

SKRIPSI

**PENGARUH EFEKTIVITAS PERATURAN PAJAK,
EFEKTIVITAS TARIF PAJAK, DAN KESADARAN WAJIB
PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA
BISNIS ONLINE SHOP DI TRANSAKSI E-COMMERCE
(Studi Kasus Online Shop Elektronik di Kota Makassar)**

**ANDI MUHAMMAD FERDY VIRGIAWAN
A031181531**



**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

PENGARUH EFEKTIVITAS PERATURAN PAJAK, EFEKTIVITAS TARIF PAJAK, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA BISNIS ONLINE SHOP DI TRANSAKSI E-COMMERCE (Studi Kasus Online Shop Elektronik di Kota Makassar)

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

**ANDI MUHAMMAD FERDY VIRGIAWAN
A031181531**



kepada

**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

PENGARUH EFEKTIVITAS PERATURAN PAJAK, EFEKTIVITAS TARIF PAJAK, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA BISNIS ONLINE SHOP DI TRANSAKSI E-COMMERCE (Studi Kasus Online Shop Elektronik di Kota Makassar)

disusun dan diajukan oleh

ANDI MUHAMMAD FERDY VIRGIAWAN
A031181531

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 1 Februari 2023

Pembimbing I

Dr. Hj. Andi Kusumawati, SE., M.Si., Ak., CA., CRA., CRP
NIP. 19660405 199203 2 003

Pembimbing II

Dr. Hj. Sri Sundari, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 19660220 199412 2 001

Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Syarifuddin Rasyid, SE., M.Si.
NIP. 19650307 199403 1 003

SKRIPSI

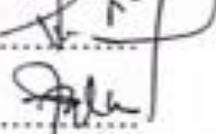
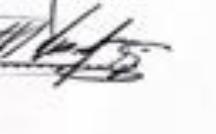
PENGARUH EFEKTIVITAS PERATURAN PAJAK, EFEKTIVITAS TARIF PAJAK, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA BISNIS ONLINE SHOP DI TRANSAKSI E-COMMERCE (Studi Kasus Online Shop Elektronik di Kota Makassar)

disusun dan diajukan oleh

ANDI MUHAMMAD FERDY VIRGIAWAN
A031181531

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **25 Mei 2023** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA., CRP	Ketua	1..... 
2.	Dr. Hj. Sri Sundari, S.E., M.Si., Ak., CA	Sekretaris	2..... 
3.	Dr. Syarifuddin Rasyid S.E., M.Si.	Anggota	3..... 
4.	Drs. Muhammad Ashari, Ak., M.SA, CA	Anggota	

Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Syarifuddin Rasyid, SE., M.Si.
NIP. 19650307 199403 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Andi Muhammad Ferdy Virgiawan
NIM : A031181531
Jurusan/Program Studi : Akuntansi

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

PENGARUH EFEKTIVITAS PERATURAN PAJAK, EFEKTIVITAS TARIF PAJAK, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA BISNIS ONLINE SHOP DI TRANSAKSI E-COMMERCE

(Studi Kasus Online Shop Elektronik di Kota Makassar)

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 1 Februari 2023
Yang membuat pernyataan,



Andi Muhammad Ferdy Virgiawan

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Pertama-tama, ucapan terima kasih peneliti berikan kepada Ibu Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA., CRP dan Ibu Dr. Hj. Sri Sundari, S.E., M.Si., Ak., CA sebagai dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, memberi motivasi, dan memberi bantuan literatur, serta diskusi-diskusi yang dilakukan dengan peneliti.

Adapun skripsi ini berjudul Pengaruh Efektivitas Peraturan Pajak, Efektivitas Tarif Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Bisnis Online Shop di Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Online Shop Elektronik di Kota Makassar). Banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara moril maupun spiritual. Oleh karena itu, peneliti ini mengucapkan terima kasih kepada :

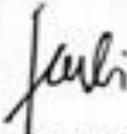
1. Allah SWT. yang telah memberikan kelancaran kepada peneliti dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
2. Kedua orang tua “ Ayah (Andi Indra Jaya), Ibu (Andi Embang Irianty Nganro) ” tercinta serta seluruh keluarga yang telah memberikan bantuan berupa doa maupun material secara tulus dan ikhlas serta dukungan dan kesabaran penuh atas segala tindakan dan kelakuan penulis.
3. Kedua penguji, Bapak Dr. Syarifuddin Rasyid S.E., M.Si. dan Bapak Drs. Muhammad Ashari, Ak., M.SA, CA, yang telah memberikan masukan – masukan terkait penulisan skripsi ini.
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Bapak Prof. Dr. Abdul Rahman Kadir, S.E., M.Si., beserta jajarannya terkhusus kepada Wakil Dekan I, II, dan III, serta Ketua Departemen Akuntansi, Bapak Dr. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., serta seluruh jajarannya yang telah

mengajar dan membagikan ilmu pengetahuannya selama peneliti belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Departemen Akuntansi yang telah memberikan ilmu maupun bimbingan bagi peneliti.
6. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu dalam hal administrasi.
7. Seluruh kerabat terdekat khususnya Akuntansi dan Manajemen 2018, serta seluruh kerabat di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang tidak dapat disebutkan satu – persatu, terima kasih atas dukungan dan doanya.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggungjawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Makassar, 1 Februari 2023


Peneliti

ABSTRAK

PENGARUH EFEKTIVITAS PERATURAN PAJAK, EFEKTIVITAS TARIF PAJAK, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA BISNIS ONLINE SHOP DI TRANSAKSI E-COMMERCE

(Studi Kasus Online Shop Elektronik di Kota Makassar)

THE INFLUENCE OF TAX REGULATION EFFECTIVENESS, TAX RATE EFFECTIVENESS, AND TAXPAYER AWARENESS ON TAXPAYER COMPLIANCE IN ONLINE SHOP BUSINESS IN E-COMMERCE TRANSACTIONS

(Case Study of Online Shop Electronics in Makassar City)

Andi Muhammad Ferdy Virgiawan
Andi Kusumawati
Sri Sundari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari efektivitas peraturan pajak, efektivitas tarif pajak, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada bisnis *online shop* di transaksi *e-commerce*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data penelitian ini diperoleh dengan cara mengisi kuesioner (primer). Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 26. Adapun teknik analisis data yang dipakai adalah uji kualitas data dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan seluruh hipotesis diterima yaitu variabel efektivitas peraturan pajak, efektivitas tarif pajak, dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif ke variabel kepatuhan wajib pajak. Efektivitas peraturan pajak, efektivitas tarif pajak, dan kesadaran wajib pajak secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata kunci : Efektivitas Peraturan Pajak, Efektivitas Tarif Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak

This study aims to determine the effect of the effectiveness of tax regulations, effectiveness of tax rates, and awareness of taxpayers on taxpayer compliance in online shop businesses in e-commerce transactions. This research is a quantitative research. The research data was obtained by filling out a questionnaire (primary). Data processing uses the SPSS version 26 program. The data analysis technique used is data quality testing and hypothesis testing. The results showed that all hypotheses were accepted, namely the effectiveness of tax regulations, the effectiveness of tax rates, and taxpayer awareness had a positive effect on the variable of taxpayer compliance. The effectiveness of tax regulations, the effectiveness of tax rates, and the awareness of taxpayers simultaneously and partially affect taxpayers compliance.

Keywords : Effectiveness of tax regulations, Effectiveness of tax rates, Awareness of taxpayers, Taxpayer Compliance

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep Penelitian	11
2.1.1 Teori Atribusi	11
2.1.2 Teori Keadilan.....	12
2.1.3 Pengertian Pajak.....	13
2.1.4 Fungsi Pajak	14
2.1.5 Penggolongan Pajak.....	15
2.1.6 Wajib Pajak	16
2.1.7 Pajak Penghasilan	18
2.1.8 Pajak Pertambahan Nilai (PPN)	18
2.1.9 Hak dan Kewajiban Pajak.....	19
2.1.10 E-Commerce	21
2.2 Tinjauan Empirik	22
2.2.1 Peraturan Pajak Penghasilan Atas Transaksi E-Commerce	22
2.2.2 Tarif Pajak Atas Transaksi E-Commerce	24
2.2.3 Kesadaran Wajib Pajak	26
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.4 Kerangka Pemikiran	29

2.5 Hipotesis	30
2.5.1 Pengaruh Efektivitas Peraturan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	30
2.5.2 Pengaruh Efektivitas Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .	31
2.5.3 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Rancangan Penelitian	32
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1 Populasi	32
3.3.2 Sampel	33
3.4 Jenis dan Sumber Data	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35
3.7 Instrumen Penelitian.....	37
3.7.1 Uji Validitas	37
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.8 Analisis Data.....	38
3.8.1 Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	41
4.2.1 Jenis Kelamin.....	41
4.2.2 Umur.....	42
4.2.3 Lama Bekerja	43
4.2.4 Pendidikan terakhir	43
4.2.5 Omset rata-rata/tahun.....	44
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	45
4.3.1 Penentuan Range	45
4.3.2 Deskriptif Variabel Efektivitas Peraturan Pajak (X_1).....	46
4.3.3 Deskripsi Variabel Efektivitas Tarif Pajak (X_2).....	48
4.3.4 Deskriptif Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X_3)	49
4.3.5 Deskripsi Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	51
4.4 Hasil Analisis Data.....	53
4.4.1 Uji Validitas	53
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.4.3 Analisis Linear Berganda.....	55
4.4.4 Koefisien Determinan (R^2)	56
4.5 Uji Hipotesis	56
4.5.1 Uji Parsial (Uji Statistik T)	57
4.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)	58
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
4.6.1 Pengaruh Efektivitas Peraturan Pajak (X_1) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak(Y).....	59

4.6.2 Pengaruh Efektivitas Tarif Pajak (X_2) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y).....	60
4.6.3 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak (X_3) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y).....	61
BAB V PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68
Lampiran 1	68
Lampiran 2	69
Lampiran 3	75

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja	43
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan omset rata-rata/tahun	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Frequency Peraturan Pajak (X_1)	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Frequency Tarif Pajak (X_2)	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Frequency Kesadaran Wajib Pajak (X_3)	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Frequency</i> Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas	54
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4. 13 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	56
Tabel 4. 14 Hasil uji signifikan parsial (uji statistik T)	57
Tabel 4. 15 Hasil uji signifikan simultan (Uji Statistik F)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Persentase Usaha E-Commerce Menurut Media Penjualan 2020	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran. 1	68
Lampiran. 2	69
Lampiran. 3	75

BAB I

PENDAHULUAN

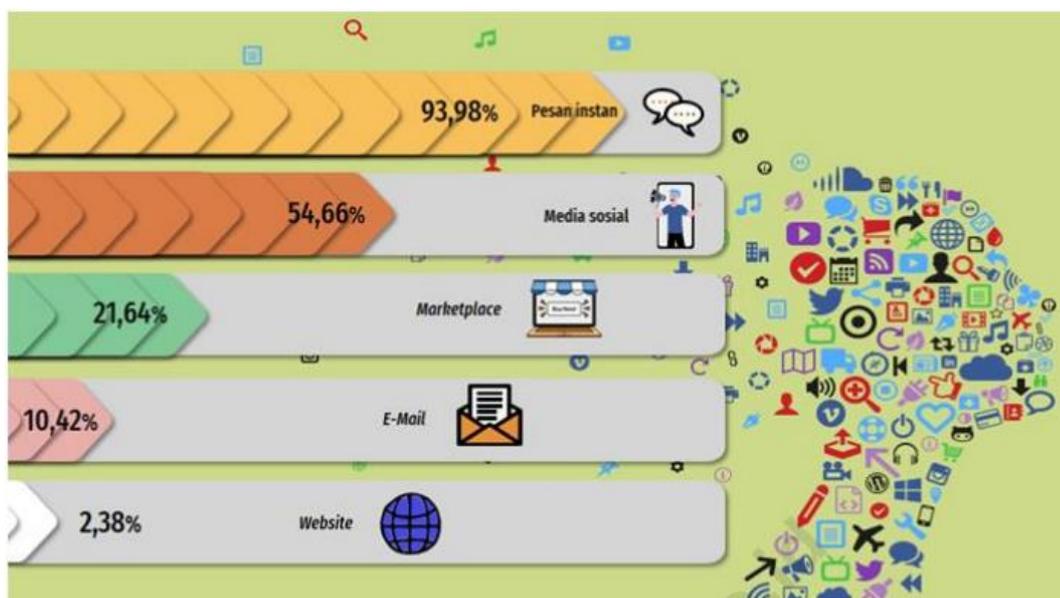
1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju terutama dalam hal teknologi informasi yang begitu cepat dan signifikan berkontribusi terhadap aktivitas di dunia secara global. Aktivitas tersebut salah satunya melalui kegiatan ekonomi dan dunia usaha di berbagai kalangan yang merupakan proses bisnis ke arah digital. Salah satu yang menjadi kemajuan pada proses transaksi bisnis yakni calon konsumen atau pembeli dengan mudah memanfaatkan TIK untuk membeli produk atau mencari kebutuhan dapat dijangkau kapanpun. Melalui perangkat teknologi yang canggih seperti, handphone, komputer, atau jejaring sosial lainnya yang berfungsi untuk memudahkan dalam mendapat produk yang dibutuhkan tanpa mengenal batasan ruang dan waktu. Adapun dalam kegiatan ini dikenal dengan istilah perdagangan berbasis online atau *e-commerce* (Leonardo & Tjen, 2020).

Penggunaan teknologi internet diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap dunia bisnis yang semakin kompetitif dan mampu mengimplementasikan kegiatan berbisnis dengan mudah dan cepat. *Electronic commerce (e-commerce)* sebagai implementasi penjualan produk secara efisien dengan memasarkan berbagai macam produk atau jasa baik fisik maupun digital. Dalam penggunaan teknologi tersebut, berbagai pihak yang terkait dengan perusahaan seperti investor, konsumen, pemerintah akan ikut berperan memanfaatkan *e-commerce* (Jamain, 2019). *E-commerce* seringkali diminati oleh masyarakat sebab memiliki nilai efektivitas dan efisiensi yang prestise. Kemudahan dan peluang yang

ditawarkan ditambah dengan bonus demografi populasi muda yang dominan dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi membuat berbagai ide dan inovasi strategis bisnis pada *e-commerce* atau yang biasa dikenal dengan sebutan *online shop* (olshop). Media sosial yang dimanfaatkan dalam *e-commerce* sering dijumpai pada Instagram, Facebook, Twitter, dan sebagainya untuk tempat menawarkan dan memasarkan produk kepada publik. Adapun penggunaan platform melalui aplikasi belanja online seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, dan sebagainya yang sering kali banyak diakses seluruh kalangan usia (Hama, 2021).

Gambar 1. 1 Persentase Usaha E-Commerce Menurut Media Penjualan 2020
Sumber: BPS Statistik, 2021



Tersedianya media penjualan melalui internet semakin beragam jenisnya. Hasil survey menurut Badan Pusat Statistik (2021) menunjukkan hampir seluruh usaha melakukan penjualan secara online. Media penjualan *e-commerce* melalui aplikasi pesan instan sebesar 93,98% dimana pesan instan berupa aplikasi WhatsApp, Line, Telegram, dan sebagainya. Selanjutnya, sebesar 54,66% usaha *e-commerce* berjualan secara online melalui media sosial seperti

Instagram, Facebook, Twitter, dan sebagainya. Media penjualan pada marketplace/platform digital sebesar 21,64%, terdapat 10,42% usaha yang menggunakan e-mail dalam berjualan online, serta urutan terbawah sebesar 2,38% usaha yang menggunakan website.

Fenomena pangsa pasar *e-commerce* yang potensial mengubah bisnis tradisional menjadi bisnis digital. Pemerintah telah mengatur beberapa kajian hukum terkait *e-commerce* yang tercantum dalam UU No. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan yang menjelaskan kepastian hukum serta kesepakatan mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik. Demikian halnya dalam pemberlakuan wajib pajak bagi pengusaha dan individu yang melakukan bisnis secara online pada *e-commerce*. Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Ketentuan Umum dan Tata cara Perpajakan, Wajib Pajak merupakan orang pribadi atau badan yang meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan-undangan perpajakan. Menteri Keuangan Tahun 2019, Sri Mulyani menerbitkan peraturan dalam PMK-210 terkait tata cara dan prosedur perpajakan yang berfungsi untuk memberikan kemudahan administrasi dan mendorong kepatuhan perpajakan para pelaku *e-commerce* (Pratiwi, 2020).

Pajak memiliki peran penting sebagai salah satu sumber utama dan penghasilan negara yang dipergunakan dalam pembangunan nasional dan mewujudkan negara yang sejahtera, berdikari, adil, dan merata. Fungsi pajak umumnya dalam hal fungsi mengatur dan fungsi penerimaan yakni guna mengatur alat serta melaksanakan kebijakan di bidang ekonomi, sosial, dan budaya. Kemudian pada fungsi penerimaan sendiri pajak berfungsi sebagai sumber dana

yang dialokasikan pada pembiayaan serta pengeluaran pemerintah (Wardoyo & Subiyakto, 2017). Mengenai hal ini maka Dirjen Pajak Kementerian Keuangan RI menjelaskan terkait pemasaran *e-commerce* meningkat signifikan di Indonesia namun hanya sebagian pelaku *e-commerce* yang memiliki bisnis *online shop* yang mendaftarkan diri sebagai pembayar pajak dan memiliki NPWP.

Berdasarkan data Dirjen Pajak Kementerian Keuangan RI berkisar 1.600 sampel yang diuji coba menunjukkan pada 600 belum teridentifikasi dan sisanya berkisar 1.000 telah melaporkan pajak. Sehingga jumlah 620 dari totalitas 1.000 pelaku usaha dan telah memiliki NPWP. Sebagian besar pelaku usaha tersebut telah melapor namun tidak diketahui pelaporannya. Adapun kepemilikan NPWP yaitu identitas yang telah mendaftarkan diri sebagai wajib pajak. Kini diberlakukan sebagai syarat untuk dapat melaporkan serta membayar kewajiban pajak. Mendaftarkan diri sebagai wajib pajak memiliki arti salah satu indikator guna memenuhi kepatuhan membayar pajak (Sari, 2018). Pada wajib pajak yang melakukan kegiatan transaksi secara *e-commerce* harus mematuhi peraturan yang berlaku dimana wajib pajak memberitahukan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atau NIK pada penyedia platform marketplace. Wajib pajak menjalankan kewajiban PPh sesuai ketentuan yang telah ditetapkan seperti pajak final yang menggunakan tarif 0,5% dari omset penghasilan.

Pemerintah telah menetapkan tarif Pajak Penghasilan (PPh) terutama pada Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yang sebelumnya 1% menjadi 0,5% sebagai upaya menumbuhkan daya saing dengan produk-produk impor pada era digital. UMKM saat ini tengah meningkat dengan pesat seiring perkembangan teknologi sehingga di Indonesia terutama UMKM telah banyak memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara atau Produk Domestik Bruto (Suci, 2017). Tarif pajak *e-commerce* menjadi pedoman dalam menetapkan besaran pajak yang

terutang, jika tarif pajak yang telah ditetapkan oleh Dirjen Pajak rendah maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Kepatuhan wajib pajak juga akan menjadi dampak positif terhadap besarnya pendapatan negara.

Menurut Fitriandi (2020) menunjukkan bahwa tarif pajak untuk transaksi *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Akan tetapi tidak secara keseluruhan tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak masyarakat seperti pada penelitian Ningsih (2019) yang menunjukkan bahwa tarif pajak tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak atas transaksi *e-commerce*. Kontribusi tersebut salah satunya melalui penerimaan pajak yang diharapkan pengusaha *e-commerce* dapat mematuhi kewajiban perpajakan. Persepsi yang menunjukkan pemahaman akan sesuatu sehingga jika UMKM dapat memahami apa itu kewajiban perpajakan, bagaimana penghitungan pajak yang benar, bagaimana pelaporan pajak di era teknologi digital sekarang ini serta pentingnya penerimaan pajak untuk membiayai pembangunan negara tentu akan bisa meningkatkan kesadaran dalam membayar pajak (Triatmoko et al, 2021).

Persepsi wajib pajak dan pengetahuan wajib pajak mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM dalam pemenuhan di kewajiban perpajakan di pengusaha *e-commerce* yang bergerak dibidang penjualan elektronik secara *online*. Pengusaha *e-commerce* sudah tidak dapat menghindar dari pemberlakuan pajak sebab telah adanya peraturan yang berlaku. Berdasarkan 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 Pemotongan 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, pajak yang berdasarkan proses bisnis penyetoran hasil penjualan kepada *online market place merchant* oleh pengelola *online market place (daily deals)* dan pajak berdasarkan *online retail*. Kemudahan dalam pembayaran pajak dan pelaporan juga telah dikembangkan oleh Dirjen Pajak seperti e-billing, efilling, dan e-spt (Rosalinawati & Syaiful, 2018).

Pengetahuan pajak merupakan hal penting dalam meningkatkan kesadaran akan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Pengetahuan perpajakan meliputi beragam jenis berupa pengetahuan terkait manfaat pajak, tarif pajak, pelaporan surat pemberitahuan tahunan (SPT), jenis pajak yang harus dibayarkan, sanksi perpajakan, dan sistem pembayaran pajak (Alfiah, 2014). Selanjutnya pengetahuan perpajakan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang dilakukan oleh fiskus sebagai pegawai atau pejabat pemerintah yang bertugas untuk mengurus dan menarik pajak (Saputro, 2018). Kesadaran akan wajib pajak juga menjadi permasalahan yang dihadapi oleh otoritas perpajakan di Indonesia yakni adanya masyarakat yang belum atau enggan melaporkan harta dan membayar pajak terutama bagi pengusaha atau UMKM yang mulai berbisnis secara online. Hal ini juga berlaku pada beberapa wilayah Indonesia salah satunya kota Makassar. Peranan UMKM dalam pertumbuhan ekonomi di Kota Makassar di indikasikan dengan pertumbuhan UMKM. Pertumbuhan UMKM dipengaruhi oleh beberapa variabel yang berkaitan dengan jumlah UMKM yang terdiri dari jumlah unit UMKM dan jumlah tenaga kerja UMKM (Bahri et al, 2019). Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan terkait belum maksimalnya penerimaan pajak sektor UMKM atau pada bisnis *online shop* di *e-commerce* maka peneliti tertarik untuk mengkaji dan menganalisis permasalahan

yang terjadi sebagai fenomena saat ini dan juga menjadikan kepatuhan wajib pajak dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia sebagai upaya menjalankan efektivitas kepatuhan wajib pajak yakni peran bisnis *online shop* di kota Makassar. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maulana Istar Mahindra (2020) yang berjudul Pengaruh Perubahan Tarif, Sanksi dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian Maulana Istar Mahindra (2020) adalah objek penelitian dan juga variabel yang digunakan, yaitu dengan mengeluarkan variabel perubahan tarif dan sanksi perpajakan dan menambahkan variabel efektivitas peraturan dan efektivitas tarif pajak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel terkait kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini mengkaji faktor - faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak dengan judul “Pengaruh Efektivitas Peraturan Pajak, Efektivitas Tarif Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Bisnis *Online Shop* di Transaksi E-Commerce”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan sebelumnya, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah efektivitas peraturan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pada bisnis *online shop e-commerce*?
2. Apakah efektivitas tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pada bisnis *online shop e-commerce*?
3. Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pada bisnis *online shop e-commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun pada tujuan penelitian ini bertujuan antara lain:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh efektivitas peraturan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada bisnis *online shop e-commerce*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh efektivitas tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada bisnis *online shop e-commerce*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada bisnis *online shop e-commerce*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun pada kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, informasi dalam penelitian ini diharapkan menjadi sumbangsih pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang perpajakan dan menambah pengetahuan dan wawasan yang dikaitkan dengan fenomena perkembangan kemajuan teknologi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yaitu hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan peraturan pajak, tarif pajak, dan kesadaran wajib pajak yang diterapkan pada bisnis *online shop e-commerce*.

b. Bagi Masyarakat dan Institusi

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan permasalahan perpajakan oleh para pelaku *e-commerce* dan peneliti memiliki harapan dengan dilakukannya penelitian tentang perpajakan sebagai acuan atau masukan bagi pemerintah sebagai pengelola pajak guna meningkatkan penerimaan pendapatan bagi negara serta sebagai evaluasi bagi kesadaran pelaku bisnis *online shop* terhadap kepatuhan wajib pajak.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini disusun untuk membatasi kajian tentang kepatuhan wajib pajak yang diterapkan pada bisnis *online shop e-commerce* yang sedang dalam pengembangan pengelolaan wajib pajak oleh pemerintah terutama di wilayah kota Makassar dan wilayah lainnya. Penelitian ini dibatasi pada lingkup bisnis *online shop* di bidang produk elektronik handphone dan sebagainya. Maka periode penelitian dibatasi pada dua bulan tersebut dimana berfokus pada informasi yang diperoleh dari pelaporan wajib pajak UMKM bisnis *online shop* di *e-commerce*.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan penelitian ini, maka peneliti menguraikan sistematika pembahasan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan kajian teori dan konsep yang relevan untuk membahas permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini berupa tinjauan teori dan konsep, tinjauan empirik, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional yang digunakan, instrument penelitian, dan analisis data.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum obyek penelitian, hasil penelitian, dan analisis hasil pengujian hipotesis.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang menjawab rumusan masalah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep Penelitian

2.1.1 Teori Atribusi

Pada penelitian ini mengadopsi teori atribusi pertama kali dikenalkan pada tahun 1958 oleh Fritz Heider. Teori atribusi menjelaskan tentang suatu proses atribusi dalam memahami suatu peristiwa atau perilaku yang terjadi berkaitan dengan asumsi situasional dalam keadaan eksternal atau disposisional terkait dengan karakteristik internal (Ramadhanty, 2020). Mengutip teori atribusi yang dikembangkan oleh Heider menyatakan bahwa perilaku adalah produk dari kapasitas dan motivasi. Kapasitas mengacu pada kemampuan individu melakukan perilaku tertentu sebagai karakteristik pribadi dirinya dan dipengaruhi lingkungan yang memungkinkan perilaku tersebut. Sedangkan motivasi mengacu pada niat individu dan berbagai upaya yang dilakukan dalam mencapai tujuan atau keinginan yang dikehendakinya (Hooper, 2018).

Pada penelitian ini mengusulkan bahwa model perilaku kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal dalam penelitian ini mencakup pemahaman dan kesadaran pengusaha bisnis *online shop* di *e-commerce* dalam wajib pajak. Kemudian faktor eksternal dipengaruhi oleh peraturan pajak dan tarif pajak yang dikhususkan pada bisnis *online shop* di *e-commerce*. Menurut Robbins (2002) dalam Ardiyansyah (2017) mengemukakan terdapat penentuan faktor internal atau eksternal bergantung pada tiga faktor, sebagai berikut:

1. Kekhususan (Kesendirian atau Distinctiveness)

Kekhususan dimaksudkan individu mempersepsikan perilaku individu lain secara berbeda-beda pada situasi yang berlainan. Apabila perilaku individu dianggap tidak biasa maka individu lain sebagai pengamat yang akan memberikan atribusi eksternal terhadap perilaku tersebut. Sedangkan apabila hal tersebut dianggap hal yang biasa maka pengamat akan memberikan atribusi internal.

2. Konsensus

Konsensus diartikan apabila seluruh individu memiliki kesamaan perspektif dalam merespon perilaku individu lainnya dalam situasi yang sama. Apabila konsensusnya tinggi, maka termasuk atribusi eksternal, sedangkan jika konsensusnya rendah maka termasuk atribusi internal.

3. Konsistensi

Konsistensi diartikan jika individu menilai perilaku orang lain dengan respon sama dari waktu ke waktu. Dimana semakin konsisten perilaku maka orang akan menghubungkan hal itu dengan penyebab internal dan sebaliknya.

2.1.2 Teori Keadilan

Teori keadilan memfokuskan tentang cara mendistribusikan hak dan kewajiban secara seimbang di dalam masyarakat. Hal ini agar setiap orang memiliki peluang memperoleh manfaat dan menanggung beban yang sama. Fokus keadilan sebagai inti yang dapat dicapai melalui prosedur yang tersusun dengan jelas dan tidak memihak. Pada variabel peraturan pajak dan tarif pajak menggambarkan sistem yang dapat menggambarkan dan memberikan informasi masyarakat dalam mengetahui besaran jumlah pajak yang telah dibayarkan dan dialokasikan dalam pembiayaan infrastruktur, fasilitas, dan sebagainya sebagai upaya pembangunan negara yang ditujukan sebesar-besarnya kemakmuran

rakyat (Ramdhanty, 2020). Hal ini juga berlaku pada perpajakan dimana berdasarkan pendapat para ahli terdapat teori landasan diselenggarakannya pemungutan pajak, antara lain: (Susana, 2019)

1. Teori Asuransi

Negara melindungi jiwa, raga, harta, dan segala hak sebab sebagai warga negara harus membayar pajak sebagai premi asuransi atas jaminan perlindungan.

2. Teori Kepentingan

Beban pajak didasarkan atas kepentingan warga negara dimana semakin besar kepentingannya maka besar pula pajak yang dibayarkannya.

3. Teori Daya Pikul

Beban pajak harus sama berat bagi semua individu sesuai beban yang diwajibkannya. Namun untuk mengetahui hal tersebut dapat menggunakan pendekatan dengan alat ukur seperti unsur objektif atau besarnya penghasilan, serta unsur subjektif atau besarnya kebutuhan materil yang harus dipenuhi.

4. Teori Bakti

Teori ini menjelaskan bahwa sebagai warga negara yang berbakti dan cinta tanah air maka secara tidak langsung menyadari untuk berkewajiban membayar pajak.

5. Teori Asas Daya Beli

Pada teori ini pajak dimaksudkan sebagai penarikan daya beli masyarakat dan negara wajib memelihara kesejahteraan warga negaranya.

2.1.3 Pengertian Pajak

Pajak merupakan sumber penerimaan atau gambaran partisipasi masyarakat dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan

pembangunan negara. Pajak berupa iuran yang dibayarkan oleh rakyat kepada kas negara berdasarkan peraturan dan Undang-Undang sehingga bersifat memaksa dengan tidak memperoleh balas jasa secara langsung namun pada penggunaan fasilitas dan infrastruktur yang disediakan oleh negara. Terdapat beberapa ciri atau karakteristik mengenai pajak, yaitu: (Pratiwi, 2020)

1. Pemungutan pajak berdasarkan pada peraturan pelaksanaannya atau Undang-Undang yang berlaku.
2. Tidak ada balas jasa langsung terhadap laporan pajak atau pembayaran pajak.
3. Pemungutan pajak dilaksanakan oleh pemerintah pusat maupun daerah disebut pajak pusat dan pajak daerah.
4. Hasil pendapatan pajak dimanfaatkan untuk membiayai pengeluaran pemerintah atau anggaran secara rutin baik dipergunakan dalam pembangunan, infrastruktur, transportasi, dan fasilitas publik lainnya.

2.1.4 Fungsi Pajak

Beberapa fungsi pajak dalam kehidupan negara dan masyarakat dikemukakan oleh Waluyo (2017), antara lain:

1. Fungsi Penerimaan (Budgeteir)

Fungsi fiskal ini sebagai fungsi utama sumber keuangan negara yang dipergunakan sebagai dana kas negara bagi pembiayaan pengeluaran-pengeluaran pemerintah sebagai contoh termasuk pajak dalam APBN penerimaan dalam negeri.

2. Fungsi Mengatur (Reguler)

Fungsi ini sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan dibidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang

keuangan. Contoh barang-barang mewah atau impor yang dikenakan pajak lebih tinggi.

2.1.5 Penggolongan Pajak

Terdapat beberapa penggolongan pajak di Indonesia terdiri dari berbagai jenis secara umum menurut Julysha (2017) yang terbagi menjadi tiga jenis, sebagai berikut:

1. Berdasarkan pihak yang menanggung

a) Pajak langsung

Pajak langsung yaitu pajak yang pembayarannya ditanggung individu sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dialihkan ke pihak lain. Pemungutan pajak langsung umumnya dikenakan secara berulang pada berbagai waktu tertentu. Contoh: PPh (pajak penghasilan) dan PBB (pajak bumi dan bangunan).

b) Pajak tidak langsung

Pajak tidak langsung yaitu pajak yang pembayarannya dapat dialihkan kepada pihak lain dimana hanya dalam hal-hal tertentu atau beberapa peristiwa tertentu saja. Contoh: PPN, PPn-BM, Bea Materai, dan Cukai.

2. Berdasarkan sifatnya

a) Pajak subjektif

Pajak subjektif merupakan pajak yang dikenakan kepada individu dengan memperhatikan terlebih dahulu keadaan pribadi wajib pajak (subjeknya). Setelah diketahui keadaan subjek maka diperhatikan keadaan objektifnya sesuai dengan beban yang akan dikenakan pajak atau tidak. Pada penggolongan pajak subjektif ini, subjek pajak tidak dilihat berdasarkan kewarganegaraannya namun atas dasar keberadaan dan tempat tinggal

individu tersebut. Contoh dalam perhitungan pajak penghasilan (PPH), jumlah tanggungan wajib pajak dapat mengurangi jumlah penghasilan yang dikenakan pajak.

b) Pajak objektif

Pajak objektif merupakan pajak yang dikenakan kepada individu dengan memperhatikan terlebih dahulu objek pajaknya yaitu berupa keadaan, perbuatan, atau peristiwa yang menyebabkan adanya hutang pajak. Selanjutnya setelah diketahui objek pajak maka mencari subjek pajak yang memiliki keterkaitan hukum dengan objek tersebut. Contoh pada pajak pertambahan nilai (PPN) tidak dilihat berdasarkan tanggungan atau tidak jika ada tanggungan hal itu tidak dapat menjadi pengurang dan mengurangi jumlah pajak terutang.

3. Berdasarkan pihak yang memungut pajak

a) Pajak pusat

Pajak pusat merupakan pajak yang dikelola dan dipungut oleh pemerintah pusat dalam hal ini yaitu Kementerian Keuangan sebagai pengelola dari Direktorat Jenderal Pajak.

b) Pajak daerah

Pajak daerah merupakan pajak yang dikelola oleh Pemerintah Daerah baik tingkat Provinsi maupun Kabupaten/Kota berdasarkan hukum Peraturan Daerah tersebut.

2.1.6 Wajib Pajak

Dalam pelaksanaan pemungutan pajak yang dikenakan terdapat satu pihak yang berperan penting dalam pemenuhan kewajiban perpajakan dinamakan wajib

pajak. Wajib pajak memegang peranan penting mengingat pembayaran pajak dan pelaporan objek pajak penting mengingat pembayaran pajak dan pelaporan objek pajak yang diperoleh selama satu periode tertentu yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan pajak langsung dilakukan oleh wajib pajak (Uli, 2012). Menurut Undang-Undang KUHP Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan yaitu:

“Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditentukan untuk melakukan kewajiban perpajakan, termasuk pemungut pajak atau pemotong pajak tertentu. Seseorang atau suatu badan yang memenuhi persyaratan menjadi wajib pajak diharuskan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai ketentuan yang berlaku. Dalam melaksanakan kewajiban tersebut wajib pajak memiliki hak yang dijamin oleh undang-undang yang harus dihormati oleh fiskus.”

Adapun pengertian serupa terkait wajib pajak yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 berbunyi:

“Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.”

Berdasarkan Undang-Undang KUHP yang menjelaskan tentang definisi pajak secara umum tanpa menjelaskan syarat individu atau badan yang ditetapkan sebagai wajib pajak. Sehingga untuk dapat menetapkan individu atau badan yang

menjadi wajib pajak harus dapat melihat pada ketentuan hukum pajak materi dari pajak pusat, seperti Undang-Undang PPh, PPN dan PPnBM, PBB dan Bea Materai.

2.1.7 Pajak Penghasilan

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh) sama dengan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2015 Pasal 21 mendefinisikan pajak penghasilan yaitu pajak yang dipotong atas penghasilan berupa gaji, upah, honor, tunjangan, dan pembayaran lainnya dengan nama dan bentuk lainnya berhubungan dengan pekerjaan, jasa, atau kegiatan yang dilakukan oleh wajib pajak orang pribadi dalam negeri (Rosalinawati, 2018). Subjek pajak penghasilan yang dikenakan pajak apabila individu atau badan menerima atau memperoleh penghasilan sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang No. 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh) disebut Wajib Pajak. Wajib Pajak yang dikenai atas penghasilan atau diperolehnya selama satu tahun atau termasuk dalam bagian tahunan pajak. Pajak penghasilan sebagai jenis pajak subjektif yang kewajiban pajaknya melekat pada subjek pajak individu tersebut untuk tidak dilimpahkan kepada subjek pajak lainnya. Oleh karena itu dalam kepastian hukum penentuan mulai dan berakhir kewajiban pajak subjektif menjadi penting (Akbar, 2021).

2.1.8 Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Pajak pertambahan nilai (PPN) merupakan pajak yang dikenakan atas setiap pertambahan dari barang atau jasa dari distribusinya mulai dari produsen ke konsumen Pada penerapannya pajak pertambahan nilai (PPN) tercantum dalam

UU No. 42 Tahun 2009 menyatakan PPN sebagai jenis pajak tidak langsung dimana PPN tersebut disetor oleh pedagang atau produsen yang bukan penanggung pajak (Daud, 2018). Adapun definisi dari PPN yang tercantum dalam UU No. 8 Tahun 1983 tentang PPN yaitu pajak yang dikenakan terhadap pertambahan nilai yang muncul akibat dipergunakannya faktor-faktor produksi setiap jalur (Rusdji, 2007).

PPN bagi pengusaha kena pajak adalah pengusaha yang melakukan penyerahan barang kena pajak dan atau penyerahan jasa kena pajak yang dikenai pajak berdasarkan Undang-Undang PPN dan PPnBM. Pengusaha tersebut yakni individu atau badan yang didalamnya melakukan aktivitas kegiatan usaha atau perdagangan bisnis. Wajib pajak yang dikenakan dan pemungutan PPN merupakan pengusaha kena pajak yang melakukan sebagai berikut: (Pratiwi, 2020)

- a) Penyerahan barang kena pajak.
- b) Impor barang kena pajak.
- c) Penyerahan jasa kena pajak di daerah.
- d) Pemanfaatan barang kena pajak tidak berwujud dari luar maupun daerah.
- e) Pemanfaatan jasa kena pajak dari luar/ dalam daerah.
- f) Ekspor barang kena pajak berwujud.
- g) Ekspor barang kena pajak tidak berwujud.
- h) Ekspor jasa kena pajak.

2.1.9 Hak dan Kewajiban Pajak

Dalam pelaksanaan ketentuan hukum pajak terdapat dua hal yang melekat dan dijamin oleh peraturan dan undang-undang pajak yaitu kewajiban dan hak perpajakan. Pelaksanaan kewajiban perpajakan hendaknya seimbang dengan hak

perpajakan. Dapat dipahami bahwa dalam hukum perpajakan muncul pertama kali yaitu kewajiban perpajakan yang harus dilaksanakan wajib pajak. Kemudian dalam rangka melaksanakan kewajiban pajak tersebut muncul hak sebagai jaminan wajib pajak yang ditaati sebagai pemenuhan kewajiban penanggung pajak (Akbar, 2021). Berkaitan dengan kewajiban pajak maka wajib pajak memiliki kewajiban sebagai berikut: (Jamain, 2021)

- a) Mendaftar sebagai wajib pajak
- b) Melapor sebagai pengusaha Kena Pajak
- c) Mencatat dan membukukan transaksi
- d) Menyimpan data dan dokumen transaksi
- e) Menghitung pajak
- f) Memotong pajak
- g) Memungut pajak
- h) Memberikan bukti pemotongan atau bukti pemungutan
- i) Membayar pajak dan melaporkan pajak
- j) Meminjamkan dokumen pada saat pemeriksaan pajak.

Berkaitan dengan kewajiban pajak terdapat hak wajib pajak yang diterima sebagai penanggung perpajakan sebagai berikut: (Jamain, 2021)

- a) Dilayani dan dibimbing petugas pajak
- b) Diberi penjelasan sengketa pajak
- c) Diselesaikan sengketa pajak tepat waktu
- d) Dikembalikan kelebihan pajaknya
- e) Diberikan imbalan bunga
- f) Diberikan pengurangan pajaknya
- g) Memberitahu dan memperbaiki kesalahan laporannya
- h) Menuntut pemberian sanksi pada petugas pajak

- i) Mendapatkan fasilitas perpajakan.

2.1.10 E-Commerce

Terdapat beberapa pengertian *e-commerce* namun *e-commerce* merujuk pada seluruh bentuk transaksi komersial baik individu atau badan didasarkan pada proses transmisi data secara digital termasuk teks, suara, dan gambar. *E-commerce* sebagai bagian dari bisnis yang dilakukan secara digital atau segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang/jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik (Sudrajat, 2020). Berikut terdapat beberapa jenis *e-commerce* menurut Irawan, dkk (2017), yaitu:

1. *Business-to-Business* (B2B)

Umumnya *e-commerce* yang diterapkan saat ini tipe B2B. Jenis *e-commerce* ini meliputi IOS serta transaksi antar organisasi yang dilakukan di *electronic market*.

- 2. *Business-to-Consumers* (B2C) merupakan transaksi eceran dengan pembeli perorangan.
- 3. *Consumer-to-Consumer* (C2C) merupakan konsumen yang menjual produk secara langsung kepada konsumen lainnya.
- 4. *Consumer to business* (C2B), yaitu perseorangan yang menjual produk atau layanan kepada organisasi, dan perseorangan yang mencari penjual serta berinteraksi dengan persetujuan dan kesepakatan suatu transaksi.
- 5. *Non Business e-commerce*, terdapat lembaga non bisnis seperti lembaga akademis, organisasi keagamaan, sosial, dan sebagainya guna mengurangi biaya atau untuk meningkatkan operasi dan layanan publik.

Terdapat beberapa aspek kelebihan *e-commerce* bagi organisasi, pelanggan, dan masyarakat berikut ini: (Kasmi & Candra, 2017)

1. Kelebihan Bagi Organisasi
 - a. Memperluas pasar secara lokal hingga global atau Internasional
 - b. Mengurangi biaya produksi, distribusi, pengelolaan, dan biaya tambahan lainnya
 - c. Meningkatkan merk, nama, atau brand perusahaan
 - d. Menyediakan pelayanan kepada konsumen dengan lebih baik
 - e. Mempercepat waktu dan efisiensi dalam kegiatan bisnis.
2. Kelebihan Bagi Pelanggan
 - a. Memberikan layanan tanpa dibatasi waktu dan tempat
 - b. Memberikan pilihan dan kecepatan dalam pengiriman
 - c. Menyediakan variasi pilihan produk yang ditawarkan kepada konsumen sehingga konsumen dapat membandingkan harga maupun kualitas produk
 - d. Memberikan ulasan komentar terkait produk
 - e. Memberikan informasi lebih cepat dan terjangkau
3. Kelebihan Bagi Masyarakat
 - a. Efektif dan efisiensi baik dalam segi waktu, pengiriman, dan kegiatan jual beli maupun pemesanan
 - b. Dapat mengurangi biaya produk
 - c. Dapat membantu pemerintah dalam pemberian pelayanan publik.

2.2 Tinjauan Empirik

2.2.1 Peraturan Pajak Penghasilan Atas Transaksi E-Commerce

Peraturan sebagai aturan tertulis yang wajib dipatuhi bagi sebagian maupun seluruh masyarakat dalam wilayah tersebut terutama dalam hal perpajakan.

Terdapat indikator yang menjelaskan wajib pajak guna mematuhi dan memahami undang-undang peraturan pajak, yaitu: (Nugroho, 2016)

1. Memiliki NPWP
2. Pengetahuan serta pemahaman hak dan kewajiban wajib pajak
3. Pemahaman atas PKP, PTKP, dan tarif pajak.

Berdasarkan Surat Edaran Dirjen SE Nomor 2/PJ/2013 mengenai Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *e-commerce* sebagai kebijakan untuk mengoptimalkan penerimaan negara atas PPh dan PPN, penegasan pajak ini dibentuk sebagai upaya pemerintah untuk memberikan keadilan terhadap pengusaha yang melakukan perdagangan konvensional. Menurut UU No. 36 Tahun 2008 Pasal 4 menyatakan objek pajak yaitu penghasilan dalam hal ini pada transaksi *e-commerce* ada pembayaran imbalan atau penghasilan karena jual-beli barang atau jasa sebagai objek pajak penghasilan (PPh). Pelaku *e-commerce* orang pribadi berlaku PP No. 23 Tahun 2018 yang menjelaskan bahwa pajak pada pelaku/pengusaha *e-commerce* dengan besarnya pendapatan bruto tidak melebihi Rp 4,8 M yaitu sama dengan pajak UMKM, tarifnya 0,5% dari omset yang diperoleh setiap bulannya (Jamain, 2019).

Kemudian bisnis yang dilakukan secara online kian pesat bergeser mendekati konsumen individual, dimana konsumen mulai beralih menjadi penjual dengan menawarkan kembali melalui akun media sosial atau platform yang dimiliki. Sehingga tidak hanya perusahaan besar saja yang mendapatkan keuntungan dari semakin rendahnya biaya perdagangan melalui *e-commerce*, namun bisnis kecil atau UMKM (Utomo, 2012). Meskipun bisnis dilakukan secara online juga berdasarkan ketentuan perpajakan yang berlaku, maka individu tersebut termasuk kedalam wajib pajak orang pribadi yang harus melakukan

pembayaran pajak, karena dari kegiatan penjualan melalui *e-commerce*, individu telah mendapatkan penghasilan yang diterima.

2.2.2 Tarif Pajak Atas Transaksi E-Commerce

Dalam sistem *e-commerce*, pengusaha tidak berhadapan secara langsung dengan pembeli sebab seluruh kegiatan bisnis dilakukan melalui internet atau online. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah memetakan *e-commerce* kedalam empat model bisnis yang tercantum dalam SE-62/PJ/2013, sebagai berikut: (Wicaksono, 2018).

1. *Online Marketplace*

Online Marketplace merupakan kegiatan menyediakan tempat usaha berupa toko internet (*online shop*) sebagai tempat *Online Marketplace Merchant* menjual barang atau jasa. Pada model bisnis ini pembeli melakukan transaksi pembayaran kepada *Online Marketplace* yang menjadi tempat merchant untuk memasarkan produknya. Sehingga *Online Marketplace* hanya bertindak sebagai perantara penjualan dan akan menerima penghasilan atau bagian jasa perantara pembayaran seperti toko permanen di sebuah pasar *online*. Contoh: Shopee, Tokopedia.com, Rakuten.com, Bukalapak.com, dan sebagainya.

2. *Classified Ads*

Model bisnis ini dengan melakukan kegiatan menyediakan tempat dan waktu untuk memajang konten (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang atau jasa bagi pengiklan untuk memasang iklan yang dipilih. Pengiklan melakukan pendaftaran dan memberikan persetujuan perjanjian yang ditetapkan penyelenggara *Classified Ads*. Penyelenggara *Classified Ads* melakukan verifikasi, menyetujui permohonan pendaftaran, dan menerbitkan

invoice atas pembayaran transaksi. Kemudian penyelenggara *Classified Ads* akan memberikan jasa penyediaan tempat dan waktu kepada pengiklan untuk memasang iklan di situs tersebut. Contoh: Tokobagus.com, Kaskus.co.id, OLX.com, Berniaga.com, dan sebagainya.

3. *Daily Deals*

Model bisnis ini dengan menyediakan tempat usaha berupa situs Daily Deals sebagai tempat Daily Deals Merchant menjual barang atau jasa kepada pembeli. Pembayaran dilakukan dengan menggunakan voucher sebagai sarana transaksi. Contoh: Lakupon.com, Dealgoing.com, dan Groupon Disdus.

4. *Online Retail*

Model bisnis ini penyelenggara *Online Retail* menampilkan data atau informasi terkait produk yang akan dijual melalui situs *Online Retail*. Pembeli melakukan pembayaran melalui transfer ke rekening bank yang telah ditetapkan oleh pihak *Online Retail* baik uang tunai (*Cash On Delivery*) atau transfer. Setelah itu, pihak *Online Retail* akan mengirimkan produk kepada pembeli. Kegiatan penawaran dilakukan secara *online*, namun pemesanan dan pembayaran dapat dilakukan via *online* atau *offline*. Contoh: Blibli.com dan Lazada.com

Secara subjektif dan objektif, pengusaha yang berbisnis secara online atau *e-commerce* dikenakan pajak PPh sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu. Pengusaha yang berbisnis online digolongkan sebagai subjek pajak pribadi dan subjek pajak badan, yaitu: (Wicaksono, 2018).

- a) Subjek pajak orang pribadi yaitu para pengusaha yang bersifat individu dalam menjalankan usahanya secara online dengan tanpa adanya tempat usaha di

dunia nyata. Sehingga bentuk transaksi orang pribadi secara digital seperti *online shop*, media sosial, dan sebagainya.

- b) Subjek pajak badan yaitu para pengusaha yang memiliki perusahaan seperti CV, PT, dan sebagainya yang memiliki tempat usaha secara nyata dan *online*.

2.2.3 Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak muncul dalam diri wajib pajak sebagai dorongan untuk memotivasi diri membayar kewajiban tersebut. Dalam kondisi ini dimana wajib pajak yaitu mengakui, mengetahui, mengharagai, dan menaati regulasi pajak yang berlaku. Menurut Hasanah (2016) mengemukakan bentuk-bentuk kesadaran wajib pajak yang mendorong untuk menaati pajak, yaitu: (Nugroho, 2016)

1. Sadar bahwa pajak sebagai bentuk partisipasi yang menunjang pembangunan nasional sehingga sikap kesadaran harus tertanam dalam diri wajib pajak. Wajib pajak merasa tidak dirugikan dalam membayar pajak sebab mengetahui pajak digunakan untuk pembangunan secara berkelanjutan dan mensejahterakan sosial.
2. Sadar bahwa menunda membayar pajak serta pengurangan beban pajak dapat merugikan negara. Hal ini akan berdampak pada kurangnya sumber finansial negara untuk pembangunan negara dan infrastruktur kegiatan umum.
3. Sadar bahwa pajak telah ditetapkan Undang-Undang sehingga bersifat memaksa. Wajib pajak dapat membayar pajak dengan sifat disadari dan memiliki landasan hukum normatif sehingga kewajiban mutlak bagi setiap warga negara.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ningsih, A.S, Maslichah, Mawardi, M.C. (2019)	Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna <i>E-Commerce</i>	Pendekatan kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman peraturan pajak dan kesadaran wajib pajak termasuk kategori tinggi, sedangkan pada tarif pajak dan lingkungan dalam kriteria cukup tinggi. Kesadaran wajib pajak berdampak positif signifikan terhadap komitmen wajib pajak pengguna <i>e-commerce</i> .
2	Jamain, T.H (2019)	Analisis Kesadaran Wajib Pajak dalam Transaksi <i>E-Commerce</i> Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) yang Merupakan Pelaku <i>E-Commerce</i> di Kota DKI Jakarta	Pendekatan kualitatif-deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran pelaku <i>e-commerce</i> yang Rendah selaku wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap penghambat pengenaan pajak penghasilan karena didapat tingkat signifikan.
3	Hama, A (2021)	Pengaruh Kesadaran Wajib	Pendekatan kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

		Pajak, Pengetahuan Peraturan Pajak, dan Penyuluhan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Transaksi <i>E-Commerce</i> di Surabaya		kesadaran wajib pajak (X1); pengetahuan regulasi pajak (X2); Penyuluhan perpajakan (X3) berpengaruh positif dan signifikan sebesar 68,8% terhadap kepatuhan membayar pajak (Y), sedangkan sisanya sebesar 31,2% dipengaruhi variabel lain.
4	Pratiwi, I.W (2020)	Analisis Tentang Pemahaman Pajak <i>E-Commerce</i> pada Pemilik Bisnis Online Shop di Surabaya	Pendekatan kualitatif-deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum pemilik usaha mengetahui pajak <i>e-commerce</i> , pemilik usaha kurang memahami secara detail terkait pajak yang ditetapkan. Namun masih banyak juga pelaku bisnis online shop yang belum mengetahui sama sekali mengenai penerapan kebijakan pajak <i>e-commerce</i> meskipun telah melakukan usaha online shop lebih dari 2 tahun.

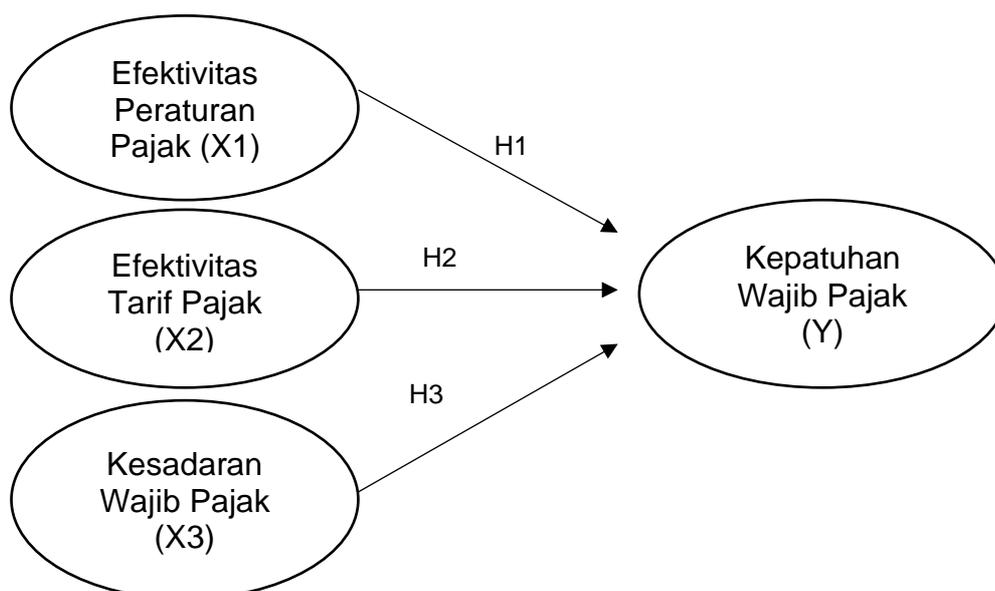
5	Mahindra, M.I (2020)	Pengaruh Perubahan Tarif, Sanksi, dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Pendekatan kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan tarif pajak, sanksi perpajakan, dan Kesadaran perpajakan tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Yogyakarta.
---	----------------------	--	------------------------	---

Sumber: Data Primer Diolah, 2022.

2.4 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menjelaskan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak bisnis *online shop* pada transaksi *e-commerce*. Adapun faktor-faktor tersebut yaitu efektivitas peraturan pajak, efektivitas tarif pajak, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak sebagaimana pada bagan kerangka pemikiran teoritis berikut ini:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis



2.5 Hipotesis

2.5.1 Pengaruh Efektivitas Peraturan Pajak Terhadap Kepatuhan

Wajib Pajak

Peraturan sebagai aturan tertulis yang wajib dipatuhi bagi sebagian maupun seluruh masyarakat dalam wilayah tersebut terutama dalam hal perpajakan. Apabila peraturan tersebut tidak dipatuhi maka wajib pajak akan menerima sanksi pajak. Sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa peraturan perpajakan akan dituruti atau ditaati, dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar aturan perpajakan yang berlaku (Mardiasmo, 2016). Oleh karena itu peraturan pajak ditujukan kepada wajib pajak yang telah sesuai dengan ketentuan dan syarat individu atau badan yang diharuskan untuk membayar pajak. Mahindra (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Yogyakarta. Sedangkan pada hasil penelitian Putri (2015) ditemukan bahwa tingkat pengetahuan peraturan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pada penjualan secara *e-commerce*. Hal tersebut dikarenakan KPP masih kurang pemberitahuan dari pemerintah mengenai peraturan mana yang akan dikenakan untuk penjualan *e-commerce*. Dari hasil pemaparan ini maka diambil hipotesis untuk diuji lebih lanjut dalam penelitian ini, yaitu:

H1: Efektivitas Peraturan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna bisnis *online shop* transaksi *e-commerce*.

2.5.2 Pengaruh Efektivitas Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib

Pajak

Penentuan besarnya jumlah tarif pajak berhubungan dengan harapan individu untuk memotivasi dirinya atau orang lain dalam memenuhi kewajiban. Tarif pajak yang diberlakukan UMKM saat ini 0,5% dari sebelumnya sebesar 1%. Tujuan dengan adanya perubahan tarif pajak agar memotivasi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban membayar pajak dan memberikan keadilan bagi wajib pajak terutama UMKM. Berdasarkan penelitian oleh Cahyani dan Noviri (2019) menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Dari hasil pemaparan ini maka diambil hipotesis untuk diuji lebih lanjut dalam penelitian ini, yaitu:

H2: Efektivitas Tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna bisnis *online shop* transaksi *e-commerce*.

2.5.3 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib

Pajak

Kesadaran wajib pajak muncul dalam diri wajib pajak sebagai dorongan untuk memotivasi diri membayar kewajiban tersebut. Dalam kondisi ini dimana wajib pajak yaitu mengakui, mengetahui, mengharagai, dan menaati regulasi pajak yang berlaku. Jamain, T.H (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa tingkat kesadaran pelaku *e-commerce* yang rendah selaku wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap penghambat pengenaan pajak penghasilan karena didapat tingkat signifikan. Dari hasil pemaparan ini maka diambil hipotesis untuk diuji lebih lanjut dalam penelitian ini, yaitu:

H3: Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna bisnis *online shop* transaksi *e-commerce*.