

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan sebuah gerakan yang legal dan secara harfiah sangat didukung oleh agama Islam,¹ sampai dahulu telah dipraktikkan oleh Rasulullah juga sahabatnya pada masa lalu.² Perdagangan di masa lalu dilakukan dengan berinteraksi secara langsung antara pembeli dan penjual di dalam sebuah pasar atau suatu tempat dengan menggunakan metode barter maupun pembayaran melalui uang logam dan kertas, namun dewasa ini seiring dengan peningkatan waktu saat ini yang tidak dapat disangkal dengan maraknya internet, aktifitas perdagangan bisa dilakukan secara *online* dengan menggunakan berbagai media yang disediakan oleh masing-masing perusahaan saat ini.³

Memasuki era digital industri 4.0, perkembangan *technology* saat ini menjadi perhatian besar bagi tatanan hidup manusia. Pendapat demikian dapat dibuktikan dengan semakin meningkatnya proses perkembangan *technology* tersebut, peningkatan ini dapat ditandai oleh semakin luasnya masyarakat dunia yang mulai memakai jejaring internet. Menteri Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) memberikan pernyataan bahwa saat ini masyarakat Indonesia yang memakai internet telah menghinggapi angka 202,6 juta dengan total persentase sebesar 73 persen dari jumlah keseluruhan penduduk Indonesia yaitu sebanyak 274 juta jiwa, hal demikian meningkat sebesar 11 persen dari tahun sebelumnya. Sehingga dengan begitu Indonesia saat ini berada di posisi ke-4 pengguna jejaring internet terbanyak di dunia.⁴

Web memiliki banyak administrasi dengan kapasitas yang berbeda, dan situs yang paling banyak digunakan saat ini adalah hiburan berbasis web. Hiburan berbasis web mengacu pada berbagai administrasi berbasis web dan

¹Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2013).

²Mustafa Kamal Rokan, *Bisnis Ala Nabi Teladan Rasulullah SAW Dalam Berbisnis* (Yogyakarta: Penerbit Bunyan, 2013).

³K Kamilah et al., "Pemulihan Pendapatan UMKM Di Era Pandemi Melalui Digital Marketing," *Mukadimah (Jurnal Pendidikan, Sejarah dan Ilmu-ilmu Sosial* 5, no. 1 (2021): 32–36.

⁴Pratiwi Agustini, "Warganet Meningkatkan Indonesia Perlu Tingkatkan Nilai Budaya Di Internet," *Kemkominfo*, last modified 2021, accessed October 25, 2021, <https://id.apitika.kominfo.go.id/Warganet-Meningkat-Indonesia-Perlu-Tingkatkan-Nilai-Budaya-di-Internet>.

portabel yang memberdayakan individu untuk mengambil bagian dalam perdagangan berbasis web, menyumbangkan konten yang diproduksi klien, atau bergabung dengan jaringan online. Media berbentuk *online* pada kenyataannya mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang begitu pesatnya, hal demikian dapat dibuktikan dengan semakin bertambahnya bentuk *media social* seperti *whatsapp*, *facebook*, *Instagram*, *twitter*, dan masih banyak lagi.⁵

Dampak dari web sangat besar, sampai-sampai mempengaruhi cara hidup individu. Saat ini, hampir tidak ada yang terlepas dari pengaruh web, kehadiran web juga menambah perubahan dalam desain korespondensi individu. Tidak hanya individu di wilayah metropolitan yang dapat memanfaatkan web, namun individu yang berdomisili di wilayah provinsi juga dapat menggunakan web sebagai mekanisme pelacakan data.⁶ Tentunya interaksi tersebut dapat menyokong terciptanya inovasi baru untuk memindahkan segala bentuk aktivitas dari dunia nyata ke dalam dunia maya (internet), begitu pula halnya dengan aktivitas jual beli. Itulah yang menyebabkan kemunculan sebuah inovasi baru dari transaksi secara langsung ke bentuk transaksi *digital*, dan dapat dikatakan sebagai *E-commerce*.⁷

Bisnis online sebagian besar waktu ditandai sebagai kursus perdagangan, tenaga kerja dan produk dengan melibatkan kerangka elektronik sebagai media, seperti ponsel, TV, PC/PC, mesin teller terprogram (ATM), web, transmisi media/stasiun asosiasi. sama seperti organisasi telepon umum, organisasi PC/PC, organisasi PC portabel, dan semacamnya. Kegiatan jual beli yang dilakukan secara *online* ini memang menghasilkan lebih banyak keuntungan baik dari sisi produsen/pedagang maupun bagi para konsumen/pembeli hingga pada akhirnya, penggunaan internet dalam

⁵Novi Asri Maharani, *Information Overload Pada Pengguna Media Sosial (Studi Kualitatif Tentang Information Overload Pada Pengguna Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa S1 Reguler Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2012/2013 Sampai 2015/2016 Universitas Sebelas Maret)* (Surakarta: UPT Perpustakaan Universitas Sebelas Maret, 2016).

⁶Ester Krisnawati, "Pola Penggunaan Internet Oleh Kalangan Remaja Di Kabupaten Semarang," *Jurnal Penelitian Sosial* 4, no. 2 (2015): 319–350.

⁷Romindo et al., *E-Commerce: Implementasi, Strategi Dan Inovasinya* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019).

melaksanakan aktivitas transaksi masih sangat banyak sekali dan diperkirakan pula dapat menggantikan aktivitas transaksi yang masih memakai alur transaksi konvensional yakni suatu kegiatan transaksi yang mana pembeli ataupun penjual saling berhadapan dan bertemu secara langsung untuk melaksanakan suatu transaksi jual beli.⁸

Beragam penyedia jasa internet dan telekomunikasipun turut serta berperan, atau bisa kita artikan dengan sebuah operator yang dapat memberikan layanan untuk berkomunikasi dan mengakses internet, sehingga masyarakat bisa dengan gampang melaksanakan transaksi *online* dari sebuah perangkat *mobile*. Tidak hanya penyedia layanan internet berbagai pihakpun turut ikut dalam membantu dan mendukung proses transaksi *online* yang dilakukan tersebut. Seperti pada saat akan melakukan pembayaran, pembeli/konsumen dapat menggunakan layanan *E-Banking*/transfer *online* yang dimiliki oleh Bank tertentu terhadap jumlah biaya yang harus dibayarkan oleh seorang pembeli/konsumen.

Pertumbuhan aktivitas transaksi *e-commerce* telah menjadi objek perhatian pemerintah, Selain itu, sudut penilaian pajak dalam tindakan ini sudah mulai diarahkan untuk meningkatkan mata air pembayaran negara mulai sekarang, di mana pengeluaran saat ini mungkin merupakan jenis penerimaan terbesar di Indonesia.⁹ UU nomor 28 tahun 2007 mengatakan bahwasanya pajak merupakan sebuah kewajiban yang mesti dibayarkan pada negara oleh orang dan badan/organisasi yang sifatnya paksaan sesuai apa yang tertera pada peraturan perundangan, serta tidak mendapatkan manfaat dalam waktu dekat dan dimanfaatkan bagi memenuhi keperluan negara untuk menjaga secara utuh kemakmuran rakyat. Sehingga diharapkan pajak dapat menumbuhkan keadilan dan kemakmuran bagi masyarakat.¹⁰

⁸Mohammad Aldrin Akbar and Sitti Nur Alam, *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020).

⁹Hendra Harmain, Aqwa Naser Daulay, and Debby Tamara Enre, "Analisis Value For Money Anggaran Pendapatan Pada Pemerintah Kota Medan," *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (2020): 1–24.

¹⁰Rahmat Hidayat Kubis, *Pajak Penghasilan – Teori, Kasus Dan Aplikasi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018).

Dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social* yang merupakan perusahaan media di Inggris, bekerjasama dengan *Hootsuite* menerangkan bahwa saat ini Indonesia memiliki pengguna media sosial sebanyak 170 juta orang atau setara dengan 61,8% dari total penduduk di Indonesia, dengan rata-rata menggunakan internet setiap hari selama 8 jam 52 menit melalui perangkat apapun Selanjutnya, secara normal memanfaatkan hiburan online selama 3 jam 41 menit secara konsisten melalui *gadget* apapun. Ini menunjukkan begitu banyak waktu yang digunakan dalam mengakses internet di setiap harinya, sekarang instagram merupakan salah satu media *online* yang sangat terkenal di Indonesia yakni sebanyak 85 juta pemakai/pengguna yang tersebar di berbagai wilayah.¹¹

Didasari oleh data yang diperoleh dari Kementrian Koperasi UKM, bahwasanya dari 64,2 juta UMKM yang berada di Indonesia sebanyak 14,5 juta UMKM di Indonesia telah bergabung dan menggunakan aplikasi perdagangan elektronik¹². Hal demikian menunjukkan pada kita bahwa bisnis yang dilakukan melalui *e-commerce* akan semakin menjanjikan. Perkembangan bisnis *e-commerce* ini awalnya disebabkan oleh kebiasaan konsumen dalam penggunaan media sosial yang lama-kelamaan semakin meningkat sehingga pada akhirnya menghasilkan situs *online shopping* untuk membeli berbagai macam barang dan jasa terutama yang susah untuk ditemukan secara langsung.¹³

Sebuah pengakuan yang disampaikan oleh menteri keuangan RI menerangkan bahwa penerimaan PPN yang signifikan untuk penukaran melalui *Electronic Framework* (PMSE) atau dikenal dengan bisnis berbasis web hingga permulaan september 2021 menembus angka 3,5 triliun, meningkat 40% dibandingkan dengan bulan sebelumnya periode menjelang akhir agustus sebesar 2,5 triliun. Walaupun demikian tentunya jumlah tersebut dapat

¹¹Simon Kemp, "Digital Data Indonesia 2021," *We Are Social & Hootsuite*.

¹²KemenkopUKM, "Data UMKM 2018-2019," <https://Kemenkopukm.Go.Id/>, last modified 2021, accessed November 26, 2021, <https://kemenkopukm.go.id/data-umkm/>.

¹³Hanung Eka Atmaja and Dian Marlina Verawati, "Meningkatkan Minat Kewirausahaan Di Era Global Melalui E-Commerce," *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya* 6, no. 1 (2021): 57–66.

bertambah lebih banyak lagi apabila Pemerintah mampu untuk memaksimalkan penerimaan pajak yang diterima dari pajak penghasilan (PPh) *e-commerce* dan Pengusaha *online shopping*. Sebaliknya, sampai sekarang pemerintah belum membuat dan menegaskan pedoman yang mengatur dengan baik dan rinci berkenaan dengan biaya bisnis online ini, maka dengannya masih mengikuti Peraturan Perpajakan UMKM secara keseluruhan ¹⁴

Problematic yang muncul dari sektor pajak *e-commerce* ini harus segera dituntaskan salah satunya adalah masih rendahnya kepatuhan yang dimiliki oleh wajib pajak sehingga beberapa diantaranya ada yang menunaikan pajaknya lebih sedikit dari yang sebenarnya mereka tunaikan serta masih banyaknya wajib pajak *e-commerce* yang belum melaporkan pajaknya. Tercatat dari total 64,2 juta hanya 2,3 juta UMKM yang membayar pajaknya hal ini disebabkan oleh ketidakpahaman wajib pajak tentang peraturan perpajakan sehingga belum terealisasinya kewajiban membayar pajak secara optimal.

Kota Medan adalah pusat yang terletak di Sumatera Utara dan merupakan satu dari beberapa kota besar di Indonesia, tentunya sangat mungkin berkembangnya berbagai jenis bisnis salah satunya adalah *fashion*, *Fashion* merupakan bidang bisnis dengan angka terbesar kedua di Kota Medan setelah kuliner namun penghasilan yang dihasilkan oleh bidang ini dapat melampaui penghasilan yang dimiliki oleh bidang bisnis lainnya sehingga bidang bisnis ini harus lebih diperhatikan sehingga dapat meningkatkan pendapatan Negara.¹⁵ Perluasan konsistensi warga dengan klien bisnis internet di Kota Medan dari tahun 2017 hingga 2020 adalah sebagai berikut:

:

Tabel 1.1
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Kota Medan

No	Tahun	Wajib Pajak	Wajib Pajak Membayar Pajak	Persentase Kepatuhan
----	-------	-------------	----------------------------	----------------------

¹⁴Kemenkeu, "Pajak Untuk E-Commerce," last modified 2019, accessed October 28, 2021, <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/infografik/pajak-untuk-e-commerce/>.

¹⁵Retno Hendariningrum and M. Edy Susilo, "Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2008).

1	2017	15.101	6.535	43%
2	2018	15.972	6.586	41%
3	2019	16.953	7.304	43%
4	2020	18.055	6.592	37%

Sumber: KPP Pratama Medan Polonia, 2021

Menyinjau tabel di atas, cenderung disimpulkan bahwa jumlah UMKM yang mengumumkan retribusi pada tahun 2017 adalah 6.535 dari jumlah 15.101 warga dengan tingkat konsistensi 43%, pada tahun 2018 terjadi penurunan tingkat konsistensi sebesar 41%, dengan jumlah warga yang melakukan pembayaran dengan baik, bertambah menjadi 6.586 dari total 15.972 warga, hal ini karena penyesuaian pedoman baru, khususnya Peraturan Pemerintah nomor 23 tahun 2018 dimana pemekaran yang mengungkapkan masih sedikit peningkatan, hal ini disebabkan oleh UMKM yang tidak memiliki inisiatif/kesadaran mengenai perubahan terbaru dalam tarif biaya terkait UMKM.

Pada tahun 2019 mengalami peningkatan Persentase Kepatuhan yaitu sebesar 43% dengan jumlah wajib pajak yang lebih besar dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 7.304 dari total 16.953 wajib pajak, hal ini dikarenakan wajib pajak sudah mulai mengetahui perubahan tarif mengenai peraturan terbaru UMKM, namun pada tahun 2020 persentase kepatuhan wajib pajak jauh mengalami penurunan menjadi 37% dikarenakan dari 18.055 total UMKM terdata, sebanyak 6.592 UMKM yang hanya melakukan pelaporan pajak PPh final. Penurunan pelaporan pajak pada tahun 2020 ini dikarenakan kondisi pandemi *Covid-19* yang menyebabkan sebagian UMKM mengalami penutupan usaha sementara. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwasannya tingkat kepatuhan pada UMKM yang berada di Kota Medan tergolong sangatlah minim, ini semua diakibatkan karena kesadaran pelaku UMKM tergolong rendah.

Dalam upaya dan perjuangannya untuk membangun tingkat kepuasan penilaian komitmen secara nyata dan lebih jauh lagi untuk mendorong pendapatan negara mulai dari UMKM, Pemerintah sudah membuat dan menerbitkan Peraturan nomor 23 Tahun 2018 dengan menurunkan persentase

yang awalnya adalah 1 persen kini menjadi 0.5 persen. Peraturan dan ketentuan tersebut dibuat untuk membantu dan memudahkan pelaku UMKM agar mudah dalam pelaporan dan penghitungan perpajakannya. Hal ini merupakan strategi yang dilakukan DJP untuk menumbuhkan pendapatan negara.¹⁶

Dalam upaya peningkatan pada pajak bisnis *online* ini sepenuhnya masih belum dapat dioptimalkan oleh pegawai perpajakan untuk mengambil persentase tarif pajak yang telah diatur di Indonesia. Meskipun sampai beberapa periode terakhir ini aktivitas jual beli produk secara daring/*online* telah tumbuh begitu hebat, tapi sangat disayangkan banyak pelaku bisnis *e-commerce* yang belum mau untuk melaporkan kewajiban perpajakannya. Jelas ada beberapa faktor yang membuat dan mempengaruhi konsistensi warga negara untuk terus-menerus menyelesaikan kewajiban perpajakannya, beberapa faktor tersebut adalah kurangnya pemahaman UMKM terhadap peraturan dan tarif mengenai pajak yang menyebabkan minimnya minat dalam memenuhi kewajiban perpajakan serta pelaku UMKM yang belum sadar dalam membayar pajak.¹⁷

Pemahaman atas peraturan khususnya perpajakan tentu dan sangat pasti dibutuhkan oleh pelaku usaha, karena apabila peraturan pajak telah dipahami dengan baik oleh wajib pajak maka niscaya banyak yang melaksanakan kewajiban perpajakannya agar terlepas dari sanksi/denda perpajakan yang sudah ditetapkan dan dikukuhkan pada undang-undang RI. Oknum pemerintah juga telah berupaya sebisanya agar masyarakat terutama pelaku usaha bisnis lebih memahami lagi hal penting terkait dengan pajak, salah satu program yang dilaksanakan adalah mengadakan penyuluhan/sosialisasi pajak.

Patuhnya wajib pajak pelaku usaha/bisnis juga disebabkan oleh tarif dan persentase pajak. Dilihat dari sejumlah penelitian bahwa aspek terendah dianggap kurang memotivasi pelaku usaha/bisnis dalam memenuhi

¹⁶Hari Yanto, "Inkonsistensi Hukum Pemberian Fasilitas Keringanan Pajak Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Melalui Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013," *E-Journal Graduate Unpar* 1, no. 2 (2014).

¹⁷Listyowati, Yuli Chomsatu Samrotun, and Suhendro, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak," *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga* 3, no. 1 (2018): 372-395.

kewajibannya adalah berkenaan dengan tarif dan persentase pajak. Tarif pajak yakni jumlah atau perhitungan yang dipakai guna menghitung besaran pajak yang harus ditunaikan, Besaran biaya juga harus disesuaikan dengan objek penilaian yang diklaim oleh warga, tentunya hal ini sesuai dengan yang tertuang dalam pedoman yang ada.¹⁸

Sadarnya wajib pajak pelaku usaha/bisnis dalam menunaikan kewajiban pajak tepat pada waktunya tentunya akan mempengaruhi kepatuhan pajak pelaku usaha/bisnis, sehingga pada akhirnya dapat dikatakan bahwa kesadaran dalam membayar pajak merupakan perilaku/aktivitas wajib pajak berupa pandangan maupun perasaan yang mampu mengikutsertakan pemahaman, kepercayaan, dan penalaran disertai keinginan untuk berperilaku mengikuti ketentuan dan peraturan yang didasari oleh sistem perpajakan tersebut. Sehingga pada akhirnya masyarakat akan secara ikhlas/sukarela dan disiplin dalam membayar pajak tanpa adanya tindak paksaan yang seharusnya tidak diperlukan.

Berdasarkan landasan permasalahan di atas, maka peneliti sangat tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan mengakumulasi sebagai sebuah penelitian yang berjudul: **"Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-commerce* (Studi Kasus Pada Pengusaha *Online Shopping* di Kota Medan)"**.

B. Identifikasi Masalah

Didasari oleh uraian latar belakang permasalahan penelitian ini, maka penulis mengidentifikasi permasalahan tersebut menjadi :

1. Perkembangan bursa bisnis berbasis web di Indonesia seharusnya menjadi perhatian utama otoritas publik untuk segera membuat dan mengkonfirmasi pedoman terkait dengan biaya pajak bisnis *online* untuk meningkatkan pendapatan biaya di Indonesia.

¹⁸Ratih Kumala and Ahmad Junaidi, "Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada UMKM," Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial 1, no. 2 (2021): 48–45.

2. Pada tahun 2020, warga yang mengajukan perincian PPh Final berkurang. Penurunan rincian biaya di tahun 2020 ini karena adanya pandemi Covid-19 yang membuat beberapa UMKM mengalami pemutusan hubungan usaha secara singkat.
3. Patuhnya wajib pajak pelaku usaha/bisnis dalam membayar pajak masih sangat rendah khususnya terhadap para pengusaha di kota Medan yang menggunakan *e-commerce* sebagai sarana transaksi diakibatkan karena tarif pajak yang terlalu tinggi dan minimnya kesadaran para pengusaha dalam membayar pajak.
4. Peraturan Pajak dan Undang-undang perpajakan cenderung masih belum dapat diterima oleh kebanyakan pengusaha di Kota Medan, dikarenakan rendahnya tingkat pemahaman para pengusaha terhadap peraturan-peraturan pajak serta keterbatasan literasi mengenai perpajakan sehingga mereka belum mampu memahami tujuan dan manfaat dari pajak.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini lebih difokuskan mengenai pemahaman peraturan pajak, tarif pajak dan kesadaran wajib pajak pengguna *e-commerce* di Kota Medan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian singkat mengenai latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pemahaman peraturan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce* di Kota Medan?
2. Apakah tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce* di Kota Medan?
3. Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce* di Kota Medan?
4. Apakah pemahaman peraturan pajak, tarif pajak dan kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce* di Kota Medan?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman peraturan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce* di Kota Medan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce* di Kota Medan..
- c. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce* di Kota Medan.
- d. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce* di Kota Medan.

2. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat berguna dan memiliki manfaat antara lain sebagai berikut :

- a. Bagi Pengusaha *Online Shopping*

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi, pertimbangan dan evaluasi bagi para pengusaha *online shopping* dalam kepatuhan dan ketaatannya sebagai wajib pajak pengguna *e-commerce* untuk membayar pajak.

- b. Bagi Pemerintah

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna untuk Pemerintah terkhusus dalam hal perpajakan agar lebih memperhatikan mengenai masalah pengenaan pajak bagi pengusaha yang bergerak secara *online*.

- c. Bagi Penulis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah dan mengembangkan pengetahuan dan wawasan Penulis mengenai hal-hal yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce*.