

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia beberapa tahun ini mengalami peningkatan cukup pesat. Sampai saat ini, tercatat lebih dari 1.500 *Start-Up* di Indonesia. Pada 2016, Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo) Republik Indonesia (RI) mencatat ada sekitar 93,4 juta pengguna internet di Indonesia. Sedangkan, pengguna *smartphone* ada sekitar 80 juta. Hal ini memberikan peluang baru untuk beberapa sektor, salah satunya ialah di bidang perpajakan.

Rao (2000) menyampaikan bahwa meningkatnya jumlah pengguna internet yang berdampak pada meningkatnya omset perdagangan elektronik ini nyatanya menimbulkan beberapa masalah dalam bidang keuangan, salah satunya adalah pajak penjualan internet. Perdagangan elektronik yang tidak mengenal batas geografis menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana peraturan perpajakan dalam mengantisipasi adanya penghasilan dari Transaksi *E-Commerce*, karena tanpa adanya regulasi perpajakan yang tepat atas Transaksi *E-Commerce*, karena tanpa adanya regulasi perpajakan yang tepat atas Transaksi *E-Commerce* menyebabkan potensi penerimaan pajak atas Transaksi *E-Commerce* dapat menjadi hilang dan tingkat pengetahuan pelaku *E-Commerce* yang rendah karena

kurangnya informasi daaan sosialisasi dari KPP setempat kepada pelaku *E-Commerce* yang membuat hilangnya pendapatan pajak dari *E-Commerce* dan kepatuhan wajib pajak menjadi rendah.

Meningkatnya perkembangan Bisnis *E-Commerce* ini membuat peneliti tertarik untuk menyelidiki sejauh mana para pelaku bisnis *online* ini memahami tentang kegiatan bisnis yang mereka lakukan dan juga pemahaman dalam membayar pajaknya sebagai kepatuhan wajib pajak atas kegiatan transaksi bisnis *online*.

Penarikan pajak atas Transaksi Bisnis *E-Commerce* bertujuan untuk menerapkan keadilan bagi semua Wajib Pajak dan juga untuk meningkatkan kepatuhan dalam membayar pajak, baik konvensional maupun *E-Commerce*. Seperti dilansir laman resmi <http://www.pajak.go.id/>, pada dasarnya kewajiban Wajib Pajak pelaku bisnis *E-Commerce* dan konvensional tidak berbeda dengan peraturan pajak lainnya. Kepala Badan Kebijakan Fiskal (BKF) Kementerian Keuangan Suahasil Nazara memastikan pengenaan pajak terhadap transaksi elektronik (*E-Commerce*) akan berkaitan dengan tata cara, bukan kepada pengenaan pajak jenis baru.

Menurut Wijaya (2013) agar Transaksi *E-Commerce* dapat dipungut pajak dan dapat diselenggarakan dalam kondisi yang ideal, maka pihak pemerintah dalam hal ini Kementerian Keuangan sebaiknya membuat suatu kebijakan/peraturan mengenai prosedur transaksi online yang melibatkan minimal

pihak-pihak seperti Penjual, Konsumen, Penjamin Keotentikan Data Penjual dan Pembeli, Payment Gateway dan bank Pembayaran.

Kemajuan teknologi informasi juga memberikan pengaruh secara tidak langsung dalam pemenuhan Pajak Penghasilan. Hal ini dikarenakan dengan kemajuan teknologi informasi salah satunya memunculkan adanya Bisnis Online atau *E-Commerce* dan juga Transaksi *E-Commerce* sehingga meningkatkan jumlah pajak atas penjualan tersebut. Transaksi *E-Commerce* sekarang ini menjadi bahan perbincangan karena Transaksi *E-Commerce* sering digunakan oleh pelaku Wajib Pajak yang melakukan kegiatan usahanya. Hal ini karena dengan semakin majunya teknologi berarti juga menjadi sarana yang menguntungkan bagi Wajib Pajak dalam melakukan kegiatan usaha online. Contohnya dengan melakukan penjualan barang dagangan dengan memanfaatkan media elektronik melalui jejaring sosial berupa Tokopedia, Zalora, Facebook, Elevenia, Lazada, atau Website yang dibuat sendiri untuk kegiatan usaha dan lain-lain. Kriteria Wajib Pajak Patuh sebagaikondisi ideal menurut Keputusan Menteri Keuangan No.544/KMK.04/2000 adalah:

1. Tepat waktu dalam pembayaran pajaknya.
2. Tidak melakukan penundaan secara sengaja.
3. Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di bagian perpajakan dalam jangka waktu 10 tahun terakhir.

Baum (1999) menyatakan bahwa *E-Commerce* sebagai suatu set teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang dinamis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. *E-Commerce*

merujuk pada semua bentuk transaksi komersial yang menyangkut organisasi dan individu yang didasarkan pada proses dan transmisi data yang digitalisasikan, termasuk teks, suara dan gambar. Termasuk juga pengaruh bahwa pertukaran informasi komersial secara elektronik yang mungkin terjadi antara institusi pendukungnya dan aktivitas komersial pemerintah. Ini termasuk antara lain manajemen organisasi, negosiasi dan kontrak komersial, legal dan kerangka regulasi, penyusunan perjanjian keuangan, dan pajak satu sama lain. *Electronic Commerce* (Perniagaan Elektronik), sebagai bagian dari *Electronic Business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*).

Fenomena pertama, yang terjadi saat ini menurut Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan menyampaikan bahwa pasar *E-Commerce* berkembang pesat di Indonesia namun baru segelintir pelaku *E-Commerce* yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) yang artinya belum mendaftarkan diri atau melapor sebagai Wajib Pajak atas Kepatuhan Wajib Pajak. Menurut data yang diperoleh dari Direktorat Jenderal Pajak ada 1.600 (seribu enam ratus) sampling (pelaku *E-Commerce*) yang dicoba, dari jumlah itu ada 600 (enam ratus) yang belum teridentifikasi dan 1.000 (seribu) sudah teridentifikasi. Dari 1.000 (seribu) pelaku usaha baru 620 (enam ratus dua puluh) yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Dari yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) itu sebagian besar sudah melapor tapi tidak diketahui dilaporkannya itu sudah sesuai fakta yang terjadi pada saat bertransaksi. Dengan demikian, bisa terlihat Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce* di Indonesia masih sangat rendah.

Fenomena kedua, bisnis di Indonesia sedang berkembang dan akan lebih berkembang lagi tetapi jumlah realisasi pajak yang didapat masih jauh dari target pajak yang telah ditentukan. Dimulai dari bisnis secara konvensional hingga bisnis secara online atau dikenal dengan istilah *E-Commerce*. Perkembangan bisnis *E-Commerce* di Indonesia sangat melesat dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Menurut hasil riset yang diprakarsai oleh Asosiasi E-commerce Indonesia (IDEA), Google Indonesia dan TNS (Taylor Nelson Sofres) memperlihatkan bahwa bisnis *E-commerce* di Indonesia tahun 2013 nilai pasarnya mencapai US\$ 8 miliar (Rp 94,5 Triliun) dan pada Tahun 2016 diperkirakan akan naik menjadi tiga kali lipat sebesar US\$ 25 miliar (Rp 295 Triliun). Namun menurut Direktorat Jenderal Pajak tingkat Kepatuhan Wajib Pajak yang berasal dari Transaksi *E-Commerce* belum sebanding dengan jumlah Pelaku *E-Commerce* yang ada, dan Kementerian Komunikasi dan Informasi juga menyebutkan nilai Transaksi *E-Commerce* tahun 2014 sebesar US\$12 miliar (Rp 150 Triliun). Perkiraan tersebut didasari dengan seiring meningkatnya jumlah pengguna internet yang mencapai angka 82 juta orang atau sekitar 30% dari total jumlah penduduk di Indonesia. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya kepatuhan masyarakat Indonesia salah satunya adalah Pelaku Bisnis *E-Commerce* sebagai Wajib Pajak dalam membayar pajak dan melaporkan SPTnya atas Transaksi *E-Commerce* sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kota Bandung adalah salah satu dari kota terbesar di Indonesia yang dikenal sebagai kota belanja, sangat memungkinkan dengan banyaknya bisnis, salah satunya adalah bisnis *E-Commerce*. Peningkatan pendapatan dan pelapor

wajib pajak pada KPP Pratama Cibeunying selama empat tahun dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1

Penerimaan pajak pada KPP Pratama Cibeunying

Tahun	Penerimaan Pajak
2012	Rp. 901.720.938.163
2013	Rp. 1.420.079.590.949
2014	Rp. 1.632.748.078.052
2015	Rp. 2.296.922.938.312

Sumber: KPP Pratama Cibeunying (2016).

Berdasarkan data di atas menunjukkan kenaikan pendapatan pajak setiap tahunnya. Pada tahun 2014 penerimaan pajak *E-Commerce* belum dilakukan tetapi pada tahun 2015 penerapan pajak *E-Commerce* mulai diberlakukan. Kenaikan pajak ini disinyalir dari kesadaran wajib pajak sebagai pelaku bisnis *E-Commerce* di KPP Cibeunying sepanjang transaksi tahun 2015. Tetapi untuk meningkatkan pendapatan pajak sebagai Kepatuhan Wajib Pajak atas transaksi bisnis online ini masih belum dapat sepenuhnya petugas pajak menindaklanjutinya lebih tegas untuk menarik tarif pajak yang diberlakukan di Negara kita, karena adanya kendala dengan jaringan internet, tidak semua batas wilayah kenegaraan dapat terhubung, sehingga dapat menyulitkan dalam penetapan besaran pungutan pajak yang berlaku di wilayah transaksi. Sehingga sampai saat ini hanya sedikit yang membayar pajak dari kegiatan ini. Tidak

menutup kemungkinan sebenarnya masih banyak Wajib Pajak atau PKP yang tidak patuh karena tidak melaporkan kewajibannya ke Dirjen Pajak. Walaupun dalam beberapa tahun terakhir kegiatan bisnis jual beli produk melalui system jaringan internet atau "*online*" berkembang sangat pesat, namun belum banyak pelaku bisnis itu yang melaporkan pajak usahanya. (Agus Mulyono:2012).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nadia Muljadi (2017) yang berjudul“(X) Pengaruh Tingkat Pengetahuan Para Pemilik *E-Commerce* di Kota Bandung Mengenai Peraturan Pajak Atas Transaksi *E-Commerce* (Y) Terhadap Tingkat Kepatuhan Pembayaran Pajak Atas Transaksi *E-Commerce*”.

Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah adanya perbedaan dimensi dimana penelitian terdahulu menggunakan dimensi menurut teori dari Keraf dan Dua (2001:33) yang mengelompokan Tingkat Pengetahuan berdasarkan tingkatan ‘tahu akan’, ‘tahu bahwa’, dan ‘tahu bagaimana’. Sedangkan dalam penelitian ini Tingkat Pengetahuan diukur dengan menggunakan dimensi dari teori menurut Nugroho dan Zulaikha (2012 : 23) bahwa wajib pajak mengetahui bagaimana peraturan perpajakan yaitu sebagai berikut:

- a. Pengertian Umum.
- b. Tata Cara Pembayaran Pajak.
- c. Nomor Pokok Wajib Pajak.
- d. Penagihan Pajak.
- e. Pembukuan dan Pencatatan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai masalah tersebut dengan judul:

**“PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN PELAKU BISNIS
E-COMMERCE MENGENAI PERATURAN PAJAK ATAS TRANSAKSI
E-COMMERCE TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK”.**

(Penelitian dilakukan pada Pemilik Bisnis *E-Commerce* di Kota Bandung)

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Sesuai uraian latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Masih banyak pelaku bisnis *E-Commerce* yang belum mendaftarkan dan melaporkan sebagai wajib pajak.
2. Penyebabnya rendahnya kepatuhan masyarakat Indonesia salah satunya (pelaku bisnis *E-Commerce*) dalam membayarkan pajaknya ataupun dalam melaporkan SPTnya.
3. Dampak dari rendahnya masyarakat dalam membayarkan pajak dan melaporkan SPTnya mengakibatkan rendahnya jumlah kepatuhan wajib pajak dan belum sebanding dengan jumlah pelaku usaha *E-Commerce*.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Tingkat Pengetahuan Pelaku Bisnis *E-Commerce* mengenai Peraturan Pajak atas Transaksi *E-Commerce*.
2. Bagaimana Kepatuhan Pelaku Bisnis *E-Commerce* dalam Membayar Pajak atas Transaksi *E-Commerce*.
3. Bagaimana Pengaruh Tingkat Pengetahuan Pelaku Bisnis *E-Commerce* sebagai Wajib Pajak Mengenai Peraturan Pajak atas Transaksi *E-Commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak di Kota Bandung.

1.3 Maksud & Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah peneliti ingin memperoleh data untuk mengetahui sejauh mana pelaku sekaligus sebagai pemilik bisnis *E-Commerce* yang ada di Kota Bandung mengetahui tentang peraturan pajak atas transaksi *E-Commerce* dalam kepatuhan membayar pajak sebagai Wajib Pajak atas kegiatan bisnis *E-Commerce* mereka selama ini.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Tingkat Pengetahuan Pelaku Bisnis *E-Commerce* mengenai Peraturan Pajak atas Transaksi *E-Commerce*.
2. Untuk mengetahui Kepatuhan Pelaku Bisnis *E-Commerce* dalam Membayar Pajak atas Transaksi *E-Commerce*
3. Untuk mengetahui Pengaruh Tingkat Pengetahuan Pelaku Bisnis *E-Commerce* sebagai Wajib Pajak Mengenai Peraturan Pajak atas Transaksi *E-Commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktisi

Sebagai tambahan informasi mengenai Pengaruh Tingkat Pengetahuan Pelaku Bisnis *E-Commerce* mengenai Peraturan Pajak atas Transaksi *E-Commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan lebih bagi Pemilik Bisnis *E-Commerce* tentang Kepatuhan dalam membayar pajak sebagai Wajib Pajak atas kegiatan bisnis yang mereka lakukan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Peneliti

Melalui penelitian dengan melakukan analisis terhadap Pengaruh Tingkat Pengetahuan Pelaku Bisnis *E-Commerce* mengenai Peraturan Pajak atas Transaksi *E-Commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Pemilik Bisnis *E-Commerce* di Kota Bandung, peneliti (yang pada saat melakukan penelitian ini belum menjadi Pemilik *E-Commerce*) berharap agar wawasan peneliti mengenai Peraturan Pajak atas Transaksi *E-Commerce* bertambah, sehingga dapat berguna bila kelak Peneliti hendak mengikuti jejak Para Pemilik *E-Commerce*.

2. Bagi Masyarakat (Pembaca)

Melalui penelitian dengan melakukan analisis terhadap Pengaruh Tingkat Pengetahuan Pelaku Bisnis *E-Commerce* mengenai Peraturan Pajak atas Transaksi *E-Commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Pemilik Bisnis *E-Commerce* di Kota Bandung, diharapkan Pemilik *E-Commerce* yang apabila sebelumnya belum pernah mendengar tentang Pajak atas Transaksi *E-Commerce* menjadi mengetahui atau paham mengenai pajak apa yang harus dibayarkan bila melakukan Transaksi *E-Commerce*. Sebaliknya bagi Pemilik Bisnis *E-Commerce* yang telah mendengar atau mengetahui sebelumnya, diharapkan menjadi lebih paham mengenai pajak yang harus dibayarkan bila melakukan Transaksi *E-Commerce* dan lebih tertarik untuk menjadi 'Wajib Pajak Patuh' karena memiliki fasilitas

yang lebih baik. Bagi masyarakat (Pembaca) yang belum mejadi pelaku Transaksi *E-Commerce* juga diharapkan dapat menjadi panduan bila kelak hendak menjadi pelaku Transaksi *E-Commerce*.

3. Bagi Pemerintah

Melalui penelitian dengan melakukan analisis tentang Pengaruh Tingkat Pengetahuan mengenai Peraturan Pajak atas Transaksi *E-Commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Pelaku sekaligus Pemilik Bisnis *E-Commerce* di Kota Bandung, Pemerintah diharapkan dapat melihat keefektifan penyebaran peraturan yang telah mereka buat. Dengan melakukan penyebaran peraturan secara efektif, diharapkan Jumlah “Wajib Pajak Patuh” meningkat, sehingga Penerimaan atau Pendapatan Negara dalam sektor Pajak juga meningkat.