

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara berkembang yang salah satu sumber pendapatannya adalah dari pemungutan pajak, baik dari pajak negara maupun pajak daerah. Pajak sangat penting bagi pembangunan nasional Indonesia karena pajak memberikan kontribusi yang sangat besar untuk penerimaan kas negara. Pajak merupakan iuran wajib yang dibayar rakyat kepada negara tanpa kontraprestasi secara langsung dan akan digunakan untuk kepentingan pemerintah dan masyarakat umum (Mardiasmo: 2011). Secara keseluruhan rakyat diberi tanggung jawab bersama dalam menjalankan roda pemerintahan melalui pajak. Namun tidak semua rakyat Indonesia diwajibkan dalam membayar pajak, hanya yang memenuhi syarat yang telah diatur dalam aturan perundang-undangan sesuai pada pasal 23A UUD 1945, yang berbunyi “pajak dan pungutan yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang”. Apabila pajak tidak diatur dalam peraturan undang-undang, maka akan dianggap sebagai suatu perampokan kepada rakyat. Pajak penghasilan adalah salah satu jenis pajak yang menjadi penerimaan negara. Pajak penghasilan merupakan tambahan kemampuan ekonomis yang diperoleh wajib pajak.

Perkembangan teknologi saat ini semakin mempermudah semua orang dalam melakukan kegiatan, termasuk kegiatan dalam berbisnis, atau yang kita

kenal dengan *e-commerce* yang kini tengah berkembang pesat termasuk di negara Indonesia. Masyarakat dengan mudah untuk melakukan jual beli di market place melalui *e-commerce*, web, sosial media, atau aplikasi belanja *online* lainnya. *E-commerce* dapat membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan serta dapat menyampaikan informasi secara detail mengenai produk maupun harga spesial yang diberikan kepada konsumen secara *online* dan memudahkan proses transaksi tanpa harus datang ke toko secara langsung sehingga dapat bersaing dengan toko sejenis dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

Sejalan dengan cepatnya perkembangan bidang teknologi, penggunaan teknologi diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi kedalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)*. Bisnis *e-commerce* di Indonesia telah memasuki tahapan baru. Kemajuan teknologi dalam bidang perdagangan *e-commerce* tumbuh sangat pesat di Indonesia. Meningkatnya pertumbuhan transaksi *e-commerce* di Indonesia menjadi perhatian pemerintah untuk mulai mengatur aspek perpajakan transaksi *e-commerce* dalam rangka optimalisasi penerimaan pajak di masa mendatang. Namun hal tersebut sangatlah tidak mudah bagi pemerintah untuk menentukan atau melaksanakan aturan kepada para pelaku bisnis *online* (Sari, 2018). Kementerian perdagangan mengakui bahwa kesulitan

untuk menyusun peraturan perpajakan *e-commerce*, sehingga perlakuan pajak *e-commerce* sama dengan perlakuan pajak atas perdagangan lainnya. Perkembangan teknologi juga memberikan dampak bertambahnya jumlah pengguna media sosial yang menunjukkan peningkatan secara signifikan mengakibatkan penambahan fungsi tersendiri dalam penggunaan media sosial tersebut. Apabila sebelumnya media sosial digunakan untuk berkomunikasi dengan teman atau keluarga, sekarang media sosial juga dimanfaatkan untuk keperluan bisnis. Hal ini didukung dengan masuknya media sosial ke dalam *e-commerce* yang memiliki pasar yang cukup besar. Pelaku usaha yang menggunakan sarana media sosial sebagai pendukung bisnisnya tidak hanya berasal dari golongan korporat saja, tapi juga dari personal yang jumlahnya cukup besar. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya orang yang menyadari akan peluang media sosial serta kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial yang dapat mendukung bisnisnya. Sehingga banyak orang yang beramai-ramai menggunakan media sosial sebagai sarana pendukung bisnisnya. Media sosial memiliki fungsi untuk menerima dan menyalurkan informasi serta berkomunikasi dengan orang lain. Sementara *e-commerce* berfungsi sebagai media jual-beli online, sehingga media sosial berfungsi sebagai sarana yang mempertemukan antara penjual dan pembeli di dunia maya. Media sosial merupakan *platform* digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling bersosial, baik itu berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto dan video. Segala konten yang dibagikan tersebut akan terbuka untuk publik secara *realtime*. Media sosial adalah suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang bisa memungkinkan orang-orang untuk

saling melakukan interaksi, produksi dan bagi pesan (B.K. Lewis 2010). Media sosial biasanya berbasis web atau aplikasi yang dilengkapi dengan bermacam-macam fitur untuk memudahkan penggunaanya dalam berinteraksi dan berkomunikasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Contoh dari jejaring sosial populer ini adalah Facebook, Tiktok, Whatsapp, dan Instagram. Hadirnya media sosial dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan pembeli ke *website* bisnis *online* yang dibuat. Melalui media sosial, orang-orang diarahkan untuk berkunjung ke suatu website bisnis online. *E-commerce* merasakan bahwa dengan adanya media sosial dapat menambah jumlah penjualan dari usaha yang mereka punya sehingga *netter* (pengguna internet) dengan mudahnya melihat berbagai macam *e-commerce* yang telah berjualan melalui media sosial dengan memunculkan penawaran dan iklan. Fungsi media sosial yang awalnya adalah untuk menghubungkan masyarakat dari berbagai kota bahkan negara, sekarang dengan perkembangan fungsi tersebut telah berevolusi untuk menjadi tempat yang digunakan untuk berbisnis atau menjadi tempat *e-commerce*. Media sosial selain sebagai alat sosialisasi juga dapat digunakan sebagai media pemasaran yang efektif karena jangkauannya yang luas. Media sosial berperan penting pada pelaku usaha terutama usaha *online* yang mana dengan media sosial mempermudah pelaku usaha dalam mempelajari konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha *online* harus memaksimalkan media sosial dengan baik untuk mensukseskan usahanya.

Usaha online termasuk dalam bentuk UMKM atau Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. Keberadaan UMKM di Bali tersebar di 9 kabupaten/kota. Perkembangan jumlah UMKM di Provinsi Bali selama periode tahun 2015-2020

mengalami peningkatan dari 265.558 unit pada tahun 2015 menjadi 327.353 unit pada tahun 2020, khususnya sektor UMKM di Kabupaten Buleleng yang berkembang dengan baik. Perkembangannya dapat dilihat dari meningkatnya jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Buleleng. Tahun 2020 Buleleng memiliki UMKM sebanyak 34.374 unit. Jumlah ini sangat besar sehingga kontribusi UMKM terhadap perekonomian Buleleng sangat dirasakan terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja. Meningkatnya keberadaan UMKM di Kabupaten Buleleng sudah seharusnya memicu para pelaku usaha untuk paham mengenai pelaporan pajak penghasilannya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Ketut Sudarmada selaku Kasi Bimbingan Pengawasan di KANWIL DJP Bali yang menyatakan bahwa “Pemahaman wajib pajak akan peraturan perpajakan sangat penting dalam penerapannya guna menopang pendapatan negara demi memenuhi kebutuhan bersama, namun masih banyak para pelaku usaha yang belum memahami tentang pelaporan pajak”. Maka terjadinya fenomena penurunan penerimaan pajak akibat kurangnya pemahaman wajib pajak tentang pelaporan pajak khususnya di daerah Kabupaten Buleleng.

Masalah yang harus mendapatkan solusi dari sektor pajak yaitu kepatuhan wajib pajak yang diakibatkan oleh rendahnya kemauan membayar pajak. Kurangnya informasi tentang peraturan pajak dan sosialisasi dari Kantor Pelayanan Pajak (KPP) setempat kepada pelaku *e-commerce* yang membuat hilangnya pendapatan pajak dari *e-commerce* dan kepatuhan wajib pajak menjadi rendah (Hasanah, 2018). Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 46 tahun 2013 dengan tarif 1% pada WPOP UMKM tidak menguntungkan bagi usaha UMKM

karena pajak yang dibayarkan lebih besar. Nyatanya Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 belum berjalan secara maksimal sehingga pemerintah mengesahkan Peraturan 2 Politeknik Negeri Jakarta Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu yaitu, 0,5% dari omset sampai dengan Rp4.800.000.000,00 yang bersifat final. Guna menghadapi dampak pandemi COVID-19 yang terus meluas dan menurunnya perekonomian nasional, pemerintah mengeluarkan salah satu kebijakan dalam konteks pajak mendukung penanganan dan pencegahan covid-19 yaitu telah diterbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) nomor 28/2020 dengan memberikan pembebasan terhadap fasilitas barang dan jasa yang diperlukan dalam rangka penanganan pandemi COVID-19. Melalui PMK 28/2020 ini, atas beberapa jenis pajak, maka tarif PPh sebesar 0%.

Pada konteks mendukung dunia usaha, pihak pemerintah memberikan fasilitas kemudahan dalam penyampaian Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) wajib pajak pribadi maupun wajib pajak badan yang mana untuk wajib pajak pribadi, batas akhir pelaporan SPT yang sedianya berakhir 31 Maret diperpanjang hingga 30 April 2020. Wajib Pajak tidak perlu membayar pajak, insentif tersebut diberikan untuk periode masa pajak april tahun 2020 hingga september tahun 2020. Wajib Pajak UMKM harus menyerahkan permohonan kepada Direktorat Jenderal Pajak melalui DJP Online untuk mendapatkan insentif tersebut. WP UMKM wajib untuk dapat menyerahkan laporan tentang realisasi DTP Pajak Penghasilan Final perlu menggunakan formulir yang telah tersedia melalui DJP

Online, bersamaan dengan Slip Pembayaran Pajak atau Kode Penagihan, selambatnya tanggal 20 bulan berikutnya setelah tanggal periode masa pajak berakhir. Menurut Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat DJP Neilmaldrin Noor mengatakan bahwa target kepatuhan formal sampai dengan akhir tahun atau 31 Desember 2021 adalah 80% atau 1,2 juta, dengan target tersebut masih ada sekitar 327.000 SPT Tahunan PPh badan yang masih belum dilaporkan. Sesuai dengan ketentuan, pelaporan yang melewati deadline akan mendapatkan sanksi administratif berupa denda Rp1 juta. Banyaknya SPT Tahunan PPh badan yang belum dilaporkan, maka kepatuhan wajib pajak badan ini semakin rendah sehingga mempengaruhi aktivitas bisnis akibat pandemi yang berlangsung dalam setahun terakhir ini. Perubahan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 menjadi Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 merupakan salah satu upaya yang dilakukan 3 Politeknik Negeri Jakarta pemerintah agar pelaku UMKM lebih aktif dalam kegiatan ekonomi formal dengan memberikan kemudahan dalam pembayaran dan pengenaan tarif yang lebih adil (detikfinance, 2018). Pada kenyataannya, penerapan dari peraturan baru yang menegaskan kewajiban pembayaran pajak tersebut masih belum dapat dinilai apakah telah diberlakukan dengan maksimal mengingat sistem pemungutan pajak penghasilan adalah sistem *self assessment* dimana memberikan wewenang kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang terutang. Nyatanya banyak pengusaha *online shop* menganggap pajak sebagai sebuah kewajiban, beban dan hal yang sulit. Selain itu pengusaha *onlineshop* diduga sengaja menghindari pajak dengan cara menyembunyikan penghasilan

mereka karena belum ketatnya penerapan pajak dan belum adanya undang-undang khusus pada *online shop* (Cahyadi, 2018). Pemerintah telah melakukan upaya untuk mengatasi masalah tersebut dengan cara meningkatkan pemahaman peraturan perpajakan dan kepatuhan wajib pajak para pelaku *e-commerce* demi terwujudnya kemauan dalam memenuhi kewajiban membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Potensi Pajak *e-commerce* dimasa mendatang akan semakin meningkat karena perilaku berbelanja di Indonesia sudah bergeser ke belanja online, berdasarkan riset: “Perilaku Belanja *online* di Indonesia” bahwa berdasarkan usia, 50% konsumen yang belanja *online shop* paling banyak merupakan Generasi Y (berusia antara 25-34 tahun), Generasi Z (15-24 tahun) sebanyak 31%, Generasi X (35- 44 tahun) sebanyak 16% dan sisanya merupakan Generasi Baby Boomers (usia 45 tahun keatas) sebanyak 2%. Hal ini menunjukkan bahwa era digital sudah merubah pola kehidupan masyarakat untuk berbelanja secara *onlinedaripada* membelinya di toko fisik (Devi, 2019).

Masalah yang harus dituntaskan dari sektor ini adalah kurang patuhan wajib pajak yang diakibatkan oleh rendahnya kemauan membayar pajak. Padapelaku usaha *e-commerce* kategori remaja biasanya memiliki kesadaran serta pemahaman pajaknya masih rendah, sehingga mereka kurang memperhatikan aspek perpajakan dari transaksi online. Bagi mereka, menjual barang melalui media sosial hanya pekerjaan sampingan tidak perlu dikenakan pajak (Puspawati, 2016). Sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kepatuhan pajak pelaku usaha *e-commerce*, Pemerintah melalui Kementerian Keuangan berencana mewajibkan pengusaha online untuk memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak

(NPWP). Hal ini akan dilakukan berangsur-angsur mulai dari tahun 2018. Regulasi ini merupakan bagian dari upaya untuk meningkatkan pendapatan serta meningkatkan kepatuhan dalam industri *e-commerce* yang tumbuh cepat (Klikpajak.id, 2018). Menurut Robert Pakpahan, Direktur Jenderal Pajak Departemen Keuangan, ada beberapa perusahaan *e-commerce* yang akan meminta penjual untuk menunjukkan nomor identifikasi NPWP sebagai syarat untuk beroperasi di platform mereka dan Platform *e-commerce* ini kemudian akan menyerahkan laporan transaksi bulanan kepada Pemerintah. Kerjasama dengan platform *e-commerce* tersebut dilakukan oleh Pemerintah sebagai sosialisasi kewajiban memiliki NPWP bagi para pelaku UMKM yang berjualan secara online. Tahap berikutnya, barulah melakukan peningkatan terhadap kepatuhan. Tahap ini nantinya akan dilakukan secara hati-hati karena banyaknya penjual online sehingga sedikit mengalami kesulitan dalam melacak (Klikpajak.id, 2018).

Upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak maka perlu adanya peningkatan pemahaman seorang wajib pajak terhadap peraturan perpajakan dan wajib pajak diharapkan dapat menyadari bahwa peran pajak sangat penting dan digunakan untuk membiayai pengeluaran umum pemerintah untuk pencapaian tujuan pembangunan yang dapat memberikan kesejahteraan rakyat (Astina dan Setiawan, 2018). Menurut penelitian Wijayanti dan Sasongko (2017) menunjukkan hasil pemahaman perpajakan akan berpengaruh positif terhadap kepatuhan membayar pajak. Tingkat kepercayaan terhadap sistem pemerintahan berarti sejauh mana masyarakat mempercayai kinerja sistem pemerintahan yang ada dan bagaimana hukum yang ada dinegara tersebut berfungsi sebagaimana mestinya.

Jika wajib pajak yakin bahwa negara beserta sistem pemerintahan dan hukum bisa dipercaya, maka tingkat kepercayaan wajib pajak juga akan meningkat, begitu pula kepatuhan wajib pajak sehingga perlu adanya hubungan baik antara pemerintahan dan wajib pajak (Swandani, 2016). Objek penelitian yang diambil adalah pada para pelaku usaha berbasis media sosial di Kabupaten Buleleng karena meningkatnya perkembangan bisnis berbasis media sosial, maka dari itu menarik untuk meneliti sejauh mana para pelaku usaha berbasis media sosial ini memahami tentang kegiatan usaha yang mereka lakukan, dan juga pemahaman dalam membayar pajaknya sebagai kepatuhan wajib pajak atas kegiatan transaksi bisnis online. Berdasarkan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu.

Melihat dari fenomena ini, peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai : **“PEMAHAMAN KEWAJIBAN PERPAJAKAN PARA PELAKU USAHA BERBASIS MEDIA SOSIAL DI KABUPATEN BULELENG”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pengamatan singkat peneliti melalui tanya jawab ditemukan permasalahan seperti masyarakat kurang mengetahui mengenai kejelasan pengenaan pajak terhadap pedagang online, serta sistem pengenaannya, sehingga muncul permasalahan dalam bentuk penghindaran yang tidak disengaja maupun disengaja dalam pelaporan penghasilan di SPT.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan tidak meluas maka permasalahan penelitian dibatasi dengan memfokuskan pada para pengusaha *online* di Kabupaten Buleleng.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pemahaman pelaku usaha berbasis media sosial terhadap jenis pengenaan pajak penghasilan usaha *online*?
2. Bagaimana pemahaman para pelaku usaha berbasis media sosial dalam pelaporan pengenaan pajak penghasilan usahanya?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pemahaman pelaku usaha berbasis media sosial terhadap jenis pengenaan pajak penghasilan usaha *online*.
2. Untuk mengetahui pemahaman para pelaku usaha berbasis media sosial dalam pelaporan pengenaan pajak penghasilan usahanya.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan membantu pembaca serta menambah wawasan tentang pemahaman para pelaku usaha *onlined* dalam melaporkan pajak penghasilannya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, untuk mengetahui bagaimana pemahaman kewajiban perpajakan para pelaku usaha berbasis media sosial
- b. Bagi masyarakat, memberikan wawasan kepada masyarakat tentang bagaimana pentingnya pemahaman kewajiban perpajakan para pelaku usaha berbasis media sosial di Kabupaten Buleleng
- c. Bagi Lembaga, Universitas Pendidikan Ganesha Menambah referensi atau bahan bacaan di bidang ekonomi khususnya akuntansi dan mendorong dilakukannya penelitian selanjutnya khususnya disektor Perpajakan.