

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia internet sekarang sangatlah luas. Internet bisa digunakan oleh berbagai kalangan seperti orang dewasa, remaja, maupun anak kecil. Untuk memperoleh internet sekarang juga sangatlah mudah, setiap sudut ruangan yaitu kantor, universitas, rumah sudah menggunakan jaringan berupa internet menggunakan *broadband* atau *wifi*.

Salah satu kalangan yang mendapat kemudahan dengan adanya bisnis menggunakan internet adalah pemilik *online shop*. *Online shop* sekarang sangatlah berkembang seiring berkembangnya masyarakat yang menggunakan internet. Pemilik *online shop* mendapatkan konsumen dengan jaringan internet yang bisa diakses secara bebas. Penggunaan media *online* akan menekan biaya daripada harus membuat toko sendiri dengan biaya yang lebih besar namun jaminan mendapatkan konsumen juga tidak pasti apabila tidak diiringi modal, inovasi, dan strategi yang menarik untuk mendapatkan konsumen. Banyak sekali situs di internet yang memudahkan para pemilik *online shop* untuk mejajakan barang dagangan mereka secara gratis seperti *Facebook*, *Twitter*, *Kaskus*, dan media *social* lainnya yang bisa menjadi sarana *online* gratis bagi para pebisnis yang tidak membutuhkan modal namun bisa mendapatkan pendapatan yang cukup besar. Bagi para pemilik *online shop* yang memiliki modal cukup bisa memasarkan dengan membuat *website* toko sendiri.

Berdasarkan informasi CEO Virtual Consulting melalui riset yang dilakukan Payment Solution melaporkan transaksi online di Indonesia pada 2010 mencapai US\$3,4 juta dan diprediksi akan mencapai US\$4,1 juta (sekitar Rp39,2 miliar). Master Card Worldwide *online shopping* juga menyatakan masyarakat Indonesia tercatat yang paling banyak melakukan pembelian secara *online* se-Asia Pasifik. Hasil riset Dailysocial dan Veritrans di 2011 menyebutkan pasar electronic commerce (E-Commerce Indonesia diestimasi sebesar US\$0,9 miliar). Kategori pembelian tertinggi di internet adalah produk lifestyle seperti fashion dan kosmetik, yang diikuti dengan travel, musik/video/games, elektronik, dan buku. Menurut survey yang dilakukan Pew Internet & American Life Project pada 2008, jelas Iim, sekitar 78% pengguna internet setuju shopping *online* nyaman, dan 68% berpendapat belanja *online* akan menghemat waktu (Tonosoe., Transaksi Belanja Online 2012 sebesar 39,2 Miliar. 2012. (<http://forum.kompas.com/ekonomi-umum/200523-transaksi-belanja-online-2912-sebesar-30-2-miliar.html>)).

*Online shop* merupakan salah satu wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas yang wajib mengisi SPT Tahunan Form 1770, dimana pemilik *online shop* melakukan kegiatan usaha dan tidak terikat oleh suatu ikatan pemberi kerja. *Online shop* bukanlah sebuah bentuk usaha yang mudah dideteksi oleh Dirjen Pajak atas penghasilan yang diperoleh dikarenakan perkembangan dunia internet yang semakin meluas.

Dengan semakin banyaknya *Online Shop* dengan pendapatan yang cukup signifikan maka seharusnya semakin banyak pengusaha bisnis secara *online* yang menjadi wajib pajak dan turut serta dalam meningkatkan penerimaan pajak oleh

Dirjen Pajak, namun apabila wajib pajak tersebut merupakan wajib pajak yang patuh.

Kepatuhan wajib pajak selalu menjadi permasalahan yang dialami oleh Dirjen Pajak dalam mengumpulkan pajak setiap tahunnya. Persentase tingkat kepatuhan wajib pajak pada tahun 2012 masih tergolong rendah. Menurut Menteri Keuangan Agus Martowardojo, menyatakan bahwa orang pribadi yang seharusnya membayar pajak atau yang mempunyai penghasilan diatas Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) sebanyak 60 juta orang, tetapi jumlah yang mendaftarkan dirinya sebagai wajib pajak hanya 20 juta orang dan yang membayar pajaknya/melapor Surat Pemberitahuan (SPT) Pajak penghasilannya hanya 8,8 juta orang dengan rasio SPT sekitar 14,7 persen. Jika dibandingkan dengan Negara tetangga seperti Malaysia, tingkat kepatuhan masyarakatnya dalam membayar pajak mencapai 80 persen, maka persentase kepatuhan pajak masyarakat Indonesia masih jauh dibawah kepatuhan pajak masyarakat Malaysia (<http://www.pajak.go.id/content/article/kompleksitas-kepatuhan-pajak>).

Menurut Pancawati Hardiadiansih (2011) masih banyak wajib pajak potensial yang belum terdaftar sebagai wajib pajak aktual. Ketidaktaatan dalam membayar pajak tidak hanya terjadi pada lapisan pengusaha saja tetapi juga terjadi pada pekerja professional. Sedangkan perkembangan usaha kecil dan menengah sangat dinamis yang barangkali jauh meninggalkan jangkauan pajak. Meskipun jarring pengaman bagi wajib pajak (berupa Nomor Pokok Wajib Pajak) agar melaksanakan kewajibannya sudah dipasang, terutama bagi usaha kecil menengah masih lepas dari jeratan pajak.

Menurut Lars P. Field dan Bruno S. Frey (2007) masyarakat kurang tertarik akan membayar pajak karena tidak adanya insentif langsung dari Negara. Pajak yang telah dibayar juga tidak sebanding dengan manfaat yang dirasakan masyarakat. Masyarakat akan membayar pajak dari penghasilan yang diterimanya apabila mereka merasakan pelayanan publik sebanding dengan pembayaran pajaknya, adanya perlakuan yang adil dari pemerintah serta proses hukum yang jelas dari pemerintah (<http://www.pajak.go.id/content/article/kompleksitas-kepatuhan-pajak>).

Dengan merangkapnya dunia internet yang sulit dideteksi oleh Dirjen Pajak membuat pemilik *online shop* bisa tidak patuh dikarenakan *Online Shop* menggunakan media internet untuk memasarkan barang atau jasa yang mereka jual. Sehingga wajib pajak orang pribadi seperti ini lebih rentan tidak patuh membayar pajak daripada wajib pajak orang pribadi yang tidak melakukan kegiatan usaha sendiri. Hal ini dikarenakan mereka melakukan pembukuan sendiri atas usaha yang mereka jalankan sehingga kemungkinan kesalahan, ketidakjujuran, dan tidak melaporkan pajak atas pendapatan yang diperoleh jauh lebih besar.

Dari fenomena di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui ada atau tidaknya uraian di atas yang dapat dijadikan variabel yang dapat mempengaruhi kepatuhan pemilik *online shop*, sehingga peneliti mengangkat penelitian dengan judul “**PENGARUH PERSEPSI TRANSPARANSI PAJAK, PENGETAHUAN PERPAJAKAN, DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN MEMBAYAR PAJAK PENGHASILAN PADA PEMILIK *ONLINE SHOP*”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi pemilik *online shop* mengenai transparansi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan?
2. Apakah pengetahuan perpajakan pemilik *online shop* berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan?
3. Apakah sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada pemilik *online shop*?
4. Apakah persepsi transparansi pajak, pengetahuan perpajakan, dan sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada pemilik *online shop*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi pemilik *online shop* mengenai transparansi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan.
2. Untuk mengetahui pengetahuan perpajakan pemilik *online shop* berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan.
3. Untuk mengetahui sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada pemilik *online shop*.
4. Untuk mengetahui persepsi transparansi pajak, pengetahuan perpajakan, dan sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada pemilik *online shop*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Kontribusi yang diharapkan yang dihasilkan dari penelitian ini adalah:

### 1. Manfaat Akademis

Membantu para akademis sebagai dasar atau acuan yang dapat dikembangkan saat melakukan penelitian yang berhubungan atau bersangkutan untuk lebih mendalam atau spesifik atas fenomena yang akan terjadi di masa yang akan datang.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Peneliti

Merupakan syarat kelulusan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Selain itu memberi pengetahuan bagi peneliti adakah pengaruh persepsi transparansi pajak, pengetahuan perpajakan, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada pemilik *online shop*.

#### b. Bagi Pemilik *Online Shop*

Pemilik *online shop* dapat menggunakan penelitian ini sebagai dasar kepatuhan pemilik *online shop* bahwa setiap pajak penghasilan yang diperoleh diatas PTKP harus disetorkan ke Dirjen Pajak

#### c. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dimaksudkan bahwa ada sumber pendapatan pajak lain yang bisa diperoleh oleh Dirjen Pajak yaitu dari *online shop*

d. Bagi pihak lain

Bagi pihak lain dapat menggunakan penelitian ini sebagai pengetahuan mengenai pengaruh persepsi transparansi pajak, pengetahuan perpajakan, sanksi pajak terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada pemilik *online shop*.