

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman sekarang ini kewirausahaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) masyarakat Indonesia selama 5 tahun terakhir ini yaitu berjualan secara online (*online shop*) melalui media sosial dengan memanfaatkan smartphone dan internet, seseorang bisa berbisnis melalui dunia maya dan diketahui oleh masyarakat luas sesama pengguna media sosial. Adapun teknologi informasi ini telah berhasil menguasai perkembangan pada dunia usaha di berbagai kalangan yang menerapkan peningkatan proses bisnis ke arah digital. Salah satu yang menjadi kemajuan pada proses transaksi bisnis saat calon pembeli ingin membeli produk tidak perlu lagi datang ke toko, melainkan dengan menggunakan perangkat teknologi yang canggih seperti, handphone, computer, atau jejaring sosial lainnya yang berfungsi untuk memudahkan mereka dalam mendapat produk yang diinginkan tanpa mengenal batasan ruang dan waktu. Kegiatan ini dikenal dengan istilah perdagangan berbasis online atau *e-commerce* (Leonardo, 2020)

Dengan adanya perkembangan tersebut, para pelaku bisnis terutama Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) harus ikut bersaing dalam menjalankan bisnisnya, sehingga dapat meraih kesempatan bisnis yang ada. Wakil bupati Sidoarjo H. Nur Ahmad Syaifudin pada tanggal 8 November 2017 mengemukakan sebanyak 206 ribu UKM di Sidoarjo yang menjadi sasaran dari program UMKM *go online* dari kementerian kominfo RI. program *go online* UMKM ini sangat bagus, ini merupakan program nasionalisasi gerakan kembali menggunakan dan

mengonsumsi produk buatan sendiri yang dihasilkan oleh UMKM karena di tengah persaingan global negara harus hadir memberikan perhatian dan dukungan kepada pelaku UMKM. (Dian kurniawan, 2017)

Salah satu peran UMKM dalam menunjang pembangunan Negara yaitu melalui kontribusi dalam membayar pajak, seperti yang diketahui bahwa pajak adalah salah satu sumber penerimaan sector internal Negara yang bertujuan untuk lebih menyejahterakan rakyat melalui perbaikan dan peningkatan sarana public. Kemenkop UKM menekankan pentingnya pajak bagi para pelaku UMKM yang memanfaatkan online agar semakin kompetitif pada era pasar bebas. Disamping itu, Direktorat Jendral Pajak (DJP) Kementerian Keuangan sedang merumuskan aturan perpajakan untuk kegiatan *e-commerce* yang akan diterapkan supaya tetap memprioritaskan kewajiban pajak para pelaku *online shop* di media sosial. Dengan kata lain, pelaku usaha yang memakai media sosial untuk berjualan tetap harus membayar pajak dan mencantumkannya di laporan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT).

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan RI telah menerbitkan aturan pajak khusus bagi pelaku usaha berbasis elektronik (*e-commerce*) atau *online shop*. Aturan yang tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.210/PMK.010/2018 tersebut direncanakan 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. (Peraturan Menteri Keuangan, 2018)

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.210/PMK.010/2018 Pasal 4 menyebutkan bahwa pedagang atau penyedia jasa wajib memberitahukan NPWP kepada penyedia *platform marketplace*. Pedagang atau penyedia jasa yang melakukan penyerahan barang dan/ atau jasa secara elektronik (transaksi *e-commerce*) melalui Penyedia Platform Marketplace sebagaimana dimaksud melaksanakan kewajiban Pajak Penghasilan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan di lingkup Pajak Penghasilan. Pengaturan ini lebih menjelaskan tata cara dan prosedur pemajakan untuk memberikan kemudahan administrasi dan mendorong kepatuhan perpajakan para pelaku *e-commerce* demi menciptakan perlakuan yang setara dengan pelaku usaha konvensional contoh *e-commerce* seperti lazada, tokopedia, akulaku, shoppe, JdId dan lainnya. (Minggu Agustinus, 2021)

Pengusaha *e-commerce* sudah tidak bisa lagi untuk menghindar dari pemberlakuan pajak karena sudah adanya peraturan yang berlaku. Terkait Surat Edaran Direktorat Jendral Pajak SE/62/PJ/2013 mengenai penegasan ketentuan perpajakan terhadap Transaksi *e-commerce* dan Surat Edaran SE-06/PJ/2015 mengenai Pemptongan maupun Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi *e-commerce*. Peraturan tersebut dijelaskan bahwa Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi *e-commerce* melingkupi pajak yang berdasarkan pada proses bisnis dan penyedia tempat ataupun waktu

(online marketplace), pajak yang berdasarkan proses bisnis penjualan barang maupun jasa (*classified ads*), pajak yang berdasarkan proses bisnis penyetoran hasil penjualan kepada *online marketplace* merchant oleh pengelola online market place (*daily deals*) dan pajak berdasarkan online retail. (Rosalinawati & Syaiful, 2018)

Dalam upaya pemenuhan kewajiban perpajakan sangat diperlukan adanya pemahaman dari wajib pajak, Dalam hal pengetahuan Wajib Pajak terhadap peraturan perpajakan dapat dikatakan belum semua wajib pajak memahami. Seorang Wajib Pajak dikatakan patuh dalam kegiatan perpajakan perlu memahami secara penuh tentang peraturan perpajakan antara lain mengetahui dan berusaha memahami Undang-Undang perpajakan, cara pengisian formulir perpajakan, cara menghitung pajak, selalu membayar pajak tepat waktu dan cara melaporkan SPT. Wajib Pajak yang tidak memahami peraturan perpajakan secara jelas cenderung akan menjadi pajak yang tidak taat.

Selain itu, terdapat permasalahan lain yaitu kesadaran dari Wajib Pajak. Hal ini merupakan syarat dimana Wajib Pajak itu sendiri mengerti hak dan kewajiban perpajakan yang menjadi suatu keharusan. Namun demikian untuk membangun kesadaran mengenai kewajiban membayar pajak bukanlah suatu masalah yang mudah diatasi, melainkan pajak yang dibebankan kepada pemilik usaha *online shop* secara keseluruhan belum terlaksana dengan efektif dan efisien, mereka berasumsi bahwa pemilik *online shop* masih banyak yang coba-coba dalam melakukan bisnis di dunia *e-commerce* sehingga persepsi mereka berpengaruh negatif agar tidak membayarkan pajaknya. (Hasanudin et al., 2020)

Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dapat berpengaruh oleh pemahaman perpajakan. Pemahaman pajak memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban pajak penghasilan. Wajib Pajak yang patuh adalah Wajib Pajak yang taat dan memenuhi serta melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Pemahaman perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. (Adiasa, 2013)

Kepatuhan wajib pajak UMKM juga dapat dipengaruhi oleh kesadaran pajak. Kesadaran wajib pajak merupakan suatu keadaan dimana wajib pajak memiliki keinginan untuk membayarkan pajak karena wajib pajak telah memahami, mengakui, menghargai, serta mentaati dari ketentuan perpajakan yang berlaku. Mengingat kembali sistem perpajakan yang diterapkan di Indonesia yaitu *self assessment system* terkait dengan pemungutan pajak untuk memberikan tanggung jawab yang besar kepada masing-masing wajib pajak untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, jika kesadaran wajib pajak tinggi, maka kepatuhan wajib pajaknya akan meningkat. Kesadaran wajib pajak pelaku *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dapat diartikan apabila wajib pajak yang memiliki kesadaran akan terus melakukan kewajibannya untuk membayar pajak. (Arisandy Nelsi, 2017)

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, penulis berkeinginan untuk mengolahnya lebih lanjut dengan tujuan untuk menganalisis penerapan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce* di

Sidoarjo dan juga hambatan-hambatan apa yang terjadi dalam melakukan penerapan peraturan pajak UMKM *e-commerce*, dalam skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Pemahaman Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM *E-commerce*”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah pemahaman perpajakan sangat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *E-commerce*?
2. Apakah kesadaran wajib pajak sangat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *E-commerce*?
3. Apakah pemahaman perpajakan dan kesadaran wajib pajak sangat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *E-commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1.3.1 Tujuan Umum

1. Untuk memenuhi syarat dalam penyelesaian jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Untuk menerapkan wujud dari Tri Dharma Perguruan Tinggi.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui pengaruh dari pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *E-commerce* di Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *E-commerce* di Sidoarjo.

3. Untuk mengetahui pengaruh dari peraturan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *E-commerce* di Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap agar apa yang disajikan dalam penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan pengetahuan yang telah didapatkan selama perkuliahan. Khususnya di bidang akuntansi serta memberikan kesempatan pada penulis untuk memahami tentang pengaruh pemahaman, kesadaran, dan persepsi wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *E-commerce* di Sidoarjo.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti.
Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari atau diperoleh selama perkuliahan serta bermanfaat untuk menambah wawasan peneliti dalam bidang akuntansi mengenai bagaimana pentingnya penerapan Pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *E-commerce*.
2. Bagi pelaku UMKM *E-commerce* di Sidoarjo.
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan pertimbangan untuk bagaimana meningkatkan tentang pemahaman, kesadaran, persepsi pajak pada UMKM *E-commerce* di Sidoarjo.
3. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan dan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya di perpustakaan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.