat waktu dalam mengerjakan kewajiban terkait pajaknya (Latief, Junaidin Zakaria, & Mapparenta, 2020).

Beberapa faktor dapat berpengaruh bagi kepatuhan wajib pajak. Salah satu contoh bagaimana kemajuan teknologi dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah penerapan sistem *e-filing*. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) memberlakukan reformasi perpajakan seiring dengan kemajuan teknologi, dan hasil akhirnya ialah *e-filing*. Menurut Peraturan DJP Nomor: PER-26/PJ/2012, *electronic filing* (atau "*e-filing*") ialah teknik pelaporan SPT secara elektronik melalui portal DJP (www.pajak.go.id).

Menurut Pasal 3 UU No. 28 Tahun 2007, SPT ialah syarat bagi wajib pajak: "Setiap Wajib Pajak wajib mengisi Surat Pemberitahuan dengan benar, lengkap, dan jelas, dalam bahasa Indonesia dengan menggunakan huruf Latin, angka Arab, satuan mata uang Rupiah, dan menandatangani serta menyampaikannya ke kantor

Direktorat Jenderal Pajak tempat Wajib Pajak terdaftar atau dikukuhkan atau tempat lain yang ditetapkan oleh Direktur Jenderal Pajak."

Neilmaldrin Noor, Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Humas DJP, mengklaim 11,46 juta wajib pajak telah melaporkan SPT per 31 Maret 2022 pukul 00.01 WIB. Jika dibandingkan dengan SPT yang dilaporkan hingga 31 Maret 2021, terjadi peningkatan sebesar 0,03%. 11,46 juta itu meliputi 294,25 ribu SPT bagi wajib pajak badan dan 11,16 juta SPT bagi wajib pajak orang pribadi. Sementara hanya 4% dari SPT yang dilaporkan secara manual, hingga 96% dilaporkan secara elektronik melalui *e-forms*, *e-filing*, dan *e-SPT* (www.mediaindonesia.com).

Pengenalan *e-filing* seharusnya akan memudahkan wajib pajak melaporkan pajaknya. Guna menghemat waktu serta biaya yang diperlukan guna mengisi, menghitung, dan melaporkan SPT, wajib pajak bisa menuntaskan pelaporan pajaknya kapan pun serta dimana pun. Hal ini sejalan dengan studi sebelumnya yang telah dilaksanakan Junita et al. (2021), Supriatiningsih dan Jamil (2021), Wahyudi (2021), Safitri dan Silalahi (2020) dan Lado dan Budiantara (2018) bahwasanya penerapan sistem *e-filing* berpengaruh atas tingkat kepatuhan wajib pajak. Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya oleh Triyani dan Effendi (2020), Shelvi (2019) serta Solekhah dan Supriono (2018) yang tidak menemukan hubungan antara kepatuhan wajib pajak dengan penerapan sistem *e-filing*.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak ialah pemahaman terhadap peraturan perpajakan. Tentu saja, begitu seorang wajib pajak mendaftar, ia harus menyadari tanggung jawabnya. Oleh karena itu, memiliki pemahaman yang mendalam tentang undang-undang perpajakan akan membantu wajib pajak memenuhi kewajibannya (Kesumasari & Suardana, 2018). Wajib pajak yang berpengetahuan tentang aturan perpajakan akan berupaya mematuhi semua kewajiban perpajakannya daripada melanggarnya, sebab akan merugikan. Tingkat pengetahuan yang dimiliki setiap wajib pajak akan berdampak pada bagaimana mereka berperilaku dalam membayar pajak. Sejauh mana seorang wajib pajak menaati peraturan perpajakan akan tergantung pada tingkat pengetahuan pajak mereka. Hal ini dikuatkan oleh riset terdahulu yang dilaksanakan Ma'ruf dan Supatminingsih (2020), Sabila dan Furqon (2020), Sumatriani et al. (2019),

Asrinanda (2018), As'ari dan Erawati (2018), Kesumasari dan Suardana (2018) dan Nurkhin et al. (2018) bahwasanya pemahaman peraturan pajak mempunyai pengaruh positif atas kepatuhan wajib pajak. Namun hasil riset itu berbanding terbalik dengan hasil dari Widyanti et al. (2021), Meutia et al. (2021), Cindytia et al. (2020), Safitri dan Silalahi (2020), Ningsih et al. (2019), Solekhah dan Supriono (2018) dan Arisandy (2017) bahwasanya pengetahuan tentang peraturan perpajakan tidak berpengaruh atas kepatuhan wajib pajak.

Selain kedua faktor tersebut, sanksi pajak ialah contoh faktor yang berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak. Sanksi bisa dianggap sebagai semacam hukuman sebab melanggar hukum. Menurut Pujiwidodo (2016) terpenuhinya kewajiban perpajakan disebabkan dengan dilaksanakannya sanksi perpajakan yang berlaku. Sanksi administratif terhadap wajib pajak berupa denda, beban bunga, atau pengenaan tarif pajak yang dinaikkan. Konsekuensi pidana terhadap wajib pajak termasuk sanksi pidana. Sanksi pajak adalah kekuatan luar yang mempunyai kapasitas dalam membujuk atau mendesak wajib pajak guna mengikuti peraturan yang relevan. Hal ini selaras dengan riset terdahulu dari Mulyati dan Ismanto (2021), Cindytia et al. (2020), Rianty dan Syahputepa (2020), Sabila dan Furqon (2020), Triyani dan Effendi (2020), As'ari dan Erawati (2018), Solekhah dan Supriono (2018) dan Arisandy (2017), menunjukkan bahwasanya sanksi pajak mempunyai pengaruh atas kepatuhan wajib pajak, maka semakin berat sanksi pajak, semakin patuh wajib pajak. Namun, pernyataan ini berlainan dengan hasil riset dari Widyanti et al. (2021), Maxuel dan Primastiwi (2021), Supriatiningsih dan Jamil (2021) dan Ma'ruf dan Supatminingsih (2020) bahwasanya sanksi pajak tidak berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak.

Selain itu, faktor lainnya yang berdampak pada kepatuhan pajak ialah *religiosity*. Hubungan antara manusia dengan prinsip-prinsip agama yang dianutnya disebut *religiosity*. Setiap agama berupaya mengelola perilaku positif dan mencegah perilaku yang tidak diinginkan. Komitmen beragama digunakan sebagai variabel kritis untuk menilai *religiosity* individu berdasarkan penerapan prinsip, keimanan, dan pelaksanaan keagamaan pada kehidupan, termasuk kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan (Karmanata & Setiawan, 2019). Peran religiusitas diyakini dapat mendorong perilaku yang baik, mencegah perilaku kepatuhan pajak

yang negatif melalui keyakinan agama yang kuat, dan mendesak wajib pajak guna taat dalam menjalankan kewajibannya. Sehingga konteks tersebut sesuai dengan kajian studi Agustina dan Umaimah (2022), Karmanata dan Setiawan (2019), Dwi Purwadi dan Setiawan (2019), Hanifah dan Yudianto (2019) dan Benk et al. (2016) yang membuktikan bahwasanya *religiosity* mempunyai dampak atas ketaatan wajib pajak, namun pernyataan tersebut berlawanan dengan hasil penelitian dari Faisal dan Yulianto (2019) bahwa *religiosity* tidak memiliki pengaruh atas kepatuhan wajib pajak.

Mengacu pada latar belakang, fenomena yang terjadi, dan inkonsistensi hasil riset sebelumnya yang sudah dilakukan oleh para peneliti, maka penelitian ini menarik bagi peneliti. Penelitian ini mengacu pada peneliti terdahulu dari Arisandy (2017) yang memakai dua variabel independen yang sama, yaitu sanksi perpajakan dan pemahaman atas peraturan perpajakan. Perbedaan dalam penelitian ini ialah hasil dari memperhatikan rekomendasi yang dibuat oleh peneliti sebelumnya, yaitu menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yaitu penerapan sistem *e-filing* dan *religiosity*. Serta ruang lingkup penelitian yang lebih luas yaitu wajib pajak orang pribadi yang aktif menjadi pelaku bisnis *e-commerce* di wilayah JABODETABEK.

Dari alasan yang sudah dituliskan, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penerapan Sistem *E-Filing*, Pemahaman Peraturan Pajak, Sanksi Perpajakan Dan *Religiosity* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Para Pelaku Bisnis *E-Commerce*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah yang dapat dirumuskan, yaitu:

1. Apakah penerapan sistem *e-filing* berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak para pelaku bisnis *e-commerce*?
2. Apakah pemahaman peraturan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak para pelaku bisnis *e-commerce*?
3. Apakah sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak para pelaku bisnis *e-commerce*?

4. Apakah *religiosity* berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak para pelaku bisnis *e-commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Capaian tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah penerapan sistem *e-filing* berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak para pelaku bisnis *e-commerce*.
2. Untuk mengetahui apakah pemahaman peraturan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak para pelaku bisnis *e-commerce*.
3. Untuk mengetahui apakah sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak para pelaku bisnis *e-commerce*.
4. Untuk mengetahui apakah *religiosity* berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak para pelaku bisnis *e-commerce*.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat, yakni:

1. Aspek Teoritis

Secara teoritis, diharapkan bahwa temuan penelitian ini bisa dijadikan bukti empiris, literatur baru yang relevan, dan pertimbangan bagi peneliti masa depan untuk melihat aspek-aspek yang berdampak bagi kepatuhan wajib pajak, khususnya para pelaku bisnis *e-commerce*.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi Wajib Pajak Para Pelaku Bisnis *E-Commerce*

Hasil penelitian ini dapat membuat wajib pajak lebih patuh dalam memenuhi kewajibannya dan memberikan wawasan lebih luas mengenai pemahaman terkait perpajakan.

- b. Bagi Direktorat Jenderal Pajak

Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini bisa memberikan referensi kepada Direktorat Jenderal Pajak (DJP) selaku regulator pajak mengenai kebijakan terkait dengan pajak pada kegiatan usaha yang berbasis elektronik, serta untuk meningkatkan penerimaan pajak pada sektor perdagangan elektronik.