

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dan pertumbuhan teknologi data saat ini telah mengakibatkan berkembangnya teknologi jaringan yang telah membawa perubahan pada budaya bisnis. Pada masa yang disebut “*information age*”, media elektronik telah menjadi sarana utama komunikasi dan bisnis. Era informasi yang berkembang memaksa industri untuk mengubah cara berpikir mereka. Industri perlu banyak berinvestasi dalam jaringan teknologi informasi, sebab investasi mereka dalam teknologi informasi terkadang lebih besar daripada investasi pada masa-masa globalisasi yang terus bertambah penggunaannya, baik dari berbagai kelompok, individu, serta golongan organisasi khususnya para pengusaha.

Pertumbuhan teknologi data telah menyebabkan berbagai perubahan dalam sendi kehidupan masyarakat. Saat ini masyarakat dilengkapi dengan berbagai jenis teknologi yang memudahkan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Khususnya dalam transaksi bisnis, ada model yang lebih populer dan menunjukkan tren yang meningkat di kalangan masyarakat Indonesia. Bentuk perdagangan ini disebut perdagangan *online*. Perdagangan *online* ini di dukung oleh sistem elektronik yang disebut internet (Wirdasari, 2009).

Bisnis *online* saat ini menjadi aktivitas yang paling diminati. Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan *e-commerce* yang stabil di era digital saat ini. Tahun 2016, *e-commerce* menyumbang 8,7% dari penjualan ritel global, tumbuh menjadi 10,1% pada 2017, dan pada 2020 *e-commerce* diperkirakan akan mencapai \$4,4, triliun. *E-commerce* menjadi semakin populer karena selain dapat diakses tidak selalu mengandalkan laptop atau komputer, tetapi juga melalui ponsel, tidak ada batasan waktu, dan dapat dilakukan oleh siapa saja. Pembelian dan penjualan barang dan/atau jasa melalui media *online* disebut perdagangan elektronik atau *e-commerce*, yaitu kegiatan transmisi elektronik. *E-commerce* digunakan sebagai transaksi bisnis antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya (Vladimir, 2017).

E-commerce adalah distribusi, pembelian, penjualan, pemasaran barang juga jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi. Keberadaan *e-commerce* merupakan tujuan besar dan peluang untuk memulai bisnis dengan pemasaran yang cepat. *E-commerce* sangat memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya, hanya dengan *smartphone* memungkinkan transaksi *online* cepat dilakukan hanya dengan layanan *e-banking*.

Banyak sekali para pelaku *e-commerce* yang sudah memiliki pendapatan bersih yang cukup tinggi, salah satunya berkat media sosial, *marketplace*, bahkan layanan lainnya. Manfaat *e-commerce* memiliki dampak besar pada perpajakan. Akan tetapi, pelaku *e-commerce* masih sulit untuk dikenakan pajak, karena Indonesia menganut *Self Assessment System*,

sedangkan transaksi hanya diverifikasi dalam bentuk gambar. Apabila transaksi tersebut tidak diketahui otoritas pajak, potensi penerimaan pajak sendiri akan hilang. Transaksi bisnis *online* kini semakin banyak dijadikan bahan pembicaraan oleh Wajib Pajak dalam berbisnis. Hal ini disebabkan kemajuan teknologi yang saat ini juga menjadi incaran yang menggiurkan bagi Wajib Pajak orang pribadi (Arisandy, 2017).

Tabel 1 1

No.	Kota	2015	2016	2017
1	Jakarta	24,57	37,41	41,94
2	Surabaya	12,36	17,42	20,90
3	Medan	6,60	6,73	7,76
4	Bandung	3,09	6,72	7,72
5	Makassar	2,79	2,47	4,42

Sumber: (Marketeers.com, 2015-2017)

Dari tabel diatas terlihat jelas bahwa kota Jakarta menempati urutan pertama dalam hal jumlah pembelian *online* kemudian disusul kota Surabaya menempati posisi kedua menurut marketeers.com. dari tahun 2015 ke tahun 2017, pangsa belanja *online* di Jakarta meningkat dari 24,57% menjadi 41,94%.

Menurut laporan *World Trade Organization* (WTO), *e-commerce* bernilai \$27,7 triliun pada tahun 2016, setara dengan \$37,58, dimana hampir \$24 triliun adalah B2B atau *business to business*. Pasar global diperkirakan

akan mendekati \$1 triliun pada tahun 2020 karena penjualan *online* terus melonjak. Namun, tidak ada aturan untuk transaksi ini. Kepatuhan terhadap aturan khusus negara dan wilayah telah menjadi beban yang signifikan bagi bisnis dan telah menjadi hambatan bagi pengembangan bisnis mereka (Mohamad, 2019).

Salah satu negara dengan sistem pajak perdagangan online terbaik adalah Uni Eropa. Pertumbuhan pendapatan untuk perusahaan *e-commerce* tumbuh menjadi 32% dalam kurun tahun 2008 sampai tahun 2016. Menurut *Ecommerce Europe*, asosiasi bisnis di Uni Eropa mencapai 530 miliar euro pada 2016. Edison Jakurti, peneliti di Brookings Institution, mengatakan kinerja perusahaan digital di Uni Eropa selama decade terakhir telah melampaui perusahaan tradisional. Sebagai contoh, pada tahun 2006 hanya satu perusahaan digital teratas di Uni Eropa dengan pangsa pasar 75. Namun, pada tahun 2017, terdapat 9 perusahaan digital teratas di Uni Eropa dengan pangsa pasar 54%.

Adapun pajak penghasilan *e-commerce*, Direktur Jenderal Pajak telah menerbitkan beberapa surat edaran yang menegaskan kewajiban membayar pajak, antara lain Surat Edaran DJP S-429/PJ.22/1998 tentang peringatan pengusaha kena pajak yang melakukan perdagangan *e-commerce*, Surat Edaran DJP SE-62/PJ/2013 tentang pengukuhan Undang-Undang Perpajakan dan Surat Edaran DJP SE-06/PJ/2015 tentang pengurangan dan/atau pemungutan pajak penghasilan atas transaksi *e-commerce*. Namun, surat edaran ini

tampaknya tidak memiliki implikasi hukum yang serius bagi pengguna *e-commerce*. Kenyataannya surat edaran tentang pajak *e-commerce* belum terbentuk secara optimal karena sistem pemungutan pajak pendapatan merupakan *self assessment system* yang memungkinkan Wajib Pajak untuk penghitungan, pembayaran, pelaporan besarnya pajak terutang. Oleh karena itu, jika DJP tidak mempunyai data selain yang dinyatakan oleh Wajib Pajak, maka keterangan Wajib Pajak tersebut dianggap benar.

Menurut Mulyono (2010) kemudahan perkembangan teknologi di era globalisasi bukan tanpa risiko, kekurangan, dan hambatan. Tidak seperti transaksi bisnis pada umumnya, terdapat banyak permasalahan yang kompleks, antara lain pertumbuhan yang sangat pesat dari jual beli produk melalui *internet* atau jaringan *online* dalam satu tahun terakhir, namun pelaporan pajak yang dilaporkan sedikit. Terkait penguatan sistem perpajakan untuk transaksi bisnis *online*, Direktur Jenderal Pajak nomor SE/62/PJ/2013 menegaskan tidak ada perbedaan perlakuan perpajakan antar kedua transaksi bisnis *online* atau lainnya.

Self Assessment System yang diperkenalkan oleh sistem perpajakan Indonesia, yang menjadi sandaran Wajib Pajak menyebabkan masalah dengan transaksi bisnis *online*. Sebab transaksi bisnis *online* hanya disertai bukti transfer yang mengesahkan transfer dari rekening pembeli ke rekening penjual dan tidak memberikan bukti transaksi jual beli kena pajak.

Penerimaan pajak di Indonesia relatif rendah. Salah satu penyebabnya adalah kepatuhan Wajib Pajak menurun dari waktu ke waktu. Pratama (2012) menyatakan bahwa Wajib Pajak yang patuh ialah Wajib Pajak yang diklasifikasikan oleh Direktorat Jenderal Pajak sebagai Wajib Pajak yang memenuhi kriteria tertentu dan untuk sementara dapat memperoleh kembali pajak yang telah dibayarkan. Suryadi (2006) mengatakan kepatuhan Wajib Pajak ditentukan oleh dimensi pengendalian pajak, penegakan hukum dan penanganan pajak. Tujuan dari verifikasi ialah untuk memeriksa kepatuhan Wajib Pajak dalam pelaksanaan Surat Pemberitahuannya. Kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan Wajib Pajak meningkatkan pendapatan negara dan dalam alirannya tarif pajak akan meningkat (Nurmantu, 2007).

Adanya potensi pajak yang belum tergarap ini dapat dilatar belakangi oleh kesalah pahaman aturan perpajakan tentang kepatuhan dan kewajiban perpajakan. Seperti yang dijelaskan Hardiningsih (2011) pemahaman Wajib Pajak dalam memahami peraturan perpajakan yang ada, guna meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak.

Menurut Undang-Undang KUP No. 28 tahun 2007 pajak ialah iuran wajib kepada negara yang terutang oleh orang perseorangan atau badan yang mengikat secara hukum, tanpa menerima imbalan langsung dan digunakan untuk kemakmuran rakyat. Pajak dikumpulkan di bawah aturan hukum untuk menutupi biaya produksi kolektif barang dan jasa untuk mencapai kemakmuran

secara menyeluruh. Penolakan pembayaran, penghindaran pajak biasanya merupakan pelanggaran hukum. Pajak terdiri dari pajak langsung atau tidak langsung dan dapat dibayar tunai atau barang yang setara.

Kepatuhan pajak ialah kondisi dimana Wajib Pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan menjalankan hukum pajaknya (Muliari, 2010). Suryadi (2006) menyatakan bahwa kepatuhan Wajib Pajak dibentuk oleh dimensi pengendalian pajak, penegakan hukum, dan pengembalian pajak. Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 Pasal 4 ayat (1) mengatur: Wajib Pajak melengkapi, menyampaikan, dan menandatangani surat pernyataan dengan benar, lengkap, dan jelas.

Kepatuhan Wajib Pajak terhadap kewajibannya berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan pasal 17 C ayat 2 didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

1. Penyampaian Surat Pemberitahuan tepat waktu.
2. Tidak memiliki tunggakan pajak atas semua jenis pajak kecuali tunggakan pajak yang berwenang untuk membayar angsuran atau menunda pembayaran pajak.
3. Pembukuan tahunan diaudit selama 3 (tiga) tahun berturut-turut, atau dengan pendapatan khusus oleh Akuntan Publik atau Badan Pemeriksa

Keuangan, sepanjang pengecualian itu tidak memengaruhi hasil kena pajak. Selain itu, ditegaskan bahwa jika laporan tahunan diaudit, laporan auditor harus panjang dan harus menyediakan rekonsiliasi komersial dan pajak atas laba rugi.

4. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana perpajakan berdasarkan putusan yang mempunyai kekuatan hukum dalam jangka waktu lima tahun.

Berdasarkan Undang-Undang KUP Nomor 28 Tahun 2007 salah satunya tentang denda pajak, Wajib Pajak dapat dikenakan denda administrasi, bunga, dan pidana. Sanksi perpajakan merupakan jaminan ditaatinya peraturan perundang-undangan perpajakan, dengan kata lain sanksi perpajakan bersifat *dissuasive* agar Wajib Pajak tidak melanggar standar perpajakan (Mardiasmo, 2011).

Salah satu teori yang berhubungan dengan sikap dan kontrol perilaku adalah *Theory of Planned Behavior*. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa niat seseorang terhadap perilaku tertentu yang dibentuk oleh dua faktor utama, yakni sikap terhadap perilaku dan norma subjektif, kemudian pada teori ini ditambahkan satu faktor lagi, yaitu kontrol perilaku yang dirasakan (Ajzen, 1991). *Theory of Planned Behavior* memasukkan unsur kontrol perilaku yang dirasakan oleh pelaku sebagai faktor tambahan yang mempengaruhi niat konsumen untuk bertransaksi secara *online*.

Surat Annisa ayat 59 menyatakan bahwa bagi siapapun yang diberikan amanah maka dia harus menaati amanah. Karena itu, kepercayaan diri sangat luas, termasuk kekayaan, pengetahuan, dan kepercayaan keluarga. Kepemimpinan sosial, bahkan di sebagian cerita, digambarkan sebagai kepercayaan ilahi yang besar bahwa masyarakat harus waspada dan tunduk pada kepemimpinan yang saleh dan profesional. Di sisi lain, penguasa yang durhaka dan korupsi menyebabkan masalah sosial.

Sebagaimana dinyatakan dalam definisi pajak, yaitu pajak bersifat wajib dan dapat dipungut oleh pemerintah, pengenalan sistem pajak sendiri harus dipahami meskipun pemerintah memberikan wewenang penuh kepada Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Jadi, sebagaimana disebutkan dalam surat Annisa ayat 59 yang berbunyi:

اللَّهُ إِلَىٰ فَرُدُّوهُ شَيْءٍ فِي تَنَازَعْتُمْ فَإِنْ مِنْكُمْ الْأَمْرُ وَأُولَى الرَّسُولِ وَأَطِيعُوا اللَّهَ أَطِيعُوا اللَّهَ أَمَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
تَأْوِيلًا وَأَحْسَنُ خَيْرٌ ذَلِكَ الْآخِرُ وَالْيَوْمِ بِاللَّهِ تَوَمُّونَ كُنْتُمْ إِنْ وَالرَّسُولِ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatlah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan ia kepada Allah (Al-Qur’an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”* (QS. Annisa: 59).

Ayat ini memberitahu orang-orang beriman, selain menaati Allah dan Rasul-Nya, hendaknya juga menaati pemimpin yang saleh. Karena ketaatan adalah ketidakadilan terhadap keyakinan kepada Allah dan hari kiamat. Dalam sejarah disebutkan bahwa ketika Rasul SAW pergi setelah perang Tabuk, ia mengangkat Imam Ali AS sebagai penggantinya di Madinah. Dia berkata, “Wahai Ali, kamu berada di sisiku, seperti Harun untuk Musa”. Kemudian ayat ini diturunkan dan manusia diperintahkan untuk menaatinya. Taat kepada pemimpin artinya kita taat kepada pemerintah yang mengatur Negara Republik Indonesia, jadi kita sebagai warga negara Indonesia, sebagaimana tertuang dalam surat Annisa ayat 59, kita harus menaati segala peraturan yang ditetapkan pemerintah, termasuk membayar pajak.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan pada tahun 2020 dengan judul “*The Relevance of E-Commerce Tax Application in Indonesia: Based on the Perspective of Taxation Expert*” oleh Zulma & Hizazi (2020) bertujuan untuk mengetahui relevansi regulasi pajak *e-commerce* di Indonesia yang sempat dibatalkan oleh Pemerintah. Penelitian ini dilakukan pada konsultan, pengamat pajak, akademisi di bidang perpajakan, manajer/kepala pajak perusahaan, perwakilan perdagangan, dan regulator yang mengatur peraturan pajak untuk *e-commerce* di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa undang-undang perpajakan perlu direvisi untuk segera menyesuaikan dengan era digital.

Cvrlje (2015) menyatakan bahwa pentingnya pengetahuan pajak untuk perilaku patuh pajak terbukti penting oleh beberapa peneliti, penelitian lain menemukan korelasi yang lemah antara pajak pengetahuan dan sikap terhadap kepatuhan pajak. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Eriksen and Fallan (1996) mendukung prinsip bahwa sikap terhadap kepatuhan pajak dapat ditingkatkan melalui pengetahuan pajak yang lebih baik. Studi empiris lain yang menemukan pengaruh positif signifikan pengetahuan pajak terhadap kepatuhan pajak adalah pengaruh Mukhlis, Utomo and Soesetio (2015); Oladipupo and Obazee (2016); Andreas and Savitri (2015). Namun penelitian terbaru oleh Hofmann dkk (2017) tentang hubungan antara kepatuhan dan sosial menunjukkan hasil yang tidak konsisten, baik mengenai arah hubungan dan ukurannya.

Berdasarkan pada latar belakang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Kepatuhan Wajib Pajak terhadap Bisnis *Online* dengan judul **“Pengaruh Sikap dan Kontrol Perilaku terhadap Kepatuhan Perpajakan dengan Kepuasan Kualitas Layanan sebagai Variabel Moderasi”**.

Penelitian ini merupakan kompilasi dari penelitian Arisandy (2017), Puspawati (2016), Cahyadi & Margana (2018), dan Firmansah & Rahayu (2020). Penelitian ini menggunakan sikap dan kontrol perilaku sebagai variabel independen serta variabel kepuasan kualitas layanan sebagai variabel moderasi

terhadap kepatuhan perpajakan sebagai variabel dependen. Penelitian ini memiliki perbedaan yang terletak pada lokasi penelitian, penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah sikap berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan?
2. Apakah kontrol perilaku berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan?
3. Apakah kepuasan kualitas layanan memperkuat pengaruh sikap terhadap kepatuhan perpajakan?
4. Apakah kepuasan kualitas layanan memperkuat pengaruh kontrol perilaku terhadap kepatuhan perpajakan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji secara empiris apakah sikap berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan.
2. Untuk menguji secara empiris apakah kontrol perilaku berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan.

3. Untuk menguji secara empiris apakah kepuasan kualitas layanan memperkuat pengaruh sikap terhadap kepatuhan perpajakan.
4. Untuk menguji secara empiris apakah kepuasan kualitas layanan memperkuat pengaruh kontrol perilaku terhadap kepatuhan perpajakan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan kepada pelaku bisnis *online* tentang sikap dan kontrol perilaku dalam perpajakan. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai literatur dan referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai kepatuhan perpajakan pelaku bisnis *online*.

2. Manfaat Praktis:

a. Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong dan menghambat pelaku bisnis *online* untuk membayar pajak sehingga pemerintah dapat mempertimbangkan untuk memperbaiki dan meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian pajak selanjutnya sehingga dapat dijadikan sebagai referensi

penelitian kepatuhan perpajakan pelaku bisnis *online* Daerah Istimewa Yogyakarta.

c. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan literatur dan pengetahuan pada bidang akuntansi perpajakan, khususnya mengenai sikap dan kontrol perilaku terhadap kepatuhan perpajakan.

d. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada peneliti dan mampu memahami sikap dan kontrol perilaku terhadap kepatuhan perpajakan melalui kepuasan kualitas layanan.