

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Dalam bab pertama skripsi terdiri dari beberapa bagian, yang pertama adalah latar belakang masalah yang akan membahas mengenai pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Selanjutnya pokok permasalahan tersebut diidentifikasi ke dalam bentuk pertanyaan. Setelah mengidentifikasi masalah, pembahasan masalah dibatasi dengan batasan masalah agar penelitian bisa lebih fokus dan tidak keluar dari inti pembahasan.

Dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, penulis kemudian menetapkan batasan penelitian yang kemudian dirangkum kedalam rumusan masalah. Terakhir, penulis menyimpulkan batasan masalah menjadi tujuan penelitian serta membahas manfaat penelitian.

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pajak merupakan kontribusi wajib masyarakat kepada negara yang dibayarkan oleh individu ataupun badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Oleh karena didasarkan pada undang-undang, pajak memiliki beberapa peraturan atau ketentuan-ketentuan yang harus diketahui, dipahami, serta diterapkan dalam praktek oleh masing-masing wajib pajak. Hampir segala sesuatu yang dilakukan dalam konteks transaksi ekonomi di Indonesia akan dikenakan pajak, salah satunya adalah kegiatan bisnis online yang marak dilakukan oleh masyarakat dunia saat ini. Menurut data yang diungkapkan oleh Kementerian Keuangan pada tahun 2017, pajak

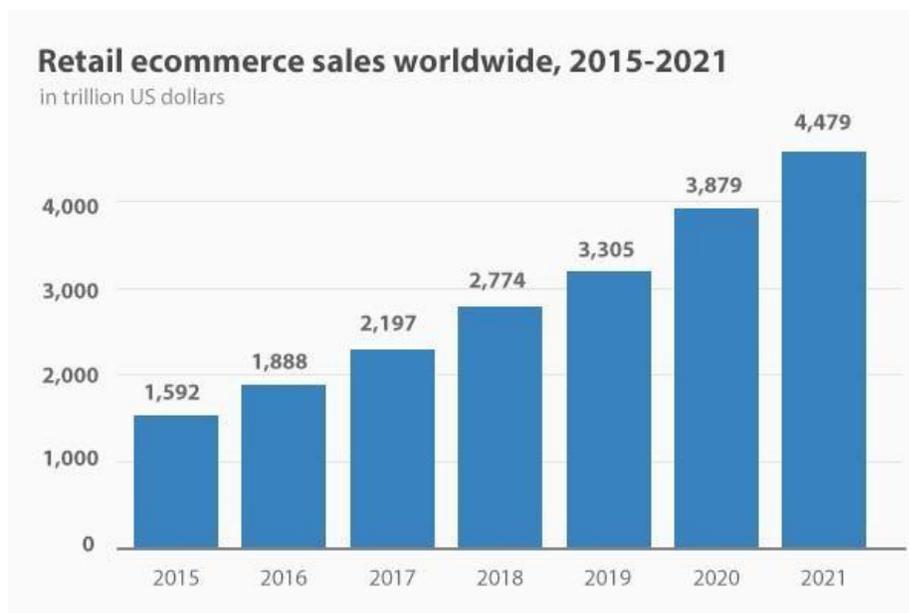
menjadi sumber penerimaan negara terbesar di Indonesia, yaitu sebesar 85,6 % dari seluruh penerimaan negara.

Dalam lima tahun terakhir, ada kecenderungan bisnis online semakin marak terjadi. Terdapat tren peningkatan yang tajam, apalagi sejak adanya kasus pandemic, kenaikan tersebut digambarkan pada grafik di bawah ini:

**Gambar 1.1**

**“Retail E-Commerce Sales Worldwide 2015-2021”**

**(In Trillion US Dollars)**

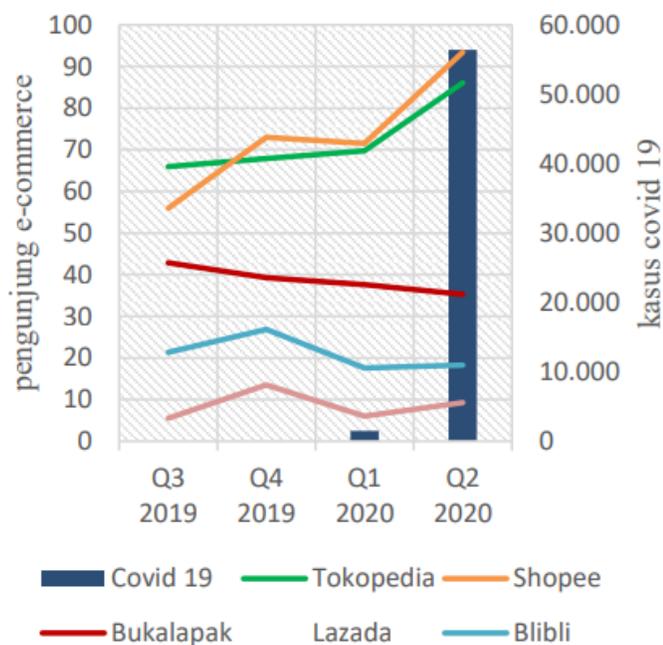


Sumber: Marketing Craft (2020)

Terlebih, semenjak terjadinya pandemi COVID-19 tren bisnis online semakin marak untuk dilakukan yang mengakibatkan terjadinya pertumbuhan bisnis online di Indoonesia. Pertumbuhan tersebut dapat digambarkan pada grafik di bawah ini:

Gambar 1.2

**“Rata-rata Pengunjung Bulanan E-Commerce Indonesia Pada Masa Pandemi COVID-19 dari 2019 – 2020”**



Sumber: Alvin Edgar Permana (2021)

Bisnis online merupakan suatu konsep usaha yang menggunakan fasilitas internet dalam operasionalnya, mulai dari kegiatan promosi, transaksi, hingga pengiriman barang kepada konsumen. Konsep ini muncul sebagai salah satu dampak terjadinya globalisasi secara besar-besaran di dunia yang membuat masyarakat dunia harus menghadapi perubahan yang cukup signifikan dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Internet sendiri selalu mengalami peningkatan penggunaannya di Indonesia. Pada tahun 2016, populasi pengguna digital Indonesia mencapai 265.4 juta jiwa, dimana 132.7 juta diantaranya adalah pengguna internet dan 130 juta sisanya adalah pengguna aktif media sosial (Kemp, 2017).

Secara keseluruhan, Indonesia berada di tingkat ke lima sebagai pengguna internet terbanyak di lingkup Asia Tenggara pada tahun 2017 (eMarketer, 2014). Di Surabaya sendiri, terhitung sejak kuartal II 2021 transaksi digital atau penggunaan e-commerce telah mengalami peningkatan sebesar 12.07% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya. Deputi Kepala BI Jatim, Imam Subarkah, mengatakan pada kuartal II/2021, nominal transaksi e-commerce di Jawa Timur mencapai Rp11,76 triliun atau naik 12,07 persen (qtq) dibandingkan dengan kuartal I/2021, yakni Rp10,49 triliun. Menurut Imam Subarkah, Peningkatan transaksi ini sejalan dengan peningkatan preferensi masyarakat dalam melakukan pembayaran secara non-tunai salah satunya seperti QRIS, dan berbagai keunggulan yang ditawarkan yakni kemudahan dan keamanan, serta pemberian potongan harga apabila pembayaran dilakukan dengan cara non-tunai. Hal tersebut dibuktikan dengan pembayaran transaksi masyarakat Jawa Timur di *e-commerce* tercatat sebesar 28,46% menggunakan uang elektronik, 36,81% transfer bank, dan sebesar 11,51% adalah menggunakan kredit tanpa kartu.

Berdasarkan Direktorat Jenderal Pajak, bentuk-bentuk transaksi *e-commerce* terdiri dari 4 (empat) bentuk, diantaranya *classified ads*, *online marketplace*, *daily deals* dan *online retail*. *Classified ads* adalah kegiatan menyediakan tempat atau ruang di internet untuk mempromosikan barang atau jasa. *Online marketplace* yaitu kegiatan ekonomi berupa menyediakan ruang di internet untuk menjual barang atau jasa. Sedangkan *daily deals* yang mirip dengan *online marketplace* adalah kegiatan yang juga menyediakan ruang untuk menjual barang atau jasa namun pembayarannya menggunakan voucher. Jika dalam *online marketplace* dan *daily deals* terdapat tempat untuk memasarkan, dalam *online retails* penjual akan menjual barangnya secara langsung kepada pembelinya melalui jaringan

internet. Kemudian, kegiatan bisnis-bisnis tersebut dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis bentuk usaha, diantaranya, toko konvensional ke toko *online*, kedua *dropship online* yang merupakan kegiatan penjual yang bertugas untuk menyalurkan pesanan pelanggan kepada *supplier* atau konsumen. Serta yang ketiga, yaitu toko *online* yang kegiatannya hanya berupa pemasaran dan penjualan barang dan/atau jasa secara langsung kepada konsumen dengan memanfaatkan fasilitas internet.

Indonesia memiliki kesempatan yang besar bagi tumbuhnya kegiatan bisnis secara *online* atau melalui internet yang disebabkan oleh tingginya pengguna internet di Indonesia. Pertumbuhan bisnis ini akan memberikan dampak yang cukup bervariasi, diantaranya terjadinya peningkatan omset setiap tahunnya serta timbulnya masalah keuangan, salah satunya pajak yang dikenakan untuk penjualan atau bisnis online (Rao, 2011). Pada transaksi *online*, dokumen yang digunakan dalam transaksi adalah dokumen digital yang berbeda dengan transaksi konvensional yang menggunakan dokumen kertas sehingga implikasi pajak menjadi rumit (Sari, 2018). Bukti transaksi dalam bentuk dokumen digital akan mempersulit pemerintah dalam menentukan siapakah wajib pajak orang pribadi atau badan yang akan menanggung kewajiban pajak. Hal tersebut ditambah dengan data yang dikumpulkan oleh penelitian Direktorat Jenderal Pajak bahwa 1.600 sampling pelaku bisnis *online* dengan 1.000 diantaranya sudah memiliki NPWP atau Nomor Pokok Wajib Pajak, dan sisanya masih belum memiliki. Hal tersebut mengindikasikan bahwa belum seluruhnya pelaku bisnis *online* menyadari akan kewajibannya, sehingga dapat dikatakan bahwa penerimaan pajak negara yang berasal dari kegiatan bisnis *online* masih belum maksimal.

Penyebab dari fenomena tersebut dapat dikatakan berasal dari kurangnya pemahaman pajak di Indonesia oleh para pelaku bisnis e-commerce atau bisnis berbasis online (Hanafie, 2016). Dalam penelitian yang dilakukan Hanafie (2016) mengenai dampak *e-commerce* atas penerimaan pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan menyimpulkan bahwa dampak penerimaan pajak dari transaksi e-commerce di Makassar Selatan dinilai baik dikarenakan tingkat kepatuhan dan kesadaran wajib pajak pelaku transaksi tinggi. Kemudian, Sitorus & Kopong (2017) yang meneliti mengenai pengaruh *e-commerce* terhadap jumlah pajak yang disetor dengan kepatuhan wajib pajak menyimpulkan, bahwa jika jumlah pajak yang diterima negara dari transaksi *e-commerce* akan meningkat bila wajib pajak menyadari kewajiban perpajakannya dengan cara memahami kewajibannya terlebih dahulu. Serta yang ketiga, yaitu penelitian mengenai pengaruh penerapan e-SPT terhadap kepatuhan pajak: studi empiris terhadap pengusaha kena pajak di wilayah KPP pratama “X” Jawa Barat I yang dilakukan oleh Lingga (2013), menyatakan jumlah pajak yang diterima akan meningkat bila tingkat kepatuhan wajib pajak tinggi dengan salah satu faktor yang mendasari kepatuhan perpajakan adalah keahaman wajib pajak serta upaya-upaya untuk memahami seluruh ketentuan perundang-undangan menyangkut perpajakan yang berlaku.

Melihat fenomena tersebut maka pelaksanaan pembayaran pajak pada sistem bisnis elektronik atau *e-commerce* perlu lebih diperhatikan, terlebih menurut Kementerian Keuangan Indonesia pada tahun 2018, hal tersebut digunakan untuk kepentingan keadilan di antara pedagang, baik pedagang konvensional dan online yang dipraktekkan dengan menyamakan *level of playing field*, mekanisme perpajakan, dan transaksi *cross border*.

Padahal, Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan beberapa peraturan yang mengatur mengenai perpajakan *e-commerce*, beberapa diantaranya yaitu Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE/62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas 3 Transaksi *e-commerce* dan Surat Edaran SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi *e-commerce*. Peraturan tersebut terdiri dari Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi *e-commerce* yang meliputi Pajak atas proses bisnis jasa penyediaan tempat dan/atau waktu (*online market place*), pajak atas proses bisnis penjualan barang dan/atau jasa (*classified ads*), pajak atas proses bisnis penyetoran hasil penjualan kepada online market place merchant oleh penyelenggara online market place (*daily deals*) dan pajak atas online retail. Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE/62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *e-commerce* dan Surat Edaran SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas transaksi *e-commerce* merupakan bentuk penegasan hukum atas penerapan pajak transaksi *e-commerce* yang mengisyaratkan bahwa ketentuan perpajakan terkait dengan transaksi atas *e-commerce* sama ketentuannya dengan perpajakan konvensional yang terdiri dari mendaftar, menghitung, membayar dan melapor bagi setiap pelaku usaha yang melakukan kegiatan *e-commerce*. Bahwa menurut Surat Edaran PMK.010/2018 telah ditegaskan secara efektif berlaku pada 1 April 2019. Dalam peraturan perpajakan terkait Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (e-commerce) ini, penyedia platform marketplace wajib memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sekaligus wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Kewajiban pengukuhan sebagai Pengusaha Kena Pajak juga diberlakukan kepada penyedia platform marketplace meskipun memenuhi kriteria sebagai pengusaha kecil. Namun, pada kenyataannya menurut

Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Pajak (DJP) pada tahun 2017 menyatakan bahwa sumber penerimaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) sebesar 85,6% berasal dari pajak. Besarnya persentase pajak tersebut tidak sejalan dengan tingkat kepatuhan Wajib Pajak Indonesia yang masih rendah, terlebih lagi sepanjang tahun 2017 persentase pelaporan baru mencapai 72,64%. Hal yang sama terjadi pada UMKM di Indonesia, Deputy Bidang Ekonomi Makro dan Keuangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Iskandar Simongkir mengatakan bahwa UMKM menyumbang PDB hingga 60,34% (Liputan6.com, 2018). Selain itu, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tahun 2017 mengungkapkan bahwa UMKM mendominasi sektor perekonomian dengan unit usaha mencapai 99,9% dari total unit usaha, namun kontribusi pembayaran PPh Final UMKM hanya sebesar 2,2% dari total PPh yang dibayarkan sendiri oleh Wajib Pajak. Dapat dilihat bahwa kepatuhan pajak pada UMKM masih rendah. Besarnya pengaruh yang diberikan UMKM pada perekonomian Indonesia tidak diimbangi dengan penerimaan pajaknya.

Maka dari itu dilakukanlah penelitian mengenai analisis terhadap pemahaman peraturan perpajakan bagi pelaku bisnis online perlu dilakukan secara lebih spesifik dan seksama lagi. Penelitian ini mengungkap bagaimana pemahaman yang dimiliki oleh para pelaku bisnis online terhadap perpajakan? Adapun manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai alat pertimbangan KPP Pratama Surabaya dalam merencanakan sosialisasi pajak bagi para pelaku bisnis *online* agar mereka lebih memahami mengenai sistem perpajakan yang dikenakan terhadap bisnisnya tersebut dan untuk masyarakat umum agar dapat menambah wawasan mengenai perpajakan, terlebih transaksi *e-commerce* masyarakat di Surabaya yang merepresentasikan Jawa Timur tengah mengalami

peningkatan sejak terhitung sejak kuartal II 2021 dan diperkirakan akan terus meningkat hingga 70% ditambah dengan perkembangan teknologi yang terjadi setiap harinya yang dapat semakin memudahkan kegiatan manusia. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian yang berjudul “Evaluasi Kepatuhan Bisnis Online Terhadap Peraturan Perpajakan di Surabaya”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah pelaku bisnis online di Kota Surabaya memahami peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia?
2. Bagaimana penerapan pajak terhadap bisnis online di Surabaya?
3. Bagaimana kesadaran pelaku bisnis online di Surabaya terhadap kewajiban membayar pajak?

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan hasil dari identifikasi masalah di atas, lingkup masalah yang akan dibahas peneliti dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah pelaku bisnis online di Kota Surabaya memahami peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia?

2. Bagaimana kesadaran pelaku bisnis online di Surabaya terhadap kewajiban membayar pajak?

#### **D. Batasan Penelitian**

Untuk memudahkan penelitian dan agar penelitian tetap berfokus, maka penelitian membatasi penelitian :

1. Wajib Pajak yang akan diteliti yaitu pemilik bisnis online di platform *marketplace* Tokopedia.
2. Berdasarkan waktu, penelitian dilakukan pada bulan Desember 2021.
3. Berdasarkan wilayah, peneliti batasi hanya di daerah Surabaya.
4. Data penelitian diambil dari situs-situs di internet, serta wawancara.

#### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Pemahaman Peraturan Perpajakan pada Pelaku Bisnis Online di Surabaya.

#### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan tersebut maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah pelaku bisnis online di Kota Surabaya memahami peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia.

2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan peraturan perpajakan bisnis online di Surabaya.
3. Untuk mengetahui bagaimana kesadaran pelaku bisnis online di Surabaya terhadap kewajiban membayar pajak.

## **G. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih luas mengenai perpajakan bisnis online dan sebagai acuan bagi peneliti untuk melakukan bisnis online di kemudian hari.

### 2. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman pembaca mengenai peraturan perpajakan di bidang bisnis online, khususnya bagi para pemilik bisnis online maupun bagi yang akan memulai bisnis online.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai tambahan informasi dan referensi serta menambah wawasan dan pengetahuan dalam penelitian lebih lanjut di bidang yang sama.

#### 4. Bagi Pemerintah

Sebagai alat pertimbangan pemerintah dalam merencanakan sosialisasi pajak bagi para pelaku bisnis *online* mengenai sistem perpajakan yang dikenakan terhadap bisnisnya tersebut dan untuk menambah wawasan mengenai perpajakan.



