

**PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, TARIF
PAJAK, LINGKUNGAN, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK
PENGGUNA *E-COMMERCE*
(Studi Kasus Pada Pengusaha *Online Shopping*)**

SKRIPSI



Oleh

RIFA ARBANGATIN HASANAH

NIM. 12520016

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2016

**PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, TARIF
PAJAK, LINGKUNGAN, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK
PENGGUNA *E-COMMERCE***

(Studi Kasus Pada Pengusaha *Online Shopping*)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

RIFA ARBANGATIN HASANAH

NIM. 12520016

JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2016

LEMBAR PESETUJUAN

**PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, TARIF
PAJAK, LINGKUNGAN, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK
PENGGUNA *E-COMMERCE*
(Studi Kasus Pada Pengusaha *Online Shopping*)**

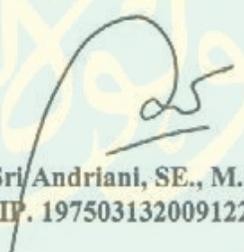
SKRIPSI

Oleh

**RIFA ARBANGATIN HASANAH
NIM: 12520016**

Telah disetujui pada tanggal 27 Juni 2016

Dosen Pembimbing,


Sri Andriani, SE., M.Si
NIP. 197503132009122001

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA.
NIP. 197203222008012005

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, TARIF PAJAK, LINGKUNGAN, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGUNA *E-COMMERCE* (Studi Kasus Pada Pengusaha *Online Shopping*)

SKRIPSI

Oleh

RIFA ARBANGATIN HASANAH
NIM: 12520016

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 23 Juni 2016

Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua

Yona Octiani Lestari, SE., MSA., CSRS., CSRA
NIP. 197710252009012006

Tanda Tangan

()

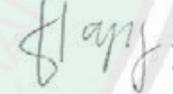
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris

Sri Andriani, SE., M.Si
NIP. 197503132009122001

()

3. Penguji Utama

Niken Nindya Hapsari, SE., MSA., AK., CA

()

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,



Namik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA.
NIP. 19720322200801200

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifa Arbangatin Hasanah
NIM : 12520016
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, TARIF PAJAK, LINGKUNGAN, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGGUNA *E-COMMERCE* (Studi Kasus Pada Pengusaha *Online Shopping*)

adalah hasil karya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan/atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 15 Juni 2016

Hormat saya,



Rifa Arbangatin Hasanah
NIM. 12520016

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kesadaran dan kerendahan hati penulis persembahkan karya sederhana ini untuk:

KELUARGAKU

Bapak (Suparman) & Ibu (Marwiyati)

yang selalu menjadi motivasi utamaku dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas do'a Bapak & Ibu yang tak pernah berhenti, atas keringat kerja kerasnya selama ini, atas kepercayaannya.

Mbakyu-Mbakyu ku (Mba Wiwin & Mba Nina) dan Kangmas ku (Mas Azis), yang telah menjadi alarmku jika waktuku sudah hampir habis, aku harus segera meringankan beban orang tua dengan menyelesaikan studi ini. Khususnya mba Nina yang selalu membangkitkan semangatku disaat harapan mulai pudar, yang meyakinkan bahwa setiap usaha pasti ada harapan dan hasil.

SISTER FROM ANOTHER MOTHER

Teruntuk sahabat ku yang selalu berada di sampingku, mau membagi kisah hidup bersamaku dan saling menguatkan.

Hidayatul Munawaroh,

Wanita yang sangat paham dengan proses perjalanan penyelesaian skripsi ini. Sahabat setia di perpustakaan mulai dari penyusunan outline hingga final.

Rizqi Amalia Hidayah dan Fitria Asas,

Teman hidup keseharian, wanita-wanita 'luar biasa' yang tak pernah membosankan, sahabat seperjuangan yang bersama-sama berjuang demi terselesaikannya diary ini.

MOTTO

**“KITA TIDAK AKAN PERNAH TAU USAHA KE BERAPA YANG
AKAN BERHASIL, KITA JUGA TIDAK TAU DO'A MANA YANG
AKAN DIJAWAB TUHAN,
PERBANYAK KEDUANYA, SEMUA AKAN INDAH PADA
WAKTUNYA”**

(KEZIA CIKITA WAROUW)

**“DAN BOLEH JADI KAMU MEMBENCI SESUATU TETAPI IA BAIK
BAGIMU, DAN BOLEH JADI KAMU MENYUKAI SESUATU TETAPI
IA BURUK BAGIMU, DAN ALLAH MENGETAHUI DAN KAMU
TIDAK MENGETAHUI”**

(QS. AL-BAQARAH: 216)

**“SESUNGGUHNYA ALLAH TIDAK AKAN MENGUBAH NASIB
SUATU KAUM HINGGA MEREKA MENGUBAH DIRI MEREKA
SENDIRI”**

(QS. AR-RA'D: 11)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT. karena atas rahmat dan lindungannya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce* (Studi Kasus pada Pengusaha *Online Shopping*)”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW. yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Sri Andriani, SE., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi.

5. Bapak (Suparman), Ibu (Marwiyati), yang selalu memberikan doa terbaik, dukungan moril, materil, dan sprituil. Saudara-saudari (Mba Wiwin, Mas Azis, Mba Nina), khususnya Mbak Nina yang selalu memberikan semangat disaat api perjuangan mulai padam, meyakinkan bahwa ada harapan dibalik usaha.
6. Segenap Pengusaha *Online shopping* yang bersedia untuk membantu menjadi responden, khususnya MbakUla yang secara langsung membantu penulis.
7. Kak Hidayatul M yang senantiasa menemani perjalanan penulis mulai awal penyusunan outline hingga hasil akhir yaitu skripsi ini.
8. Mas Syarif H yang tak putus asa menyemangati penulis untuk mulai menyusun skripsi dan menjadi alasan utama untuk segera mengakhiri tugas akhir ini.
9. Teman-teman Akuntansi angkatan 2012, menjadi teman terbaik selama 4 tahun menuntut ilmu di kampus UIN Maliki Malang ini, saling mendorong untuk terus berjuang dan bersama-sama menyelesaikan tugas akhir ini. Suka duka bahagia telah kita lewati bersama.
10. Sahabat/i PMII Rayon Ekonomi “Moch. Hatta” angkatan 2012 (Asas, Ucup, Kamil, Pelas, Al, Leak, Ryan, Joko, Galih, Rohman) dan lainnya yang tidak bisa saya sebut satu persatu. Terima kasih atas dorongan, waktu, canda, tawa, ngluyur, kopi, dan semangat bersama untuk menyelesaikan skripsi.
11. Ukhti-ukhti seperjuangan, seatap, kontrakan melati yang bersama-sama saling mendukung dan berjuang untuk menempuh skripsi ini.
12. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. *Amin ya Robbal 'Alamin.*

Malang, 15 Juni 2016

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan Bahasa Arab)	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Masalah	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis	
2.2.1 <i>E-Commerce</i>	
2.2.1.1 Pengertian <i>E-Commerce</i>	16
2.2.1.2 Kategori Aplikasi <i>E-Commerce</i>	17
2.2.1.3 Mekanisme Transaksi <i>E-Commerce</i>	20
2.2.1.4 Perpajakan Atas Penghasilan <i>E-Commerce</i>	21
2.2.2 PP No 46 Tahun 2013	27
2.2.3 Pajak	
2.2.3.1 Pengertian Pajak	30
2.2.3.2 Sistem Pemungutan Pajak	31
2.2.3.3 Wajib Pajak	32
2.2.4 Kepatuhan Wajib Pajak	
2.2.4.1 Pengertian Kepatuhan Wajib Pajak	38
2.2.4.2 Jenis-Jenis Kepatuhan Wajib Pajak	39
2.2.4.3 Indikator Kepatuhan Wajib Pajak	41
2.2.5 Pemahaman Peraturan Pajak	41
2.2.6 Lingkungan Pajak	43
2.2.7 Kesadaran Wajib Pajak	43
2.2.8 Pajak Dalam Perspektif Islam	
2.2.8.1 Karakteristik Pajak (Dharibah) Menurut Syariah	46
2.2.8.2 Macam-Macam Pajak Dalam Islam	48

2.2.8.3 Kedudukan Pajak Dalam Islam	48
2.3 Kerangka Pemikiran.....	55
2.4 Pengembangan Hipotesis	56
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	60
3.2 Lokasi Penelitian.....	62
3.3 Fokus Penelitian.....	62
3.4 Sumber Data.....	63
3.5 Populasi dan Sampel	
3.5.1 Populasi	63
3.5.2 Sampel.....	66
3.6 Teknik Pengumpulan Data	
3.6.1 Interview.....	67
3.6.2 Kuesioner	68
3.7 Definisi Operasional Variabel	
3.7.1 Variabel Independen	69
3.7.2 Variabel Dependen	70
3.8 Pengembangan Instrumen Penelitian	71
3.9 Metode Analisa Data	
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	71
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	
3.9.2.1 Uji Normalitas.....	71
3.9.2.2 Uji Multikolinieri	72
3.9.2.3 Uji Heteroskedastisitas	73
3.9.3 Uji Regresi Berganda	72
3.9.4 Uji Hipotesis	
3.9.4.1 Uji T	73
3.9.4.2 Uji F.....	73
BAB I VHASIL DAN PEMBAHASA	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	74
4.2 Analisis Data Deskriptif	
4.2.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	78
4.2.2 Karakteristik Responden.....	79
4.2.3 Pengujian Instrumen Penelitian	
4.2.3.1 Uji Validitas	83
4.2.3.2 Uji Reliabilitas	86
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	
4.2.4.1 Uji Normalitas.....	89
4.2.4.2 Uji Multikolinieritas.....	90
4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	91
4.2.5 Analisis Regresi Berganda.....	92
4.2.6 Koefisien Determinasi R^2	94
4.2.7 Hasil Uji Hipotesis	
4.2.7.1 Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	95
4.2.7.2 Uji Signifikan Parsial (Uji-T)	97

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	99
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran dan Rekomendasi	114
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Ini dengan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.3 Kewajiban Wajib Pajak Menurut UU No. 28 Tahun 2007	34
Tabel 3.1 Daftar Online Shopping	64
Tabel 4.1 Daftar Responden.....	77
Tabel 4.2 Hasil Penyebaran Kuesioner Online	78
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan NPWP	81
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	82
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Omset.....	82
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1).....	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Tarif Pajak (X2)	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan (X3)	84
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X4).....	85
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	85
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1)...	86
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tarif Pajak (X2).....	87
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lingkungan (X3)	87
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X4).....	88
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y).....	88
Tabel 4.18 Hasil Uji Normaslitas.....	89
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinieritas	90
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Berganda	92
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi.....	94
Tabel 4.16 Hasil Uji-F.....	96
Tabel 4.17 Hasil Uji-T	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	55
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	91



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Uji Validitas
- Lampiran 3 Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 Uji Regresi Berganda
- Lampiran 5 Uji Multikolinearitas
- Lampiran 6 Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 7 Uji Normalitas
- Lampiran 8 Daftar Responden



ABSTRAK

Rifa Arbangatin Hasanah. 2016, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce* (Studi Kasus Pada Pengusaha *Online Shopping*)”

Pembimbing : Sri Andriani, SE., M.Si

Kata Kunci : Pengaruh, PP 46 Tahun 2013, Dampak Pemahaman Peraturan Pajak, Dampak Tarif Pajak, Dampak Lingkungan, Dampak Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak

Perkembangan dunia internet memunculkan inovasi untuk mengalihkan kegiatan di dunia nyata ke dalam dunia internet, salah satunya adalah kegiatan ekonomi. Banyaknya pengguna internet di Indonesia menunjukkan potensi pasar dan munculnya berbagai peluang bisnis baru, salah satunya adalah bisnis *online shopping*. Perkembangan bisnis *online shopping* di Indonesia mengalami peningkatan yang baik. Potensi pajak dari usaha *online shopping* ini dinilai tinggi. Sehingga hal ini menjadi perhatian bagi pemerintah untuk mulai mengatur aspek perpajakan transaksi *E-Commerce*. Upaya untuk meningkatkan penerimaan negara mempunyai banyak kendala, antara lain tingkat pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan dan kesadaran wajib pajak yang dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan survey dan wawancara. Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha *online shopping* yang telah beroperasi minimal satu tahun dan memiliki peredaran bruto tidak lebih dari 4,8 Milyar dalam satu tahun pajak, hal ini berdasarkan PP No. 46 Tahun 2013.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1), Tarif Pajak (X2), Lingkungan (X3), dan Kesadaran Wajib Pajak (X4) berpengaruh secara simultan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Namun, secara parsial hanya variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1) yang berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

ABSTRACT

Rifa Arbangatin Hasanah. 2016 Thesis. Understanding Effect Of Tax Regulation, Tax Fare, Environment And Awareness Taxpayer Toward Tax Compliance E-Commerce Users (Case Study At Online Shopping Entrepreneur).

Advisor : Sri Andriani, SE, MSi

Key word : Effect, Government Regulation No. 46 of 2013, understanding impact of tax regulation, impact of the tax payer, environment, awareness tax payer and tax compliance.

Internet World development gave innovation to replace real world with internet world, such as economy activity. The number of internet users on Indonesia showed potential market and gave new business chance such as; online shopping business. The development of it increased well in Indonesia. So, it made attention for government to set E-commerce taxation aspects of transaction, but this effort had obstacles. For example, they didn't know level of understanding of tax rules, tax fare, environment, and awareness taxpayer which gave effect toward tax compliance.

Researcher used descriptive method by survey and interview. The respondents were online shopping entrepreneurs that worked minimum a year and had gross income no more than 4,8 billions in a tax year. It was based on Government Regulation No 46 of 2013.

Researching result showed that variable understanding of tax (X1), tax fare (X2), environment (X3) and awareness taxpayer (X4) were influential simultaneously toward tax compliance (Y), but partially, only variable understanding of tax (X1) that were positive influential toward tax compliance (Y).

الملخص

ريفا أربعة حسنة. 2016، البحث الجامعي. عنوان: "تأثير الفهم للوائح الضرائب، معدلات الضرائب، البيئة، وتوعية دافعي الضرائب على الامتثال دافعي الضرائب العضو E-Commerce (دراسة الحالة لصاحب التسوق على الانترنت)"

المشرف: سري أندرياتي الماجيستر

كلمات البحث: تأثير، 46 PP عام 2013، أثر فهم لوائح الضرائب، أثر فرض ضريبة، الأثر البيئية، أثر التوعية من دافعي الضرائب، الامتثال دافعي الضرائب

تطور الإنترنت من الابتكارات لإعادة توجيه أنشطة في العالم الحقيقي في عالم الإنترنت، واحدة منها هي النشاط الاقتصادي. تظاهر عدد من مستخدمي الإنترنت في إندونيسيا محتملة القدرة لسوق وظهور فرص عمل جديدة، واحدة منها هي الأعمال التجارية للتسوق عبر الإنترنت. شهدت تنمية الأعمال التجارية للتسوق عبر الإنترنت في إندونيسيا زيادة جيدة. وتعتبر هذه الإمكانية الضرائب من رجال الأعمال والتسوق عبر الانترنت مرتفعة. لذا هو مفهوم للحكومة للبدء في تحديد الجوانب الضريبية للمعاملات E-Commerce. جهود لزيادة إيرادات الدولة لديها العديد منها، مثل مستوى فهم قوانين الضرائب، ومعدلات الضرائب، البيئي والوعي لدى دافعي الضرائب التي قد تؤثر على الالتزام الضريبي.

يستخدم هذا البحث دراسة المنهج الوصفي بالمسح والمقابلة. المشاركين في هذا البحث رجال الاعمال والتسوق على الانترنت الذي كانت تعمل لمدة سنة على الأقل والحصول على الدخل الإجمالي لا يزيد عن 4.8 مليار في السنة الضريبية، وهي تحت 46 PP عام 2013.

وأظهرت نتائج البحث أن المتغيرات فهم أنظمة ضريبة (X1) الضريبة (X2) والبيئة (X3)، و الوعي دافعي الضرائب (X4) تؤثر في وقت واحد على الامتثال دافعي الضرائب (Y). ومع ذلك جزئيا كان متغير الفهم للوائح الضرائب (X1) له تأثيرات إيجابية على الامتثال دافعي الضرائب.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki era globalisasi, teknologi memiliki peran besar dalam kehidupan manusia. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan perkembangan teknologi itu sendiri. Peningkatan teknologi ditandai dengan adanya internet. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan, pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia. Dari jumlah pengguna internet tersebut, 80 persen di antaranya adalah remaja berusia 15-19 tahun. (Kemkominfo: 2014)

Hasil survei dunia menunjukkan bahwa 77 persen dari pemuda-pemudi Indonesia usia 13 hingga 24 tahun ingin tersambung ke internet dimanapun mereka berada. Jumlah ini lebih banyak daripada mereka yang berada di negara maju seperti Amerika Serikat atau Perancis. Selain itu, 69 persen responden di kelompok usia yang sama juga setuju dengan pernyataan bahwa mereka akan merasa kehilangan jika tidak menggunakan media sosial. Orang Indonesia yang pengguna internet secara aktif, rata-rata menghabiskan waktu di internet lebih dari lima jam per hari, melebihi Australia dan China. Hampir setengah dari waktu mereka digunakan untuk mengakses media sosial dan aplikasi ponsel. Saat ini Facebook adalah jejaring sosial paling populer di Indonesia dengan 48 juta pendaftar dan pengguna Instagram juga mengalami peningkatan yang cukup baik.

Terciptanya jaringan komputer (terutama internet) telah memberikan peran besar di dalam memudahkan hubungan antar para pengguna komputer di seluruh dunia. Hubungan dalam bentuk komunikasi dan pertukaran data terjadi setiap saat. Adanya interaksi ini kemudian memunculkan inovasi untuk mengalihkan kegiatan di dunia nyata ke dalam dunia internet, salah satunya adalah kegiatan ekonomi. Hal inilah yang memunculkan bentuk lain dari transaksi konvensional ke dalam bentuk transaksi digital, yang disebut dengan *E-Commerce*. *E-Commerce*, didefinisikan sebagai transaksi pembelian dan penjualan barang dan jasa secara fisik menggunakan peralatan komunikasi elektronik, seperti telepon, komputer pribadi, *online kiosk*, *Automatic Teller Machine (ATM)*, *smart card* atau *smart phone*, melalui saluran telekomunikasi seperti jaringan telepon publik tradisional, jaringan komputer, jaringan komputer yang bergerak, dan sejenisnya.

Perdagangan elektronik memang memberikan keuntungan baik bagi pedagang maupun para konsumen/ pembeli sehingga penggunaan internet dalam melakukan transaksi masih diminati dan diprediksi akan menggantikan transaksi yang masih menggunakan pola konvensional yaitu transaksi di mana pembeli dan penjual saling berhadapan atau bertemu muka untuk pembayaran dan penyerahan barang.

Berbagai penyedia (*provider*) layanan akses internet dan telekomunikasi juga turut berperan. Sebut saja operator telekomunikasi yang menyediakan akses komunikasi dan akses internet, sehingga pengguna komputer dan internet dapat dengan mudah melakukan transaksi *online* dari perangkat mobile (misalkan

handphone, smartphone, tablet) maupun komputer desktop dan komputer jinjing (*notebook, netbook*).

Dukungan lainnya juga muncul dari pihak bank (baik di dalam negeri maupun di luar negeri) dan penyedia layanan transaksi elektronik. Pihak-pihak ketiga ini membantu di dalam proses transaksi *online* yang terjadi antar pembeli dan penjual *online*. Misalkan saja disaat proses pembayaran secara elektronik yang dilakukan konsumen terhadap tagihan jumlah biaya yang harus dibayar berdasarkan barang yang diambil pada toko *online*, dengan memanfaatkan layanan *E-Banking* milik suatu Bank. (Putu, 2015)

Banyaknya pengguna internet di Indonesia menunjukkan potensi pasar yang besar yang akan mempengaruhi munculnya berbagai peluang bisnis baru. Melihat peluang ini, para pelaku bisnis harus semakin giat untuk memajukan bisnisnya. Dengan demikian peran internet di tahun 2016 sangat berpotensi dan sangat berpeluang strategis bagi pertumbuhan bisnis di Indonesia.

Salah satu bisnis yang menggunakan teknologi internet adalah *online shopping* atau sering disebut *olshop*. Tatap muka antar penjual dan pembeli tidak langsung terjadi, namun secara *online* melalui perantara perangkat komputer maupun mobile beserta dengan aplikasi dan sistem operasi. Saat ini jika seorang ingin berdagang atau ingin mempromosikan barang dagangannya sampai keluar negeri, pedagang itu cukup membuat situs dan menampilkan barang dagangannya di halaman situsnya. Para calon pembeli yang ada di luar negeri dapat melihat barang yang ditawarkannya dan jika calon pembeli tertarik, maka dapat langsung memesan barang tersebut dengan menghubungi kontak yang ada di biodata situs

tersebut. Tidak lagi diperlukan biaya yang besar untuk mengurus perizinan, biaya untuk mendirikan toko di luar negeri, sewa gedung, dan juga membayar upah pekerja. Para pihak dalam transaksi tidak perlu bertemu *face to face* cukup melalui peralatan komputer dan telekomunikasi. Hal ini menurut Heru Soeprapto merupakan pertanda telah dimulainya era *cyber* dalam dunia bisnis.

Perkembangan bisnis *online shopping* di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup baik. Berdasarkan riset *Online Shopping Outlook 2015* yang dikeluarkan oleh BMI *research* mengungkapkan, peluang pertumbuhan pasar *online* masih sangat besar seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Menurut riset dari BMI, pada tahun 2014 pengguna belanja *online* mencapai 24% dari jumlah pengguna internet di Indonesia. Riset tersebut dilakukan di 10 kota besar di Indonesia terhadap 1.213 orang dengan usia 18-45 tahun melalui metode *phone survey*. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) memprediksi pertumbuhan penduduk Indonesia pada tahun 2015 mencapai 255.461.700 orang, sementara pertumbuhan pengguna internet pada tahun ini versi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) adalah sekitar 139 juta pengguna.

Undang-Undang Perdagangan UU No. 7 tahun 2014 Bab VIII Pasal 65 mengatur bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan Barang dan atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan atau informasi secara lengkap dan benar. Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data atau informasi dan penggunaan sistem elektronik

tersebut wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. (Buyung Muniriyanto: 2015)

Meningkatnya pertumbuhan transaksi *E-Commerce* di Indonesia telah menjadi perhatian pemerintah untuk mulai mengatur aspek perpajakan transaksi *E-Commerce* dalam rangka optimalisasi penerimaan pajak di masa mendatang. Kita ketahui, Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara. Tanpa pajak sebagian besar kegiatan negara sulit untuk dapat dilaksanakan. Pendapatan negara yang salah satunya dari pajak inilah yang nantinya digunakan pemerintah dalam mewujudkan tujuannya yaitu mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Perwujudan dari pendapatan ini digunakan pemerintah untuk membiayai program pembangunan disegala bidang yang akan dilaksanakan secara bertahap dan kepentingan masyarakat secara keseluruhan. Program pembangunan tersebut membutuhkan dana dan biaya yang besar, dimana sumber dana dan pembiayaannya diperoleh dari APBN. Salah satu sumber terbesar pendapatan APBN adalah dari sektor pajak.

Perpajakan belum mengatur secara khusus mengenai pajak penghasilan *E-Commerce*. Peneliti dari Perkumpulan Prakasa (*The Center For Welfare Studies*) Maftuchan memperkirakan, potensi pajak yang bisa digali dari sektor *E-Commerce* bisa mencapai lebih dari 10 triliun. Angka tersebut merupakan hitungan kasarnya. Kemungkinan bisa mencapai 15 triliun. Jika pemerintah jeli dari situs-situs media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan sebagainya banyak potensi pajak yang bisa didapat. Jika hal tersebut mampu digali oleh pemerintah, bisa mendongkrak pendapatan negara dari sektor pajak. Namun saat

ini pemerintah belum memiliki peraturan secara khusus tentang pengenaan pajak *E-Commerce* ini. Sehingga masih mengikuti Peraturan Perpajakan secara umum. Pemahaman wajib pajak akan peraturan perpajakan sangat penting dalam penerapannya guna menompang pendapatan negara demi memnuhi kebutuhan bersama. (Apkomindo: 2016)

Masalah yang harus dituntaskan dari sektor pajak ini adalah kurang patuhan wajib pajak yang diakibatkan oleh rendahnya kemauan membayar pajak. Kepatuhan wajib pajak merupakan suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi suatu kewajiban perpajakannya dan melaksanakan hak perpajakan. Kepatuhan tersebut diidentifikasi kewajiban wajib pajak dalam memahami semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas, menyetor kembali SPT dan kepatuhan dalam menghitung tunggakan pajak yang harus dibayarkan. Ada dua macam kepatuhan yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal adalah suatu keadaan wajib pajak memenuhi kewajiban secara formal sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan. Kepatuhan material adalah suatu keadaan wajib pajak memenuhi semua ketentuan material perpajakan yakni sesuai dengan isi dan jiwa undang-undang perpajakan.

Upaya untuk meningkatkan penerimaan negara mempunyai banyak kendala yaitu antara lain tingkat kepatuhan wajib pajak yang masih rendah sehingga para wajib pajak membayar kewajiban pajaknya lebih kecil dari yang seharusnya mereka bayarkan dan masih banyak para wajib pajak yang tidak melaporkan kewajiban perpajakannya yang harus mereka bayarkan.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan dan membayar pajak terutang. Diantaranya pengetahuan wajib pajak akan peraturan-peraturan perpajakan, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak. Pengetahuan atas ketentuan perpajakan yang benar sangat mutlak diperlukan oleh wajib pajak, karena dengan pengetahuan itu wajib pajak akan dapat melakukan kewajibannya dengan benar pula.

Pemerintah telah melakukan upaya untuk menambah pengetahuan bagi para wajib pajak, salah satunya adalah melalui penyuluhan pajak. Selain melalui penyuluhan pajak, kepatuhan wajib pajak juga dipengaruhi oleh tarif pajak. Dari sistem perpajakan, aspek terendah yang dinilai kurang memotivasi wajib pajak dalam membayar pajak adalah berkenaan dengan masalah tarif. Pengenaan tarif pajak akan berbanding lurus dengan minat wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya. Lingkungan wajib pajak juga berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Lingkungan yang kondusif akan memberikan pengaruh positif. Contohnya, dalam suatu lingkungan terdapat pelopor yang patuh membayar pajak, maka akan menular kepada wajib pajak yang lainnya. Sebaliknya jika lingkungan tidak kondusif akan memberikan dampak negatif, sehingga akan berpengaruh pula terhadap kepatuhan wajib pajak. Lingkungan juga ditandai dari pembangunan di daerah tersebut. Apabila pembangunan desa atau daerah tersebut baik, maka akan berdampak pada minat masyarakat sekitar untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Menurut penulis, dari faktor-faktor tersebut, semua disebabkan kesadaran dari dalam diri wajib pajak. Karena, semengikat apapun

peraturan yang ada, jika wajib pajak tidak mau sadar akan pentingnya membayar pajak, maka wajib pajak tidak akan memenuhi kewajiban tersebut.

Kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak tepat waktu akan mempengaruhi tinggi rendahnya terhadap kepatuhan wajib pajak. Menurut Ritonga (2011) Kesadaran adalah perilaku atau sikap terhadap suatu objek yang melibatkan anggapan dan perasaan serta kecenderungan untuk bertindak sesuai objek tersebut. Jadi kesadaran wajib pajak adalah sikap mengerti wajib pajak badan atau perorangan untuk memahami arti, fungsi, dan tujuan pembayaran pajak. Masyarakat yang memiliki kesadaran pajak tinggi akan mengerti fungsi pajak, baik mengerti manfaat pajak untuk masyarakat maupun diri pribadi. Dengan demikian masyarakat akan sukarela dan disiplin membayar pajak tanpa paksaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis berkeinginan untuk mengkajinya lebih lanjut dalam bentuk skripsi yang berjudul:

“PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, TARIF PAJAK, LINGKUNGAN, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGGUNA *E-COMMERCE* (Studi Kasus Pada Pegusaha *Online shopping*)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah adanya pengaruh secara simultan pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-Commerce*?
2. Apakah adanya pengaruh secara parsial pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-Commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-Commerce*.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-Commerce*.

1.4 Manfaat penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi mahasiswa secara khusus dan masyarakat secara umum tentang faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak khususnya wajib pajak pengguna *E-Commerce*.

2. Manfaat Praktis:

Peneliti memahami bagaimana pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-Commerce*. Dan Dapat menambah wawasan kepada masyarakat tentang pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-Commerce* .

1.5 Batasan Masalah

1. Objek dalam penelitian yang digunakan hanya pengusaha *online shopping* yang beroperasi di akun media sosial instagram.
2. Pengusaha *online shopping* yang digunakan sebagai responden, pengusaha *online shopping* dibidang *fashion*.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil – Hail Penelitian Terdahulu

Berikut adalah daftar penelitian terdahulu yang berhubungan dengan Kepatuhan Wajib Pajak dan *E-Commerce*.

Tabel 2.1
Peneltian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Amelia Retno Wulandari (2012)	Formulasi Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai Atas Penjualan Barang <i>Fashion</i> Melalui <i>E-Commerce</i>	Metode analisis kualitatif	Dalam penelitian yang dilakukan Amelia, pengenaan PPN atas transaksi penjualan barang <i>fashion</i> melalui <i>e-commerce</i> , belum diatur secara khusus dalam UU PPN No 42 Tahun 2009 sehingga tidak terdapat kejelasan dan kepastian hukum dalam pemenuhan kewajiban PPN sesuai dengan <i>self assessment</i> . Disain sistem dan prosedur pengenaan PPN yang dapat diaplikasikan atas transaksi penjualan barang <i>fashion</i> melalui <i>e-commerce</i> di Indonesia pada dasarnya sama dengan sistem dan prosedur atas transaksi konvensional. Bedanya dalam transaksi <i>e-</i>

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<i>commerce</i> digunakan dokumen digital seperti faktur pajak dan SPT.
2	Nur Indah Wahyuni (2012)	Dampak <i>E-Commerce</i> Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Pada KPP Pratama Kota Bandung	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif	Dampak <i>e-commerce</i> pada KPP Pratama Kota Bandung dinilai baik, namun masih ada beberapa yang menjadi masalah dari <i>e-commerce</i> itu sendiri, yaitu masih banyaknya wajib pajak dalam menyetorkan kewajiban pajaknya. Sehingga yang ada masih terlambat dalam pemenuhan pembayaran kewajiban pajaknya kepada kantor pelayanan pajak. Secara parsial dan simultan, <i>e-commerce</i> dan pemeriksaan pajak pada PT. Centrin Online Tbk memberikan pengaruh terhadap penerimaan pajak, ini menunjukkan bahwa <i>e-commerce</i> dan pemeriksaan pajak memberikan pengaruh yang positif

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				terhadap penerimaan pajak.
3	Andri Christian Ginting (2014)	Analisis Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sikap Rasional, Lingkungan, Sanksi Denda dan Sikap Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Wilayah KPP Pratama Kota Malang)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif dengan metode pendekatan survei.	Kesadaran perpajakan, sikap rasional, lingkungan, sanksi denda dan sikap fiskus berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Kota Malang. Kesadaran perpajakan, sikap rasional, lingkungan, sanksi denda, dan sikap fiskus berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Kota Malang. Faktor kesadaran perpajakan mempunyai pengaruh dominan terhadap kepatuhan para wajib pajak pada wilayah KPP Kota Malang.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4	Ayu Dwi Etikasari Putri (2015)	Pengaruh Pemahaman, Tarif, dan Tingkat Pendidikan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Peraturan Pemerintah No.46 Tahun 2013 Kota Malang	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif	Pemahaman, Tarif, dan Tingkat Pendidikan Wajib Pajak berpengaruh secara simultan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Peraturan Pemerintah No.46 Tahun 2013 Kota Malang. Pemahaman, Tarif, dan Tingkat Pendidikan Wajib Pajak berpengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Peraturan Pemerintah No.46 Tahun 2013 Kota Malang.
5	Shinta Devy Permatasari (2015)	Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Kondisi Keuangan, Sanksi Pajak, dan Keadilan Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan skala linkert.	Pemahaman Perpajakan, Kondisi Keuangan, Sanksi Pajak, dan Keadilan Pajak berpengaruh secara simultan Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				Pemahaman Perpajakan dan Kondisi Keuangan, berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Sanksi Pajak, dan Keadilan Pajak tidak berpengaruh secara parsial Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu maka persamaan dan perbedaan penelitian ini dideskripsikan pada tabel 2.2 sebagai berikut:

Tabel 2.2
Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu

No	Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1	Amelia Retno Wulandari (2012)	Fokus penelitian adalah perlakuan pajak terhadap pengguna <i>e-commerce</i>	Objek yang akan penulis teliti adalah PPh sedangkan pada penelitian yang dilakukan Amelia objeknya adalah PPN. Dasar perhitungan yang penulis gunakan adalah PP No. 46 Tahun 2013 sedangkan Amelia menggunakan UU PPN No. 42 Tahun 2009

Tabel 2.2
Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu
(Lanjutan)

NO	PENELITI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
			membahas tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak.
2	Nur Indah Wahyuni (2012)	Pembahasannya sama, yaitu kepatuhan wajib pajak.	Variable dan objeknya berbeda.
3	Andri Christian Ginting (2014)	Metode yang digunakan sama, yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei.	Perbedaannya terdapat pada variabel independennya.
5	Ayu Dwi Etikasari Putri (2015)	Sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Ada dua variabel yang sama yaitu variabel pemahaman dan tarif.	Objeknya berbeda.
5	Shinta Devy Permatasari (2015)	Sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan ada variabel yang sama yaitu variabel pemahaman perpajakan.	Berbeda di objeknya.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 E-Commerce

2.2.1.1 Pengertian E-Commerce

Electronic Commerce atau disingkat *e-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers*, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer.

E-Commerce merupakan bidang yang *multidiscipliner* yang mencakup bidang-bidang teknik seperti jaringan dan telekomunikasi, pengamanan, penyimpanan, dan pengambilan data dari multi media, bidang-bidang bisnis

seperti pemasaran, pembelian dan penjualan, penagihan dan pembayaran, manajemen jaringan distribusi, dan aspek-aspek hukum seperti *information privacy*, hak milik intelektual, perpajakan, pembuatan perjanjian, dan penyelesaian hukum lainnya. (Ninieck, 2009)

Kamlesh K. Bajaj dan Debjani Nag pengarang buku *E-Commerce The Cutting Edge of Business* (2000) menyatakan bahwa *e-commerce* adalah pertukaran informasi bisnis tanpa menggunakan kertas (*the paperless exchange of business information*), melainkan melalui EDI (*Electronic Data Exchange*) E-mail, EBB (*Electronic Bulletin Board*), *Electronic Fund Transfer* dan teknologi-teknologi lainnya menggunakan jasa jaringan (net).

2.2.1.2 Kategori Aplikasi E-Commerce

E-Commerce dibedakan menjadi tujuh jenis berdasarkan kepada siapa saja pelaku (penjual dan pembeli) yang terlibat didalamnya, bagaimana interaksi antar pembeli dan penjual, serta proses yang terjadi di dalamnya. Ajeet Khurana di dalam tulisan onlinenya berjudul *Types of E-Commerce*, menyatakan adanya empat jenis kategori di dalam *E-Commerce* saat ini, yaitu:

- a. *E-Commerce Business to Business (B2B)*
- b. *E-Commerce Retail or Business to Customer (B2C)*
- c. *E-Commerce Customer to Business (C2B)*
- d. *E-Commerce Customer to Customer (C2C)*

Sedangkan menurut *Tutorial Point*, terdapat tiga lagi tambahan jenis *E-Commerce*, yaitu:

- a. *Business to Government (B2G)*
- b. *Government to Business (G2B)*
- c. *Government to Citizen (G2C)*

1) *Business to Business (B2B)*

Merupakan transaksi komersil antara suatu organisasi dengan organisasi lainnya (pemesanan interorganisasional). Aktivitas dari *E-Commerce* kategori B2B ini meliputi pembelian dan penjualan, *supplier management*, *inventory management*, *channel management*, aktivitas-aktivitas penjualan, *payment management* serta *service* dan *support*.

2) *Business to Consumer (B2C)*

Merupakan transaksi komersil antara suatu organisasi dengan konsumen-konsumen. Pelopor dari kategori *E-Commerce* B2C ini adalah Amazon.com, Yahoo.com, dan Schwab.com. transaksi-transaksi yang terjadi dalam kategori B2C ini antara lain aktivitas penjualan, pencarian konsumen, serta pelayanan dan dukungan bagi para konsumen.

3) *Consumer to Consumer (C2C)*

Merupakan pertukaran informasi atau transaksi keuangan antara konsumen yang umumnya dimediasi melalui situs bisnis. Pertukaran C2C ini mencakup transaksi-transaksi yang terjadi diantara konsumen dengan konsumen. Pertukaran tersebut bisa melibatkan atau tidak melibatkan pihak ketiga.

4) *Customer to Business (C2B)*

Merupakan bentuk *E-Commerce* yang berkebalikan dengan *E-Commerce* pada umumnya, dimana konsumen berperan aktif dengan cara memberitahukan kepada khalayak internet mengenai kebutuhannya, untuk kemudian satu atau beberapa buah perusahaan atau layanan produk dan jasa akan mencoba menawarkan produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

5) *Business to Government (B2G)*

Sebagai bentuk penyesuaian dari *E-Commerce Business to Business (B2B)* yang telah dijelaskan diatas. Yang membedakan adalah pada jenis B2G ini pemerintah bekerjasama dengan pihak bisnis (perusahaan swasta) dalam bentuk penyediaan regulasi (aturan yang disepakati bersama) penyediaan media untuk aplikasi bagi pemerintah dan dunia bisnis, serta pemberian akreditasi bagi website *E-Commerce* yang digunakan oleh pihak atau kelompok bisnis (perusahaan swasta) untuk kegiatan *E-Commerce B2G* ini.

6) *Government to Business (G2B)*

Merupakan bentuk *E-Commerce* yang melibatkan pemerintah (*Government*) dengan pihak bisnis (*Business*). Bentuk interaksi ini akan melibatkan transaksi penjualan barang, jasa, maupun keduanya dalam skala kecil, skala menengah, hingga skala besar. Pemerintah ikut terlibat langsung di dalamnya melalui hubungan dengan pihak swasta, agar tercipta sebuah bentuk kerjasama yang saling menguntungkan antar kedua belah pihak.

Perantara untuk hubungan antar pemerintah dengan swasta tersebut adalah melalui website yang dilakukan secara online dan mobile.

2.2.1.3 Mekanisme Transaksi *E-Commerce*

Mekanisme transaksi *E-Commerce* dimulai dengan adanya penawaran suatu produk tertentu oleh penjual (misal berada atau bertempat kedudukan di AS) disuatu situs melalui server yang berada di Indonesia. Apabila konsumen di Indonesia melakukan pembelian maka konsumen tersebut akan mengisi “*order mail*” yang disediakan oleh pihak penjual. Cara pembayaran yang dapat dilakukan oleh konsumen tersebut yaitu dengan :

- Transaksi model ATM.
- Pembayaran langsung antara dua pihak yang bertransaksi tanpa perantara.
- Dengan perantara pihak ketiga
- *Micropayment* (recehan), dan
- *Anonymous digital cash*.

Apabila proses pembayaran tersebut telah diotorisasi, maka proses pengiriman dapat dilakukan. Cara pengiriman atas produknya, apakah barang berwujud (melalui pengiriman biasa), jasa, atau produk *digital* (melalui proses *download*).

2.2.1.4 Perpajakan Atas Penghasilan *E-Commerce*

Terdapat tiga prinsip dasar yang dikembangkan dalam mengantisipasi pemajakan atas transaksi *E-Commerce*, yaitu :

- a. Pemajakan atas transaksi yang dilakukan secara elektronik tidak boleh diperlakukan secara berbeda dengan transaksi yang dilakukan tidak secara elektronik;
- b. Jika ketentuan perpajakan yang berlaku saat ini memungkinkan untuk diterapkan terhadap transaksi *E-Commerce*, maka ketentuan inilah yang diterapkan;
- c. Adanya kesepakatan diantara *tax regime* masing-masing Negara untuk menghindari konflik pajak berganda.

Dalam azas *Certainty*, kepastian hukum yang diutamakan adalah mengenai subjek pajak, objek pajak, tarif pajak, dan ketentuan mengenai pembayarannya. Penentuan subjek PPh yang diatur dalam UU No 7 tahun 1983 tentang PPh stdd UU No 36 tahun 2008, berdasarkan keberadaan subjek pajak tersebut di Indonesia bukan berdasarkan dari kewarganegaraan dari subjek pajak tersebut. Orang Pribadi yang berada di Indonesia lebih dari 183 hari di Indonesia masuk kategori subjek pajak dalam negeri. Hal ini diatur dalam pasal 2 ayat 1 (a.1) UU PPh mendefinisikan yang menjadi subjek pajak orang pribadi dan lebih detail diatur dalam pasal 3(1), (3), 12(2), 18 Peraturan Direktur Jenderal Pajak No PER - 43/PJ/2011. Untuk wajib pajak badan (sekumpulan orang atau sekumpulan modal) menjadi subjek pajak dalam negeri jika badan tersebut didirikan atau bertempat kedudukan di Indonesia. Jenis subjek pajak ada juga yang disebut

Bentuk Usaha Tetap (BUT). Dalam pasal 2 ayat (5) Undang-Undang PPh, dijelaskan mengenai pengertian Bentuk Usaha Tetap (BUT) mencakup 3 hal, yaitu:

- a. Keberadaan fisik tempat usaha baik berupa tanah, gedung, peralatan, dan mesin.
- b. Adanya aktivitas atau kegiatan usaha yang dilakukan di Indonesia.
- c. Adanya agen yang kedudukannya tidak bebas yang bertindak untuk dan atas nama orang pribadi atau badan yang tidak bertempat tinggal atau tidak bertempat kedudukan di Indonesia.

BUT perlakuan pajaknya disamakan dengan WP badan. Dari ketiga jenis subjek pajak tersebut keberadaan menjadi faktor terpenting dalam menentukan jenis subjek pajak yang akan berakibat dengan jenis hak dan kewajibannya. Aspek PPh yang muncul dari transaksi *E-Commerce* adalah penghasilan antara lain:

- a. Penjualan barang atau jasa
- b. Hubungan kerja
- c. Penjualan atau penyewaan
- d. Royalti
- e. Deviden
- f. Bunga, dll

Pengenaan PPh bagi *E-Commerce* sama dengan usaha yang dilakukan tanpa menggunakan media online seperti toko biasa. Pengenaan PPh atau penghitungan PPh yang terutang dapat dilihat dari beberapa hal berikut:

- a. Wajib pajak pribadi yang melakukan pencatatan. Untuk menghitung penghasilan netonya dengan menggunakan norma Penghitungan Penghasilan Neto (NTPN) sesuai dengan pasal 14 UU 7 tahun 1983 tentang PPh stdd No 36 Tahun 2008. Untuk itu wajib pajak memberitahukan secara tertulis kepada kepala Kantor Pelayanan Pajak dimana wajib pajak terdaftar dalam waktu tiga bulan pertama dari tahun yang menggunakan NPPN. Apabila tidak memberitahukan, maka dianggap menyelenggarakan pembukuan.
- b. Wajib pajak yang pengenaannya berdasarkan PP No 46 Tahun 2013 Atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tidak melebihi Rp 4.800.000.000,00. Dikenai PPh yang bersifat final.

Tidak adanya perbedaan perlakuan pajak tersebut disebabkan oleh karena pada dasarnya usaha melalui *E-Commerce* adalah sama dengan perdagangan biasa. Perbedaannya hanya terletak pada penggunaan sarana komunikasinya, dimana transaksi *E-Commerce* menjadikan internet sebagai media komunikasi elektronik dan infrastruktur utamanya. Oleh karena itu segala hak dan kewajiban perpajakan yang ada pada pelaku usaha konvensional juga melekat untuk para pelaku bisnis *E-Commerce*.

Pengusaha maupun pelaku di bidang *E-Commerce* yang telah memenuhi persyaratan sebagai wajib pajak, wajib mendaftarkan diri ke kantor pelayanan pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal atau tempat kedudukannya untuk memperoleh NPWP. Persyaratan subjektif adalah persyaratan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang (UU) PPh mengenai subjek pajak, yaitu orang

pribadi, badan, warisan belum terbagi sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak, serta bentuk usaha tetap. Sedangkan persyaratan objektif adalah persyaratan bagi subjek pajak yang menerima atau memperoleh penghasilan atau diwajibkan melakukan pemotongan atau pemungutan pajak sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku. (anniana: 2015)

Besarnya potensi PPh yang muncul dari pesatnya perkembangan bisnis online saat ini, tentu saja DJP tidak dapat sendiri dalam melakukan penjarangan data-data transaksi online. Data-data terkait keberadaan perusahaan *E-Commerce* dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan semua instansi pemerintah, lembaga, asosiasi, dan pihak lain untuk menjangkau keberadaan *E-Commerce*. Semua instansi pemerintah, lembaga, asosiasi, dan pihak lain yang memiliki data-data terkait dengan transaksi online, wajib memberikan data-data tersebut ke DJP sesuai dengan peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 31 Tahun 2012. PP tersebut tentang pemberian dan Penghimpunan Data dan Informasi yang berkaitan dengan perpajakan. Dengan PP tersebut DJP mempunyai hak untuk mendapatkan semua data yang dibutuhkan untuk penggalan potensi bisnis online. Selain pemberian data-data tersebut ke DJP, petugas DJP juga dapat mencari data-data tersebut dengan menggunakan software-software mesin pencari. Pada software tersebut petugas pajak dapat menggunakan *keyword* tertentu sesuai jenis lapangan usaha pelaku *E-Commerce*.

Keberadaan *E-Commerce* melampaui lintas batas suatu negara perlu dicermati kembali dalam menentukan subjek pajak dan pengenaan PPh atas objek pajak yang muncul dari keberadaan *E-Commerce*. Sehingga jelas siapa

subjeknya, apa objeknya dan negara mana yang berhak untuk memajaki atas keberadaan dan transaksi yang muncul dari *E-Commerce*. (Chandra: 2014)

Para ahli perpajakan internasional membuat kesepakatan berkenaan dengan hak pemajakan (*taxing right*) atas penghasilan dari transaksi-transaksi internasional (*cross border transaction*) sebagai berikut :

- a. Hak untuk memungut pajak atas penghasilan pada dasarnya harus diberikan kepada Negara domisili. Yaitu Negara dimana orang pribadi yang menerima penghasilan itu bertempat tinggal ataupun Negara dimana badan usaha yang mendapatkan penghasilan itu bertempat kedudukan atau berdiri.
- b. Negara lain, selain Negara domisili, dapat juga memungut pajak, apabila Negara tersebut merupakan Negara tempat beradanya sumber penghasilan tersebut disebut Negara sumber. Para ahli perpajak internasional pada umumnya sepakat untuk membagi penghasilan dari transaksi internasional menjadi lima belas jenis penghasilan sebagai berikut :
 - Penghasilan dari harta tetap atau barang tak bergerak (*income from immovable property*)
 - Penghasilan dari usaha (*business profits*)
 - Penghasilan dari usaha perkapalan dan usaha pengangkutan udara (*income from shipping and air transport*)
 - Deviden
 - Bunga
 - Royalti

- Keuntungan penjualan harta (*capital gains*)
 - Penghasilan dari pekerjaan bebas (*income from independent personal services*)
 - Penghasilan dari pekerjaan (*income from dependent personal services*)
 - Gaji direktur (*director's fees*)
 - Penghasilan seniman, artis, dan olahragawan (*income earned by entertainers and athletes*)
 - Uang pension dan jaminan social tenaga kerja (*pension and social security payments*)
 - Penghasilan pegawai negeri (*income in respect of government services*)
 - Penghasilan pelajar atau mahasiswa (*income received by student and apprentices*)
 - Penghasilan lain-lain (*other income atau income not expressly mentioned*)
- c. Untuk jenis penghasilan dari usaha, Negara sumber yang boleh memungut pajak adalah Negara dimana dilakukannya kegiatan usaha melalui suatu bentuk tetap yaitu Negara diluar Negara domisili tempat pendirian kantor cabang, pabrik, bengkel, atau tempat-tempat lain yang bersifat permanen, darimana kegiatan usaha itu dilakukan.

2.2.2 Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013

Ketentuan Pajak Penghasilan yang diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 Tahun 2013, merupakan kebijakan Pemerintah yang mengatur mengenai Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. Kebijakan Pemerintah dengan pemberlakuan PP ini didasari dengan maksud :

- a. Untuk memberikan kemudahan dan penyederhanaan aturan perpajakan.
- b. Mengedukasi masyarakat untuk tertib administrasi.
- c. Mengedukasi masyarakat untuk transparansi.
- d. Memberikan kesempatan masyarakat untuk berkontribusi dalam penyelenggaraan negara.

Adapun tujuannya adalah sebagai berikut:

- a. Kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.
- b. Meningkatnya pengetahuan tentang manfaat perpajakan bagi masyarakat.
- c. Terciptanya kondisi kontrol sosial dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Sesuai PP No 46 Tahun 2013 yang dikenai Pajak Penghasilan (PPh) adalah Penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak dengan peredaran bruto (*omzet*) yang tidak melebihi Rp 4.800.000,00 dalam 1 tahun Pajak. Peredaran bruto (*omzet*) merupakan jumlah peredaran bruto (*omzet*) semua gerai/counter/outlet atau sejenisnya baik pusat maupun cabangnya. Pajak yang terutang dan harus dibayar adalah:

1% dari jumlah peredaran bruto (omzet)

Catatan: Usaha meliputi usaha dagang, industri, dan jasa, seperti misalnya toko/kios/los kelontong, pakaian, elektronik, bengkel, penjahit, waruing/rumah makan, salon, dan usaha lainnya.

Objek Pajak yang tidak dikenai PPh ini harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Penghasilan dari jasa sehubungan dengan Pekerjaan Bebas, seperti misalnya: dokter, advokat/pengacara, akuntan, notaris, PPAT, arsitek, pemain musik, pembawa acara, dan sebagaimana diuraikan dalam penjelasan PP tersebut.
- b. Penghasilan dari usaha yang dikenai PPh Final (Pasal 4 ayat (2)), seperti misalnya sewa kamar kos, sewa rumah, jasa konstruksi (perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan), PPh usaha migas, dan lain sebagainya yang diatur berdasarkan Peraturan Pemerintah tersendiri.
- c. Penghasilan yang diterima atau diperoleh dari luar negeri.

Catatan: Tahun Pajak adalah jangka waktu 1 (satu) tahun kalender kecuali bila Wajib Pajak menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun kalender.

Subjek pajak yang dikenai Pajak Penghasilan sesuai PP Nomor 46 Tahun 2013 adalah Orang Pribadi dan Badan (tidak termasuk Bentuk Usaha Tetap (BUT)) yang menerima penghasilan dari usaha dengan peredaran bruto (*omzet*) tidak melebihi Rp 4.800.000,00 dalam 1 (satu) Tahun Pajak. Kemudian yang tidak dikenai Pajak Penghasilan sesuai PP Nomor 46 Tahun 2013 adalah:

- a. Orang Pribadi yang melakukan kegiatan usaha perdagangan dan/atau jasa yang menggunakan sarana yang dapat dibongkar pasang dan menggunakan sebagian atau seluruh tempat untuk kepentingan umum. misalnya: pedagang keliling, pedagang asongan, warung tenda di area kaki-lima, dan sejenisnya.
- b. Badan yang belum beroperasi secara komersial atau yang dalam jangka waktu 1 (satu) tahun setelah beroperasi secara komersial memperoleh peredaran bruto (*omzet*) melebihi Rp 4.800.000,00.

Catatan: Orang Pribadi atau Badan yang diterangkan di atas wajib melaksanakan ketentuan Perpajakan sesuai dengan UU KUP maupun UU PPh secara umum.

Penyetoran dan pelaporan PPh sesuai ketentuan PP Nomor 46 Tahun 2013 yaitu penyetoran paling lambat tanggal 15 bulan berikutnya dengan menggunakan Surat Setoran Pajak (SSP) dan menyampaikan Surat Pemberitahuan Masa Pajak Penghasilan paling lama tanggal 20 bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir. Jika SSP sudah validasi NTPN, Wajib Pajak dianggap telah menyampaikan SPT Masa PPh Pasal 4 ayat (2) sesuai tanggal validasi NTPN. Penyetoran dimaksud dengan mencantumkan kode pada SSP sebagai berikut:

Kode Akun Pajak : 411128

Kode Jenis Setoran : 420

Penghasilan yang dibayar berdasarkan PP Nomor 46 Tahun 2013 dilaporkan dalam SPT Tahunan PPh pada kelompok penghasilan yang dikenai pajak final dan/atau bersifat final.

2.2.3 Pajak

2.2.3.1 Pengertian Pajak

Melaksanakan pembangunan nasional merupakan bentuk sebagai pengamalan dari Pancasila yang bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat dan oleh karena itu pula dikelola untuk meningkatkan peran serta masyarakat sesuai dengan kemampuannya, maka untuk mewujudkan tujuan dalam melaksanakan dan meningkatkan pembangunan nasional, salah satu sumber penerimaan Negara yang sangat menunjang untuk kemakmuran dan kesejahteraan rakyat adalah pajak. Menurut Prof. Dr. P.J.A Adriani yang telah diterjemahkan oleh R. Santoso Brotodiharjo dalam buku “Pengantar Ilmu Hukum Pajak “ mengemukakan bahwa :

“Pajak adalah iuran kepada Negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung dengan tugas Negara untuk menyelenggarakan pemerintahan”.

Sedangkan pengertian pajak menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH., dalam buku “Teori Perpajakan dan Kasus” mengemukakan bahwa definisi pajak adalah :

“Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan Undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjuk. Dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum”.

Definisi tersebut kemudian disempurnakan menjadi :

“Pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas Negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan “surplus”-nya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*”.

Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan diatas dapat ditarik kesimpulan tentang ciri-ciri atau unsur pokok yang terdapat pada pengertian pajak yaitu:

- a. Pajak dipungut berdasarkan Undang-undang serta aturan pelaksanaannya yang sifatnya dapat dipaksakan.
- b. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.
- c. Pajak dipungut oleh Negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
- d. Pajak diperuntukan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah, yang bila dari pemasukannya terdapat *surplus*, diperuntukan untuk membiayai *public investment*.
- e. Pajak pula mempunyai fungsi sebagai *budgetair* dan *regulerend*

2.2.3.2 Sistem Pemungutan Pajak

Berikut macam-macam sistem pemungutan menurut Rahayu (2010) dalam bukunya menguraikan sebagai berikut:

- a. *Official Assessment System* Adalah suatu pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang. Ciri-ciri *Official Assessment System*:

- 1) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang berada pada fiskus.
 - 2) Wajib pajak bersifat pasif.
 - 3) Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.
- b. *Self Assessment System* Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepercayaan dan tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri besarnya kewajiban pajak yang terutang.
- c. *With Holding System* Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga untuk memotong atau memungut besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

2.2.3.3 Wajib Pajak

1. Pengertian Wajib Pajak

Wajib pajak terbagi menjadi dua, yang pertama Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) dan yang kedua Wajib Pajak Badan. Dalam ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU No. 28 Tahun 2007),

“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”. Badan sendiri adalah “Badan usaha kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Badan usaha seringkali disamakan dengan perusahaan, walaupun pada kenyataannya berbeda. Perbedaan utamanya, badan usaha adalah lembaga sementara perusahaan adalah tempat dimana badan usaha itu mengelola faktor-faktor produksi”.

2. **Kewajiban Perpajakan**

Menurut Tjahjono dan Husein (2005:13), ada beberapa jenis kewajiban dalam perpajakan:

1. Kewajiban pajak Subjektif

Kewajiban yang melekat pada subjeknya. Pada dasarnya setiap orang yang bertempat tinggal di Indonesia memiliki kewajiban pajak subjektif. Sedangkan untuk yang berada di luar Indonesia memiliki kewajiban subjektif apabila mempunyai hubungan ekonomis dengan Indonesia, contoh apabila ia memiliki perusahaan di Indonesia. Jadi kewajiban pajak subjektif ini bersifat mengikat, yang mana yang lahir dan bertempat tinggal di Indonesia akan dijadikan subjek pajak, jika orang asing memiliki usaha di Indonesia juga akan dikenai pajak atau dijadikan sebagai objek pajak.

2. Kewajiban Pajak Objektif

Kewajiban yang melekat pada objeknya. Seseorang memiliki kewajiban pajak objektif apabila mendapatkan penghasilan atau mempunyai kekayaan yang memenuhi syarat untuk dikenakan pajak menurut undang-undang.

Adapun ketentuan umum dan tata cara perpajakan mengenai kewajiban-kewajibannya berdasarkan pasal:

Tabel 2.3
Kewajiban Wajib Pajak Menurut UU No. 28 Tahun 2007

No	Kewajiban	UU No. 28 Tahun 2007 Tentang KUP
1	Setiap wajib pajak yang telah memenuhi kewajiban persyaratan subjektif dan objektif wajib mendaftarkan diri.	Pasal 2 (1)
2	Setiap wajib pajak sebagai pengusaha yang dikenai Pajak Pertambahan Nilai wajib melaporkan usahanya pada Kantor Direktorat Jenderal Pajak untuk dikukuhkan menjadi pengusaha kena pajak.	Pasal 2 (2)
3	Wajib pajak orang pribadi pengusaha tertentu, yaitu wajib pajak orang pribadi yang mempunyai tempat usaha tersebar di beberapa tempat wajib mendaftarkan diri pada kantor Direktorat Jendral Pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal wajib pajak, juga diwajibkan mendaftarkan diri pada kantor Direktorat Jendral Pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat kegiatan usaha wajib pajak dilakukan.	Penjelasan pasal 2 (3)
4	Setiap wajib pajak mengisi Surat Pemberitahuan dengan benar, lengkap, dan jelas, menandatangani, serta menyampaikannya	Pasal 3 (1) dan pasal 4 (1)

Tabel 2.3
Kewajiban Wajib Pajak Menurut UU No. 28 Tahun 2007 (Lanjutan)

No	Kewajiban	UU No. 28 Tahun 2007 Tentang KUP
5	Wajib pajak orang pribadi yang menerima atau memperoleh penghasilan dibawah penghasilan tidak kena pajak dikecualikan dalam menyampaikan SPT, tetapi karena kepentingan tertentu diwajibkan memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	Penjelasan pasal 3 (8)
6	Surat Pemberitahuan Wajib Pajak Badan harus ditandatangani oleh pengurus atau direksi.	Pasal 4 (2)
7	Jika wajib pajak menunjuk seorang kuasa dengan surat kuasa khusus untuk mengisi dan menandatangani Surat Pemberitahuan, Surat kuasa khusus tersebut harus dilampirkan pada surat pemberitahuan.	Pasal 4 (3)
8	Surat Pemberitahuan Tahunan Pajak Penghasilan Wajib Pajak yang wajib menyelenggarakan pembukuan harus dilampiri dengan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi serta keterangan lain yang diperlukan untuk menghitung besarnya penghasilan kena pajak.	Pasal 4 (4)
9	Pembetulan surat pemberitahuan harus disampaikan paling lama dua tahun sebelum daluwarsa penetapan.	Pasal 8 (1a)
10	Dalam hal wajib pajak membetulkan sendiri surat pemberitahuan Tahunan yang mengakibatkan utang pajak menjadi lebih besar, dikenai sanksi administrasi berupa bunga sebesar dua persen per bulan atas jumlah pajak yang kurang bayar, dihitung sejak saat penyampaian surat pemberitahuan berakhir sampai dengan tanggal pembayaran, dan bagian dari bulan dihitung penuh satu bulan.	Pasal 8 (2)
11	Pajak yang kurang dibayar yang timbul sebagai akibat dari pengungkapan ketidakbenaran beserta sanksi administrasi berupa kenaikan sebesar lima puluh persen dari pajak yang kurang dibayar, harus dilunasi oleh wajib pajak sebelum lapor tersendiri disampaikan.	Pasal 8 (5)
12	Kekurangan pembayaran pajak yang terutang berdasarkan surat pemberitahuan tahunan pajak penghasilan harus dibayar lunas sebelum surat	Pasal 9 (2)

Tabel 2.3
Kewajiban Wajib Pajak Menurut UU No. 28 Tahun 2007 (Lanjutan)

No	Kewajiban	UU No. 28 Tahun 2007 Tentang KUP
	Pemberitahuan pajak penghasilan disampaikan.	
13	Surat tagihan pajak, surat ketetapan pajak kurang bayar, serta surat keputusan keberatan, keputusan pembetulan, putusan banding, serta putusan peminjaman kembali, yang menyebabkan jumlah pajak yang harus dibayar bertambah, harus dilunasi dalam jangka waktu satu bulan sejak tanggal diterbitkan.	Pasal 9 (3)
14	Wajib pajak wajib membayar atau menyetor pajak yang terutang dengan menggunakan surat setoran pajak ke kas negara melalui tempat pembayaran yang diatur dengan atau berdasarkan peraturan menteri keuangan.	Pasal 10 (1)
15	Setiap wajib pajak membayar pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, dengan tidak menggantungkan pada adanya surat ketetapan pajak.	Pasal 12 (1)
16	Wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dan wajib pajak badan di Indonesia wajib menyelenggarakan pembukuan.	Pasal 28 (1)
17	Wajib pajak yang dikecualikan dari kewajiban menyelenggarakan pembukuan tetapi wajib melakukan pencatatan, adalah wajib pajak yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas yang diperbolehkan menghitung penghasilan neto dan wajib pajak orang pribadi yang tidak melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas.	Pasal 28 (2)
18	Pembukuan atau pencatatan tersebut harus diselenggarakan dengan memperhatikan itikad baik dan mencerminkan keadaan atau kegiatan usaha yang sebenarnya.	Pasal 28 (3)
19	Perubahan terhadap metode pembukuan atau pencatatan tahun buku harus mendapat persetujuan dari Direktorat Jendral Pajak.	Pasal 28 (6)

Tabel 2.3
Kewajiban Wajib Pajak Menurut UU No. 28 Tahun 2007 (Lanjutan)

No	Kewajiban	UU No. 28 Tahun 2007 Tentang KUP
20	Pembukuan dengan menggunakan Bahasa asing dan mata uang selain rupiah dapat diselenggarakan oleh wajib pajak setelah mendapat izin menteri keuangan.	Pasal 28 (8)
21	Buku, catatan, dan dokumen yang menjadi dasar pembukuan atau pencatatan dan dokumen lain termasuk hasil pengolahan data dari pembukuan yang dikelola secara elektronik atau secara program aplikasi online wajib disimpan selama sepuluh tahun di Indonesia, yaitu ditempat kegiatan atau tempat tinggal wajib pajak orang pribadi atau ditempat kedudukan wajib pajak badan.	Pasal 28 (11)
22	Wajib pajak yang wajib diperiksa: a. Memperlihatkan dana tau meminjamkan buku atau catatan, dokumen yang menjadi dasarnya, dan dokumen lain yang berhubungan dengan penghasilan yang diperoleh, kegiatan usaha, pekerjaan bebas wajib pajak, atau objek terutang pajak. b. Memberikan kesempatan untuk memasuki tempat atau ruang yang dipandang perlu dan memberi bantuan guna kelancaran pemeriksaan.	Pasal 29 (3)
23	Wakil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertanggung jawab secara pribadi dana tau secara renteng atas pembayaran pajak yang terutang, kecuali apabila dapat membuktikan dan meyakinkan Direktorat Jendral Pajak bahwa mereka dalam kedudukannya benar-benar tidak mungkin untuk dibebani tanggung jawab atas pajak yang terutang tersebut.	Pasal 32 (2)

2.2.4 Kepatuhan Wajib Pajak

2.2.4.1 Pengertian Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak sendiri dapat diawali dengan tumbuhnya niatan wajib pajak untuk mengerti hukum perpajakan dan kewajiban perpajakan yang melekat pada dirinya sebagai wajib pajak. Kepatuhan sendiri dapat diartikan sebagai ketaatan atau berdisiplin, yakni ketaatan atau berdisiplin atas kewajiban pajak yang melekat pada diri seorang wajib pajak untuk mau membayar pajak terutang dan atau mendaftarkan diri menjadi wajib pajak.

Menurut Pratama (2011) Wajib pajak patuh adalah wajib pajak yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak sebagai wajib pajak yang memenuhi kriteria tertentu yang dapat diberikan pengembalian pendahuluan kelebihan pembayaran pajak. Setiap tahun pada akhir bulan Januari ditetapkan wajib pajak patuh.

Kepatuhan wajib pajak merupakan pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan dewasa ini yang diharapkan didalam pemenuhannya diberikan secara sukarela. Kepatuhan wajib pajak menjadi aspek penting mengingat sistem perpajakan Indonesia menganut sistem *self assessment* dimana dalam prosesnya secara mutlak memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melapor kewajibannya.

Muliari dan Setiawan (2010) menjelaskan bahwa kriteria wajib pajak patuh menurut Keputusan Menteri Keuangan No.544/KMK.04/2000 wajib pajak patuh adalah sebagai berikut:

- a. Tepat waktu dalam menyampaikan SPT untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir.
- b. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak.
- c. Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan dalam jangka waktu 10 tahun terakhir.
- d. Dalam dua tahun terakhir menyelenggarakan pembukuan dan dalam hal terhadap wajib pajak pernah dilakukan pemeriksaan. Koreksi pada pemeriksaan yang terakhir untuk tiap-tiap jenis pajak yang terutang paling banyak lima persen.
- e. Wajib pajak yang laporan keuangannya untuk dua tahun terakhir diaudit oleh akuntan publik dengan pendapat wajar tanpa pengecualian atau pendapat dengan pengecualian sepanjang tidak memengaruhi laba rugi fiskal.

2.2.4.2 Jenis – Jenis Kepatuhan Wajib Pajak

Adapun jenis-jenis kepatuhan Wajib Pajak menurut Sony Devano dan Siti Kurnia Rahayu (2006:110) adalah sebagai berikut:

1) Kepatuhan Formal

Suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan secara formal sesuai dengan ketentuan dalam perundang-undangan perpajakan.

2) Kepatuhan Material

Suatu keadaan dimana wajib pajak secara substansif atau hakekat memenuhi semua ketentual material perpajakan, yakni sesuai isi dan jiwa undang-undang perpajakan.

Menurut Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 192/PMK.03/2007 Wajib Pajak dengan kriteria tertentu yang selanjutnya disebut sebagai Wajib Pajak Patuh adalah Wajib Pajak yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Tepat waktu dalam menyampaikan surat pemberitahuan. Tepat waktu dalam penyampaian SPT meliputi:
 - a. Penyampaian surat pemberitahuan tahunan tepat waktu dalam 3 (tiga) tahun terakhir.
 - b. Penyampaian surat pemberitahuan masa yang terlambat dalam tahun terakhir untuk masa pajak januari sampai November tidak lebih dari 3 masa pajak untuk setiap jenis pajak dan tidak berturut-turut.
 - c. Surat pemberitahuan masa yang terlambat telah disampaikan tidak lewat dari batas waktu penyampaian surat pemberitahuan masa masa pajak berikutnya,
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak. Tidak mempunyai tunggakan pajak adalah keadaan pada tanggal 31 desember tahun sebelum penetapan sebagai wajib pajak patuh dan tidak termasuk utang pajak yang belum melewati batas pelunasan.
3. Laporan keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat wajar tanpa pengecualian (WTP) selama 3 tahun berturut-turut. Laporan keuangan yang diaudit oleh

Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah harus disusun dalam bentuk panjang dan menyajikan rekonsiliasi laba rugi komersial dan fiskal bagi wajib pajak yang wajib menyampaikan Surat Pemberitahuan. Pendapat Akuntan atas Laporan Keuangan yang diaudit oleh akuntan publik ditandatangani oleh akuntan publik yang tidak sedang dalam pembinaan lembaga pemerintah pengawas akuntan publik.

4. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 tahun terakhir.

2.2.4.3 Indikator Kepatuhan Wajib Pajak

Indikator kepatuhan wajib pajak menurut Muliari dan Setiawan (2010) dilihat dari ketepatan pelaporan SPT. Dikatakan tepat waktu apabila: (1) wajib pajak melaporkan SPT sesuai dengan waktu yang ditetapkan. (2) Ketepatan waktu dalam membayar pajak. (3) Patuh mendaftarkan diri sebagai wajib pajak. (4) Mengisi formulir dengan benar. (5) Patuh terhadap aturan-aturan yang ditetapkan oleh perpajakan.

2.2.5 Pemahaman Peraturan Pajak

Pengetahuan dan pemahaman akan peraturan perpajakan adalah proses dimana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak. Hardiningsih (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa meningkatnya pengetahuan perpajakan baik formal dan non formal akan berdampak positif terhadap kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak. Hardiningsih (2011) menemukan bahwa

rendahnya kepatuhan wajib pajak disebabkan oleh pengetahuan wajib pajak serta persepsi tentang pajak dan petugas pajak yang masih rendah. Sebagian wajib pajak memperoleh pengetahuan pajak dari petugas pajak, selain itu ada yang memperoleh dari media informasi, konsultan pajak, seminar dan pelatihan pajak. Pemahaman peraturan perpajakan adalah suatu proses dimana wajib pajak memahami dan mengetahui tentang peraturan dan undang-undang serta tata cara perpajakan dan menerapkannya untuk melakukan kegiatan perpajakan seperti, membayar pajak, melaporkan SPT, dan sebagainya. Jika seseorang telah memahami dan mengerti tentang perpajakan maka akan terjadi peningkatan pada kepatuhan wajib pajak. Pengetahuan wajib pajak terhadap peraturan pajak tentu berkaitan dengan pemahaman seorang wajib pajak tentang peraturan pajak. Hal tersebut dapat diambil contoh ketika seorang wajib pajak memahami atau dapat mengerti bagaimana cara membayar pajak, melaporkan Surat Pemberitahuan Pajak (SPT) dan lain sebagainya. Ketika seorang wajib pajak memahami tata cara perpajakan maka dapat pula memahami peraturan perpajakan. Hal tersebut dapat meningkatkan pengetahuan serta wawasan terhadap peraturan perpajakan.

Indikator pemahaman peraturan perpajakan : Menurut penelitian yang dilakukan oleh Widayati dan Nurlis (2010) terdapat beberapa indikator wajib pajak mengetahui dan memahami peraturan perpajakan, yaitu :

1. Kewajiban kepemilikan NPWP, setiap Wajib pajak yang memiliki penghasilan wajib untuk mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP sebagai salah satu sarana untuk pengadministrasian pajak.

2. Pengetahuan dan pemahaman mengenai hak dan kewajiban sebagai wajib pajak. Apabila wajib pajak telah mengetahui kewajibannya sebagai wajib pajak, maka mereka akan melakukannya, salah satunya adalah membayar pajak.
3. Pengetahuan dan pemahaman mengenai sanksi perpajakan. Semakin tahun dan paham wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, maka semakin tahu dan paham pula wajib pajak terhadap sanksi yang akan diterima bila melalaikan kewajiban perpajakan mereka. Pengetahuan dan pemahaman mengenai PTKP dan PKP.

2.2.6 Lingkungan Pajak

Lingkungan adalah sesuatu yang ada di alam sekitar yang memiliki makna dan berpengaruh tertentu kepada individu. Lingkungan perpajakan adalah hukum perpajakan yang diterapkan dalam suatu negara berpengaruh terhadap manajer keuangan dalam mengambil keputusan. Hal ini dapat diartikan pula bahwa hukum yang ada berpengaruh terhadap Wajib Pajak dalam memnuhi kewajibannya.

2.2.7 Kesadaran Wajib Pajak

1. Pengertian Kesadaran

Kesadaran merupakan unsur dalam diri manusia untuk memahami realitas dan bagaimana mereka bertindak atau bersikap terhadap realitas. Jatmiko (2006) menjelaskan bahwa kesadaran adalah keadaan mengetahui atau mengerti. Irianto (2005) dalam Widayati dan Nurlis (2010) menguraikan beberapa bentuk kesadaran membayar pajak yang mendorong wajib pajak

untuk membayar pajak. Pertama, kesadaran bahwa pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara. Dalam menyadari hal ini, wajib pajak mau membayar pajak karena merasa tidak dirugikan dari pemungutan pajak yang dilakukan. Kedua, kesadaran bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak sangat merugikan negara. Wajib pajak mau membayar pajak karena memahami bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak berdampak pada kurangnya sumber daya finansial yang dapat mengakibatkan terhambatnya pembangunan negara.

Berikut beberapa bentuk kesadaran membayar pajak yang mendorong wajib pajak untuk membayar pajak:

- 1) Kesadaran bahwa pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara. Dengan menyadari hal ini, wajib pajak mau membayar pajak karena merasa tidak dirugikan dari pemungutan pajak yang dilakukan.
- 2) Kesadaran bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak sangat merugikan negara. Wajib pajak mau membayar pajak karena memahami bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak berdampak pada kurangnya sumber daya finansial yang dapat mengakibatkan terhambatnya pembangunan Negara.
- 3) Kesadaran bahwa pajak ditetapkan dnegan undang-undang dan dapat dipaksakan. Wajib pajak akan membayar karena pembayaran pajak

disadari memiliki landasan hukum yang kuat dan merupakan kewajiban mutlak setiap warga negara.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesadaran Wajib Pajak

Faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran wajib pajak antara lain adalah dari hasil penelitian Jatmiko (2006) didapatkan beberapa faktor internal yang dominan membentuk perilaku kesadaran wajib pajak untu patuh, yaitu:

1) Persepsi Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya akan semakin meningkat jika dalam masyarakat muncul persepsi positif terhadap pajak. Torgler (2008) menyatakan bahwa kesadaran pembayar pajak untuk patuh membayar pajak terkait dengan persepsi yang meliputi paradigma akan fungsi pajak bagi pembiayaan pembangunan, kegunaan pajak dalam penyediaan barang publik, juga keadilan (*fairness*) dan kepastian hukum dalam pemenuhan kewajiban perpajakan.

2) Tingkat Pengetahuan Dalam Kesadaran Membayar Pajak

Tingkat pengetahuan dan pemahaman pembayar pajak terhadap ketentuan perpajakan yang berlaku berpengaruh pada perilaku kesadaran pembayar pajak. Wajib pajak yang tidak memahami peraturan perpajakan secara jelas cenderung akan menjadi wajib pajak yang tidak taat, sebaliknya semakin paham wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, maka semakin paham pula wajib pajak terhadap sanksi yang akan diterima bila melalaikan kewajibannya.

3) Kondisi Keuangan Wajib Pajak

Kondisi keuangan merupakan faktor ekonomi yang berpengaruh pada kepatuhan pajak. Kondisi keuangan adalah kemampuan keuangan yang tercermin dari tingkat pendapatan. Seseorang yang memiliki pendapatan tinggi, cenderung akan melaporkan pajaknya rendah.

3. Indikator Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak adalah kesadaran dalam memahami bahwa pajak adalah sumber penerimaan negara terbesar, berusaha memahami undang-undang dan sanksi dalam peraturan perpajakan, sadar bahwa membayar pajak adalah suatu kewajiban, persepsi wajib pajak tentang pelaksanaan sanksi denda PPh

2.2.8 Pajak dalam perspektif Islam

Pajak menurut syariah, secara etimologi pajak berasal dari bahasa arab disebut dengan istilah *dharibah*, yang artinya mewajibkan, menetapkan, menentukan, memukul, menerangkan atau membebankan. Secara bahasa maupun tradisi, *dharibah* dalam penggunaannya memang mempunyai banyak arti. Namun para ulama memakai *dharibah* untuk menyebut harta yang dipungut sebagai kewajiban.

2.2.8.1 Karakteristik Pajak (*Dharibah*) Menurut Syariat

Ada beberapa ketentuan tentang pajak (*dharibah*) menurut syariat Islam, yang sekaligus membedakannya dengan pajak dalam sistem kapitalis (non-Islam) yaitu:

- a. Pajak (*dharibah*) bersifat temporer, tidak bersifat kontinu, hanya boleh dipungut ketika di baitul mal tidak ada harta atau kurang. Ketika di baitulmal sudah terisi kembali, maka kewajiban pajak bisa dihapuskan.
- b. Pajak (*dharibah*) hanya boleh dipungut untuk pembiayaan yang merupakan kewajiban bagi kaum muslim dan sebatas jumlah yang diperlukan untuk pembiayaan wajib tersebut, tidak boleh lebih.
- c. Pajak (*dharibah*) hanya diambil dari kaum muslim dan tidak dipungut dari non-Muslim. Sebab pajak (*dharibah*) dipungut untuk membiayai keperluan yang menjadi kewajiban bagi kaum Muslim, yang tidak menjadi kewajiban non-Muslim. Sedangkan teori pajak non-Islam tidak membedakan Muslim dan non-Muslim dengan alasan tidak boleh diskriminasi.
- d. Pajak (*dharibah*) hanya dipungut dari kaum Muslim yang kaya, tidak dipungut dari selainnya. Orang kaya adalah orang yang memiliki kelebihan harta dari pembiayaan kebutuhan pokok dan kebutuhan pokok dan kebutuhan lainnya bagi dirinyadan keluarganya menurut kelayakan kelayakan masyarakat sekitar.
- e. Pajak (*dharibah*) hanya dipungut sesuai dengan jumlah pembiayaan yang diperlukan, tidak boleh lebih.
- f. Pajak (*dharibah*) dapat dihapus bila sudah tidak diperlukan. Menurut teori non-Islam, tidak akan dihapus karean hanya itulah sumber pendapatan.

2.2.8.2 Macam-Macam Pajak Dalam Islam

- a. *Al-Jizyah*: Upeti yang harus dibayarkan ahli kitab kepada pemerintahan Islam.
- b. *Al-Kharaj*: Pajak bumi yang dimiliki oleh negara Islam.
- c. *Al-'Usyur*: Bea cukai bagi para pedagang non muslim yang masuk ke negara Islam.

2.2.8.3 Kedudukan Pajak Dalam Islam

Mengenai hukum pajak dalam Islam, ada dua pandangan yang bisa muncul. Pandangan pertama yakni menyetujui kebolehan dari adanya pajak sedangkan pandangan kedua yakni yang memandang bahwa penarikan pajak merupakan suatu tindakan kezhaliman dan hal tersebut merupakan haram.

Ulama berbeda pendapat terkait apakah ada kewajiban kaum muslim atas harta selain zakat. Mayoritas *fuqaha* berpendapat bahwa zakat adalah satu-satunya kewajiban kaum muslim atas harta. Barang siapa telah menunaikan zakat, maka bersihlah hartanya dan ebbaslah kewajibannya. Dasarnya adalah berbagai hadis Rasulullah. Di sisi lain ada pendapat ulama bahwa dalam harta kekayaan ada kewajiban lain selain zakat. Dalilnya adalah QS Al-Baqarah: 177

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ
وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ
وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ
وَالضَّرَّاءِ وَجِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ (177)

Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.(177)

Al-An'am: 141

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكْلُهُمُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَانَ
مُتَشَابِهًا وَغَيْرَ مُتَشَابِهٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِينَ

Dan Dialah yang menjadikan kebun-kebon yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon kurma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya), dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan dikeluarkan zakatnya); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan (Al-An'am: 141)

Abdur Razaq dalam Mushannaf Abd ar-Razaq meriwayatkan dari Abdullah ibn Umar ra. yang menuturkan, ayahnya yakni Umar bin Khaththab

Ra. memungut pajak dari Nabth (gandum dan minyak zaitun) sebesar $\frac{1}{2}$ usyr (5%) agar mereka lebih banyak membawanya ke Madinah. Selanjutnya jumbuh ulama Madzhab Hanbali, seperti Ibnu Taimiyah, membolehkan pengumpulan pajak yang mereka sebut dengan al-kalf as-sulthaniyah. Jumbuh ulama Madzhab Hanbali menilai pajak yang diambil dari orang-orang yang mampu secara ekonomis merupakan jihad harta. Jalan tengah dari dua perbedaan pendapat ini adalah bahwa kewajiban atas harta yang wajib adalah zakat, namun jika datang kondisi yang menghendaki adanya keperluan tambahan (darurah), maka akan ada kewajiban tambahan lain berupa pajak (dharibah). Pendapat ini misalnya dikemukakan oleh Qadhi Abu Bakar Ibn al-Aarabi, Imam Malik, Imam Qurtub, Imam Syatibi, Mahmud Syaltut, dan lain-lain. Diperbolehkannya memungut pajak menurut para ulama tersebut di atas, alasan utamanya adalah untuk kemaslahatan umat. Karena dana pemerintah tidak mencukupi untuk membiayai berbagai pengeluaran, yang jika pengeluaran itu tidak dibiayai, maka akan timbul kemadaramatan. Para ulama yang mendukung diperbolehkannya memungut pajak menekankan bahwa yang mereka maksud adalah sistem perpajakan yang adil, yang selaras dengan spirit Islam. Menurut mereka, sistem perpajakan yang adil adalah apabila memenuhi tiga kriteria:

- a. Pajak dikenakan untuk membiayai pengeluaran yang benar-benar diperlukan untuk merealisasikan *maqasid Syariah*.

- b. Beban pajak tidak boleh terlalu kaku dihadapkan pada kemampuan rakyat untuk menanggung dan didistribusikan secara merata terhadap semua orang yang mampu membayar.
- c. Dana pajak yang terkumpul dibelanjakan secara jujur bagi tujuan yang karenanya pajak diwajibkan.

Al-Qur'an Surah Al-Alaq yang berbunyi:

أَفْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (1) خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (2) أَفْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (3) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (4) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (5)

Surah ini adalah surah yang pertama kali turun kepada Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam turun pada awal-awal kenabian ketika Beliau tidak mengetahui apa itu kitab dan apa itu iman. Lalu Jibril 'alaihi salam datang kepada Beliau membawa wahyu dan menyuruh Beliau membaca, ia berkata, "Bacalah". Dengan terperanjat Muhammad shallallahu 'alaihi wa sallam menjawab, "Saya tidak dapat membaca." Beliau lalu direngkuh oleh Malaikat Jibril hingga merasakan kepayahan, lalu dilepaskan sambil disuruh membacanya sekali lagi, "Bacalah." Tetapi Muhammad shallallahu 'alaihi wa sallam masih tetap menjawab, "Aku tidak dapat membaca." Begitulah keadaan berulang sampai tiga kali, dan pada ketiga kalinya Jibril berkata kepadanya, "*Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang Menciptakan-- Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah--Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah--Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam--Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.* (Terj. Al 'Alaq: 1-5). Yakni yang menciptakan semua makhluk.

Pada ayat selanjutnya disebutkan secara khusus manusia di antara sekian ciptaan-Nya. Oleh karena itu, yang telah menciptakan manusia dan memperhatikannya dengan mengurusnya, tentu akan mengaturnya dengan perintah dan larangan, yaitu dengan diutus-Nya rasul dan diturunkan-Nya kitab. Yakni banyak dan luas sifat-Nya, banyak kemuliaan dan ihsan-Nya, luas kepemurahan-Nya, dimana di antara kemurahan-Nya adalah mengajarkan berbagai ilmu kepada manusia. Maksudnya, Allah mengajar manusia dengan perantaraan tulis baca. Hal itu, karena manusia dikeluarkan-Nya dari perut ibunya dalam keadaan tidak tahu apa-apa, lalu Dia menjadikan untuknya pendengaran, penglihatan dan hati serta memudahkan sebab-sebab ilmu kepadanya. Dia mengajarkan kepadanya Al Qur'an, mengajarkan kepadanya hikmah dan mengajarkan kepadanya dengan perantaraan pena, dimana dengannya terjaga ilmu-ilmu. Maka segala puji bagi Allah yang telah mengaruniakan nikmat-nikmat itu yang tidak dapat mereka balas karena banyaknya. Selanjutnya Allah Subhaanahu wa Ta'aala mengaruniakan kepada mereka kekayaan dan kelapangan rezeki, akan tetapi manusia karena kebodohan dan kezalimannya ketika merasa dirinya telah cukup, ia malah bertindak melampaui batas dan berbuat zalim serta bersikap sombong terhadap kebenaran seperti yang diterangkan dalam ayat selanjutnya. Ia lupa, bahwa tempat kembalinya adalah kepada Tuhannya, dan tidak takut kepada pembalasan yang akan diberikan kepadanya, bahkan keadaannya sampai meninggalkan petunjuk dengan keinginan sendiri dan mengajak manusia

untuk meninggalkannya, dan sampai melarang orang lain menjalankan shalat yang merupakan amal yang paling utama.

Allah berfirman dalam Surat an- Nisa ayat 58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”.

Sebuah riwayat yang menceritakan ayat tentang memberikan amanat dan hak kepada yang berhak serta menghukum dengan adil ini adalah sebuah kisah ketika terjadinya pembukaan kota Mekkah. Ketika itu, penjaga ka’bah adalah ‘Utsmân bin ‘Abd al-Dâr. Beliau mengunci ka’bah. Maka ‘Abbâs mengambil dengan paksa kunci tersebut. Lalu Rasulullah mengutus ‘Alî RA untuk meminta ‘Abbâs mengembalikan kunci tersebut dan meminta maaf kepada ‘Utsmân bin ‘Abd al-Dâr. Setelah itu, ‘Ali RA pun menceritakan pada ‘Utsmân bin ‘Abd al-Dâr bahwa ayat ini diturunkan kepadanya. Maka ‘Utsmân bin ‘Abd al-Dâr pun memeluk Islam.

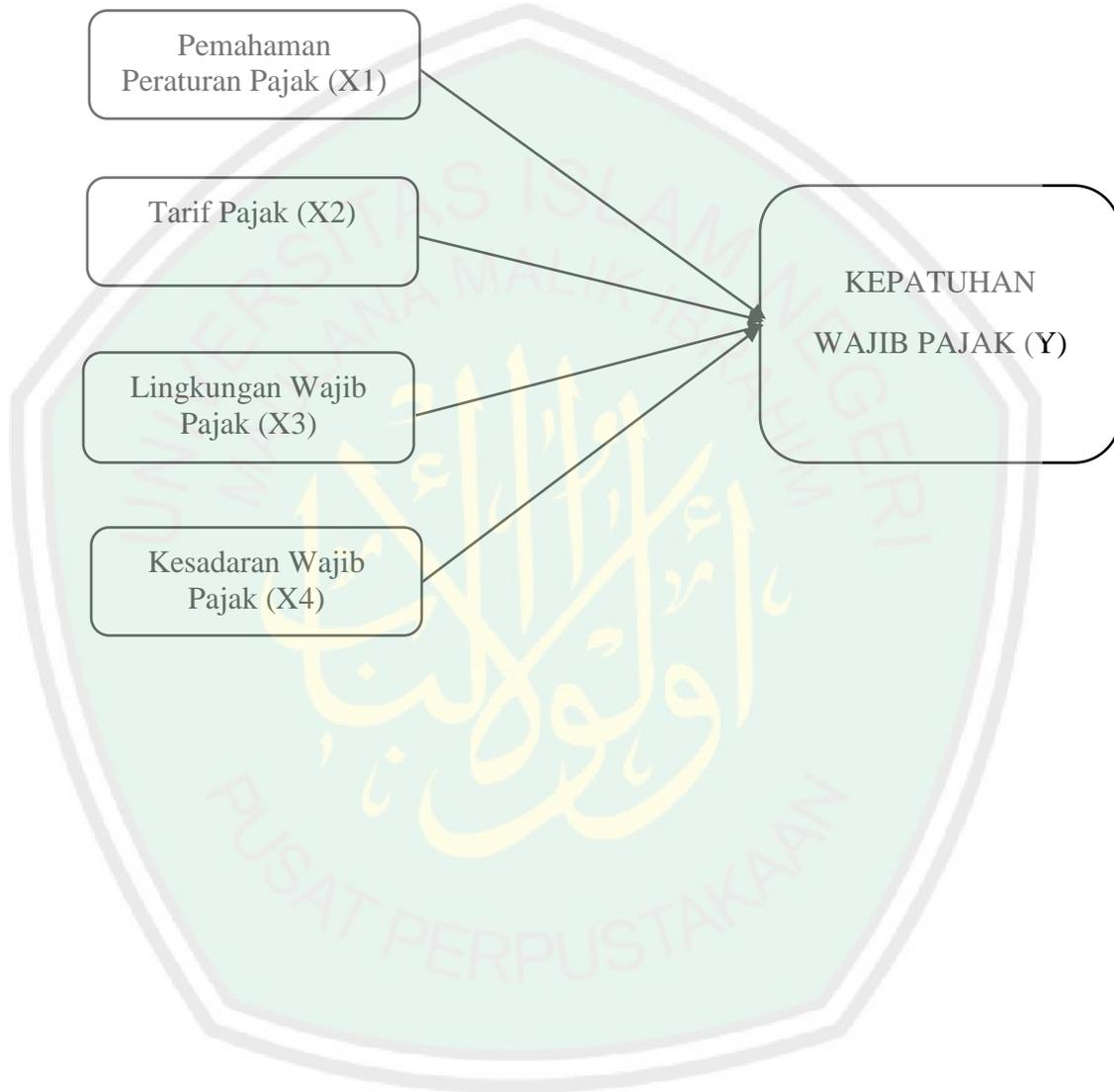
Walaupun ayat ini diturunkan oleh sebab yang tertentu, akan tetapi ayat ini tetap berlaku secara umum dan bukan hanya tertakluk pada sebab kisah ini. Perintah awal dari ayat ini adalah supaya menjalani amanat dengan

memberikannya kepada ahlinya bagi setiap muslimin. Sama ada hak bagi dirinya sendiri maupun hak bagi orang lain serta hak Allah secara umum. Contoh menjaga amanah dalam hak Allah adalah seperti mematuhi perintahnya dan menjauhi larangannya. Menjaga amanah bagi hak manusia itu sendiri adalah seperti tidak melakukan kecuali apa yang bermanfaat bagi dunia dan akhirat. Sedangkan menjaga amanah bagi orang lain adalah seperti tidak menipu ketika bermuamalat, berjihad, dan nasihat.

Membayar pajak merupakan amanah negara kepada masyarakat negara tersebut untuk dijalankan. Sebuah amanah yang baik jika sudah diberikan akan menghasilkan sesuatu yang baik pula. Oleh sebab itu, kesadaran setiap wajib pajak untuk mau memenuhi kewajiban perpajakannya sudah sepatutnya dimunculkan dan ditingkatkan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.4 Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*

Pengetahuan pajak adalah proses pengubahan sikap dan tata laku seorang wajib pajak atau kelompok wajib pajak dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Pengetahuan akan peraturan perpajakan masyarakat melalui pendidikan formal maupun non formal akan berdampak positif terhadap kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak. Pemahaman peraturan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan adalah cara wajib pajak dalam memahami peraturan perpajakan yang telah ada yang diukur dengan instrumen kuesioner yang digunakan penelitian terdahulu yang dikembangkan oleh Sapti, Agus, Umi (2012). Kuesioner tersebut berdasarkan beberapa indikator yaitu pengetahuan dan pemahaman tentang sanksi jika melakukan pelanggaran perpajakan, pengetahuan dan pemahaman mengenai PTKP, PKP, dan tariff pajak, pengetahuan dan pemahaman peraturan pajak melalui sosialisasi dan pengetahuan dan pemahaman peraturan pajak melalui training. Semakin wajib pajak paham terhadap peraturan perpajakan, maka semakin patuh wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

H1: Pemahaman Peraturan Perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-Commerce*.

2.4.5 Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*

Salah satu unsur yang menentukan rasa keadilan dalam pemungutan pajak bagi wajib pajak adalah tarif pajak yang besarnya harus dicantumkan dalam undang-undang pajak. Besarnya tarif dalam undang-undang pajak tidak selalu ditentukan secara nilai presentase tetapi bisa dengan nilai nominal (Aris dan Mujiyati, 2011). Tarif pajak yang ditetapkan atas penghasilan kena pajak wajib pajak orang pribadi dalam negeri adalah sebesar 1% dari peredaran bruto, yaitu tidak lebih dari Rp. 4.800.000.000,- per tahun, berdasarkan PP No. 46 Tahun 2013. Semakin kecil tarif pajak yang dibebankan kepada wajib pajak, maka semakin meningkat pula kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

H2: Tarif Pajak 1% berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-Commerce*.

2.4.6 Pengaruh Lingkungan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*

Lingkungan yang kondusif akan lebih mendukung wajib pajak untuk patuh. Lingkungan yang kondusif seperti: lingkungan bisnis wajib pajak berada yang mudah menerapkan atau mengikuti peraturan yang berlaku, masyarakat tidak memberikan peluang untuk menghindar dari pajak dan menganggap penting pajak, prosedur sederhana dan biaya murah, dan ada model dari tokoh masyarakat yang memberikan contoh untuk patuh pada pelaksanaan kewajiban perpajakan. Sebaliknya lingkungan yang kurang kondusif dimana masyarakat tidak memiliki tanggungjawab perpajakan akan menurunkan tingkat kepatuhan.

Lingkungan dalam lingkup penelitian ini adalah lingkungan dalam komunitas *online shopping* yang peneliti jadikan objek. Lingkungan juga memberikan persepsi positif apabila adanya bukti nyata dari penyaluran dana yang dihimpun dari masyarakat tersebut dalam bentuk pembangunan di daerah dimana wajib pajak tinggal.

H3: Lingkungan wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-Commerce*

2.4.7 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*

Kesadaran wajib pajak dibentuk oleh dimensi persepsi wajib pajak, pengetahuan wajib pajak, karakteristik wajib pajak dan penyuluhan perpajakan. Kesadaran wajib pajak akan meningkat bilamana dalam masyarakat muncul persepsi positif terhadap pajak (Suryadi 2006). Kesadaran wajib pajak adalah kesadaran dalam memahami bahwa pajak adalah sumber penerimaan terbesar, berusaha memahami undang-undang dan sanksi dalam peraturan perpajakan, sadar bahwa membayar pajak adalah suatu kewajiban. Persepsi wajib pajak tentang pelaksanaan sanksi denda PPh (Munari 2005). Mengacu pada kesadaran bernegara, maka kesadaran perpajakan adalah suatu sikap terhadap fungsi pajak, berupa penerapan komponen *cognitive*, *affective* dan *conative* dalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap makna dan fungsi pajak. Wajib pajak berkonsekuensi logis untuk para wajib pajak agar mereka rela memberikan kontribusi dana untuk pelaksanaan fungsi perpajakan dengan cara

membayar kewajiban pajak secara tepat waktu dan tepat jumlahnya. Rendahnya kesadaran wajib pajak dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

H4: Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-Commerce*.

2.4.8



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Dalam survei, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuisisioner. Umumnya pengertian survei dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Ini berbeda dengan sensus yang informasinya dikumpulkan dari seluruh populasi. dengan demikian penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. (Masri, dkk: 1987)

Melalui metode ini dilakukan sampling data dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara acak kepada responden sebagai alat pengumpulan data. Survei adalah mengajukan pertanyaan kepada orang-orang dan mereka jawabannya untuk dianalisis. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien. Kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. (Sugiyono, 2014)

Sekaran (1992) mengemukakan beberapa prinsip dalam penulisan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data, yaitu prinsip penulisan, pengukuran, dan penampilan fisik.

a. Prinsip penulisan

Prinsip ini menyangkut beberapa faktor yaitu: isi dan tujuan pertanyaan, Bahasa yang digunakan mudah, pertanyaan tertutup terbuka-negatif positif, pertanyaan tidak mendua, tidak menanyakan hal-hal yang sudah lupa, pertanyaan tidak mengarahkan, panjang pertanyaan, dan urutan pertanyaan.

b. Prinsip pengukuran

Angket yang diberikan kepada responden adalah merupakan instrumen penelitian, yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu instrumen angket tersebut harus dapat digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel, maka sebelum instrumen angket tersebut diberikan pada responden, perlu diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dulu. Instrumen yang tidak valid dan reliabel bila digunakan untuk mengumpulkan data, akan menghasilkan data yang tidak valid dan reliabel pula.

c. Prinsip fisik kuesioner

Penampilan fisik angket sebagai alat pengumpul data akan mempengaruhi respon atau keseriusan responden dalam mengisi kuesioner. Kuesioner yang dibuat di kertas buram akan mendapat respon yang kurang menarik bagi responden, bila dibandingkan dengan kuesioner yang dicetak dalam kertas yang bagus dan berwarna.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada *online shopping* yang telah beroperasi minimal 1 (satu) tahun dan memiliki omzet tidak lebih 4,8 M dalam satu tahun pajak. Pemilihan lokasi ini didasari karena perkembangan perdagangan *online shopping* membuat potensi pajak di sektor ini cukup menggiurkan. Sudah seharusnya para pelaku bisnis *online shopping* ini memenuhi kewajiban perpajakannya.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian digunakan untuk membatasi studi dalam penelitian sehingga objek yang akan diteliti tidak terlalu luas dan lebih terarah. Pembatasan ini didasarkan pada tingkat kepentingan, urgensi, dan feaseibilitas masalah yang akan dipecahkan, selain juga keterbatasan tenaga, dana, dan waktu. Spradley menyatakan bahwa "*A focused refer to a single cultural domain or a new few related domains*" maksudnya adalah bahwa fokus itu merupakan domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dari situasi sosial. Menurut Moleong dalam Siska (2010:41), fokus penelitian memiliki dua tujuan utama, yakni pertama, penetapan fokus dapat membatasi studi. Kedua, penetapan fokus untuk memenuhi kriteria keluar-masuk suatu informasi yang baru diperoleh di lapangan. Jadi dengan penetapan fokus yang jelas, peneliti dapat membuat keputusan yang tepat tentang klasifikasi data yang dikumpulkan dan data yang tidak perlu dikumpulkan. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka fokus penelitian dalam

skripsi ini adalah PP No. 46 Tahun 2013, *Online Shopping*, dan Kepatuhan Wajib Pajak.

3.4 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan 2 jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama dari kejadian yang lalu. Disini data primer yang digunakan adalah dalam bentuk sampling yaitu kuesioner yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data sekunder yang peneliti gunakan adalah berupa bentuk foto, dokumen- dokumen, dan sebagainya.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki karakter dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan. (Sugiyono: 2014)

Populasi dirumuskan sebagai semua anggota sekelompok orang kejadian atau obyek yang telah dirumuskan secara jelas. Atau kelompok lebih besar yang menjadi sasaran generalisasi (Furchan, 2005: 193). Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, dimana peneliti tertarik untuk mempelajarinya menjadi obyek penelitian. Berdasarkan pengertian diatas maka populasi yang diambil adalah Pengusaha *online shopping*. Penentuan populasi ini, penulis menggunakan metode survei dan wawancara. Wawancara yang penulis lakukan yaitu dengan cara menghubungi masing-

masing responden melalui chat di Line. Pertama penulis memperkenalkan diri dan menyampaikan maksud menghubungi pemilik online shopping tersebut. Penulis juga menanyakan perihal kesediaan pemilik online shop untuk menjadi objek penelitian. Jika responden menyetujui, penulis menanyakan data pribadi dari usaha online shopping yang meliputi: Nama *Online Shopping*-Lama beroperasi-Omzet per tahun-Kepemilikan NPWP. Berikut hasil yang diperoleh:

TABEL 3.1
DAFTAR ONLINE SHOPPING

NO	NAMA <i>ONLINE SHOP</i>	BEROPERASI	OMZET (/TH)	NPWP
1	Jilbabgrosiran	1-5 th	1 M – 3 M	TIDAK
2	Nawa Hijab	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
3	Cokelatop	1-5 th	< 300 Jt	YA
4	Dress Menyusui	1-5 th	300 Jt – 1 M	TIDAK
5	Hijab Pearls	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
6	Nisayu Hijab	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
7	Vicade Store	1-5 th	< 300 Jt	YA
8	Jelly OS	1-5 th	300 Jt – 1 M	TIDAK
9	Harumimi	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
10	Zie Hijab	1-5 th	< 300 Jt	YA
11	Ayuri Hijab	1-5 th	< 300 Jt	YA
12	Raja_Cokelat	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
13	Quirky Hijab	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
14	Sabbiyah Muslim Fashion	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
15	Iva's	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
16	SNHijab	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
17	Azzura Attire	1-5 th	< 300 Jt	YA
18	Super Binder	1-5 th	< 300 Jt	YA
19	LangitBiruCorp	1-5 th	1 M – 3 M	YA
20	Ara Scarf	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK

TABEL 3.1
DAFTAR ONLINE SHOPPING (Lanjutan)

NO	NAMA ONLINE SHOP	BEROPERASI	OMZET	NPWP
21	Qejuliaaana	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
22	Danika Store	1-5 th	< 300 Jt	YA
23	Le.Ima	1-5 th	< 300 Jt	YA
24	Kinustuff	1-5 th	300 Jt – 1 M	TIDAK
25	HappyHoppyID	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
26	Ayyara Hijab	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
27	Vanilla House	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
28	Eenvoud ID	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
29	RAH HijabwearID	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
30	Nindrya Shop	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
31	Houseofvin	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
32	NoeraSkinCare	1-5 th	< 300 Jt	YA
33	Noen By Nunrizkii	1-5 th	< 300 Jt	YA
34	Deewidiy	1-5 th	300 Jt – 1 M	TIDAK
35	MyHijabBoutique	1-5 th	< 300 Jt	YA
36	CollectorCollect	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
37	Susan Shopp	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
38	JNA Store	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
39	Chlaris Boutique	1-5 th	< 300 Jt	YA
40	Auroraa Aksesoris	< 1 th	< 300 Jt	YA
41	Mejiku Hijab	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
42	Iwearbunch Hijab	1-5 th	< 300 Jt	YA
43	Faris Outlet	1-5 th	< 300 Jt	YA
44	Dmalikas	1-5 th	< 300 Jt	YA
45	Cotton Trend	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
46	Berribernice	1-5 th	< 300 Jt	YA
47	Putriratnasavitri	6-10 th	< 300 Jt	YA
48	Aroona Hijab	< 1 th	< 300 Jt	TIDAK
49	Sweetminestuff	< 1 th	< 300 Jt	TIDAK
50	Pijar Scarf	< 1 th	< 300 Jt	TIDAK
51	Lechee Boutique	< 1 th	< 300Jt	TIDAK
52	Inori Shop	1-5 th	< 300 Jt	YA
53	Nima Hijab	< 1 th	< 300 Jt	YA
54	Valizastuff	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
55	Arwa Scarf	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
56	Dyn Clothingline	< 1 th	< 300 Jt	TIDAK
57	Hijub of Desy	< 1 th	< 300 Jt	YA

TABEL 3.1
DAFTAR ONLINE SHOPPING (Lanjutan)

NO	NAMA OLSHOP	BEROPERASI	OMZET (/TH)	NPWP
58	Hicoll	< 1 th	< 300 Jt	TIDAK
59	Aishee Gallery	< 1 th	< 300 Jt	YA
60	Eureka.co	< 1 th	< 300 Jt	TIDAK
61	Outfitm	< 1 th	< 300 Jt	TIDAK
62	Skyveil	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
63	Suci Collection	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
64	Adorablechick	1-5 th	< 300 Jt	TIDAK
65	Moshefhijab	< 1 th	< 300 Jt	YA

3.5.2 Sampel

Sampel dapat diartikan sebagian atau wakil populasi. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel juga berarti sebagian dari populasi atau kelompok kecil yang diamati (Furchan, 2005:193).

Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability Sampling* meliputi, *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. *Non-probability sampling* meliputi, *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling aksidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuhdan* *sowball sampling*.

Pengambilan sampel yang tepat merupakan salah satu teknik dalam penelitian. Karena sample yang kurang tepat atau kurang mewakili, akan mengakibatkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian tidak tepat.

Pengambilan sample yang tidak tepat disebut *biased sampling*, sample yang tidak mewakili populasi disebut sampel yang nyeleweng atau *biased sample*, dan kesimpulan penelitian juga merupakan *biased conclusion*.

Penentuan jumlah sampel untuk penelitian menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Pemilihan teknik pengambilan sampel ini diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Memilih sampel berdasarkan purposive sampling tergantung kriteria apa yang digunakan. Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan adalah:

1. Pengusaha yang memiliki bisnis di bidang *online shopping*.
2. Pengusaha *online shopping* yang telah beroperasi minimal 1 (satu) tahun.
3. Pengusaha *online shopping* yang memiliki peredaran bruto tidak lebih dari Rp. 4.800.000.000,00 dalam satu tahun pajak.

Sesuai persyaratan diatas, maka seluruh populasi menjadi sampel penelitian. Jadi jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 38 responden

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara interview, kuesioner, dan observasi. Berikut langkah teknik pengumpulan data dalam penelitian ini:

3.6.1 Interview (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang

harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Wawancara ini dilakukan dengan melalui via chat. Peneliti dan responden tidak langsung bertatap muka. Pertama penulis memperkenalkan diri dan menyampaikan maksud menghubungi pemilik *online shopping* tersebut. Penulis juga menanyakan perihal kesediaan pemilik online shop untuk menjadi objek penelitian. Jika responden menyetujui, penulis menanyakan data pribadi dari usaha *online shopping* yang meliputi: Nama *Online Shopping*-Lama beroperasi-Omzet per tahun.

3.6.2 Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini, menggunakan kuesioner *online* yaitu melalui google formulir. Penggunaan kuesioner *online* ini untuk mempermudah penyebaran ke objek penelitian yang berada di luar kota. Berikut langkah-langkahnya:

- a. Log-in gmail.
- b. Klik drive yang ada di gmail.
- c. Klik menu 'Baru-Google Formulir'
- d. Akan muncul lembar formulir.
- e. Setelah selesai pengisian formulir, klik 'kirim' pada menu kanan atas lembar formulir.
- f. Setelah muncul lembar kirim formulir, pilih menu tautan kemudian salin link nya.

- g. Kemudian menyebar link kuesioner melalui chat pribadi ke semua responden.
- h. Hasil kuesioner yang sudah terisi akan masuk dalam 'tanggapan' yang ada di lembar kuesioner.

3.7 Definisi operasional variable

3.7.1 Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2014) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2014) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.

Variabel independen sering disebut sebagai *variabel stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel-variabel dalam dimensi ini adalah sebagai berikut:

- a. Pemahaman Peraturan Pajak (X1) adalah penelitian ini mengacu pada tingkat pemahaman wajib pajak terkait peraturan perpajakan dalam PP No. 46 Tahun 2013.
- b. Tarif Pajak (X2) adalah tariff yang kecil atau besar apakah dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Tarif pajak

yang berlaku sesuai PP No. 46 Tahun 2013 yaitu sebesar 1% dari peredaran bruto yang tidak melebihi Rp. 4.800.000.000,00 dalam satu tahun.

- c. Lingkungan (X3) adalah mencakup kondisi lingkungan yang mendukung kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya.
- d. Kesadaran wajib pajak (X4) adalah sikap yang muncul dalam diri wajib pajak untuk dengan sendirinya tanpa paksaan mematuhi peraturan perpajakan yang ada. Kesadaran membayar pajak pada penelitian ini menunjukkan seberapa besar tingkat kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2014) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak dan kepemilikan NPWP. Menurut Nurmanto dalam Rahayu (2010:138) mengatakan bahwa kepatuhan perpajakan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan di mana Wajib Pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Kepatuhan tersebut tercermin dalam situasi dimana: (1) Melaporkan SPT sesuai dengan waktu yang ditetapkan. (2) Ketetapan waktu dalam membayar pajak. (3)

Patuh mendaftarkan diri sebagai wajib pajak. (4) mengisi formulir dengan benar. (5) Patuh terhadap aturan-aturan yang ditetapkan oleh perpajakan.

3.8 Pengembangan Instrumen Penelitian

Instrument penelitian dalam penelitian ini adalah kuesioner yang ditujukan untuk wajib pajak orang pribadi yang memiliki usaha *online shopping* dengan menggunakan pertanyaan tertutup dan tau kuesioner. Penggunaan pertanyaan tertutup memungkinkan responden untuk merespon pertanyaan dengan lebih cepat dan juga untuk memudahkan peneliti dalam mengkodekan nilai saat menganalisis data.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini digunakan untuk mendapat sebuah gambaran akan kondisi objek yang diteliti. Hasil dari analisis ini akan memberikan gambaran umum terhadap keadaan yang dihadapi peneliti dalam penelitian secara kuantitatif.

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi ini dilakukan dengan beberapa cara, yakni:

3.9.2.1 Uji Normalitas

Syarat dalam analisis parametrik yaitu distribusi data harus normal. Pengujian dengan menggunakan pengujian Kolmogorov-Smirnov ini

dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi variabel normal atau tidak. Jika signifikan maka $> 0,05$ itu berarti data berdistribusi normal.

3.9.2.2 Uji Multikolinieris

Uji ini adalah dimana keadaan antara dua variabel independen atau lebih pada mode regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinieritas. Cara mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas yakni dengan melihat nilai toleran dan VIF. Jika toleran $> 0,01$ dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

3.9.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dimana keadaan terjadinya ketidaksamaan varian residual pada model regresi. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yakni dengan menggunakan uji glejser, yakni meregresi nilai absolute residual terhadap variabel bebas. Jika variabel bebas secara signifikan (p value $< 0,05$) mempengaruhi variabel absolut residual maka ada indikasi terjadinya heteroskedastisitas.

3.9.3 Uji Regresi Berganda

Menurut Priyatno (2009), uji ini digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Uji regresi berganda ini akan memungkinkan untuk memberikan estimasi besarnya variabel dependen jika variabel-variabel independen dirubah. Dengan $\alpha = 5\%$ regresi linear berganda dapat idrumuskan:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + \varepsilon$$

Dimana:

Y	= Kepatuhan
a	= Konstanta
b1, b2, b3, b4, b5	= Koefisien regresi
x1	= Pemahaman Peraturan Pajak
x2	= Tarif Pajak
x3	= Lingkungan Wajib Pajak
x4	= Kesadaran Wajib Pajak
ε	= Residual error

3.9.4 Uji Hipotesis

3.9.4.1 Uji T

Digunakan untuk melakukan pengujian secara parsial berarti atau tidaknya hubungan variabel-variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1), Tarif Pajak (X2), Lingkungan Wajib Pajak (X3), dan Kesadaran Wajib Pajak (X4) dengan variabel dependen Kepatuhan Wajib Pajak (Y). pengujian ini dilakukan dengan asumsi bahwa variabel – variabel lain adalah 0.

3.9.4.2 Uji F

Uji F atau uji koefisien regresi ini serentak dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Signifikan disini adalah jika ρ value $< 0,05$ atau menggunakan F hitung dan F kritis. Jika $F \text{ hitung} \leq F \text{ kritis}$ maka H_0 diterima.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bisnis *online* di Indonesia semakin tumbuh. Beragam produk sekarang sudah semakin mudah di beli secara *online* mulai dari hasil produksi rumahan seperti: produk kerajinan, makanan, produk *furniture*, dan lain sebagainya. Semakin meningkatnya pengguna bisnis *online* ini tidak bisa terlepas dari semakin berkembangnya teknologi internet. Produk *bergenre fashion*, elektronik masih menjadi rajanya transaksi jual beli secara *online*. Terutama *fashion* wanita sering melakukan transaksi jual beli *online* (baju, kemeja, sepatu, dan tas).

Selain bermunculan *online store* yang dikelola secara personal atau kelompok juga semakin bermunculan *marketplace* atau tempat jualan bersama. Kalau dulu mungkin orang hanya mengenal tokobagus, berniaga, amazon. Namun seiring potensi bisnis *online* yang semakin menggiurkan oleh pelaku usaha tahun 2016 ini semakin ramai *marketplace-marketplace* di Indonesia. Sebut saja bukalapak, tokopedia, lazada, olx, hijup, berrybenka, dan masih banyak lagi *marketplace* lainnya. Kondisi seperti ini menunjukkan perkembangan bisnis online di indonesia sangat bagus bagi pelaku usaha.

Terciptanya aplikasi media sosial baru seperti Instagram, menjadi pilihan utama media jualan pengusaha *online shop*. Aplikasi gratis dengan pengoperasian yang mudah menjadi pertimbangan bagi pengguna usaha *e-commerce*. Beda halnya dengan menggunakan website, setiap pemilik website harus membayar

sekian rupiah agar bisa memiliki website sendiri. Hampir seluruh pemilik usaha online shop, memiliki akun instagram. Apalagi didukung dengan bermunculannya para artis instagram atau biasa disebut dengan istilah selebgram, membantu pengusaha *online shop* memasarkan dagangannya. Sistem endorse dan paid promo adalah cara pemasaran usaha *online shop* yang efektif melalui media sosial.

Sejak 1 Januari 2014, Pemerintah telah menetapkan aturan mengenai batasan Pengusaha Kena Pajak (PKP) yaitu pengusaha yang omzetnya mencapai Rp 4,8 miliar. Dengan demikian, semua pelaku usaha termasuk pebisnis *online* yang omzetnya mencapai jumlah tersebut, wajib memungut PPN atas setiap transaksinya. Tak hanya pengenaan PPN dalam transaksi *online*, tetapi para pengusaha *e-commerce* tentunya wajib dikenakan juga Pajak Penghasilan (PPh).

Hasil pengamatan yang dilakukan peneliti di instagram, ada lebih dari 1000 online shop yang beroperasi. data ini peneliti peroleh dari mengamati langsung di instagram.

Ada banyak kendala yang dihadapi untuk pengenaan pajak atas transaksi *online*. Transaksi *e-commerce* terjadi dalam waktu yang singkat, sehingga sangat sulit untuk melacak siapa saja pelaku transaksinya. Bentuk barang atau jasa yang diperdagangkan kebanyakan berformat digital (nonfisik) seperti software, video, musik, *e-magazine*, sehingga cukup menyulitkan dalam penentuan obyek pajaknya. Di samping itu, bukti transaksinya adalah bukti elektronik sehingga membuat transaksi *e-commerce* semakin susah untuk dideteksi. Dan kendala yang terakhir adalah bahwa transaksi *online* tak hanya terjadi di dalam wilayah pabean

Indonesia saja, namun terkadang menembus batas geografis negara lain. Karena sifatnya lintas negara, banyak perusahaan *e-commerce* yang menjalankan bisnis secara *online* di suatu negara, meskipun tidak ada keberadaan secara fisik perusahaan di negara tersebut. Hal ini tentu akan menimbulkan kesimpangsiuran mengenai negara mana yang berhak memungut pajaknya, dikarenakan pengenaan pajak hanya mencakup sebatas di wilayah teritorial suatu negara.

Saat ini memang belum ada aturan khusus mengenai perlakuan PPh atas pengusaha *e-commerce*, sehingga masih mengikuti ketentuan pajak penghasilan secara umum. Khusus untuk pelaku pengusaha *e-commerce* orang pribadi, pengenaan pajak pada dasarnya dipersamakan dengan toko konvensional. Sesuai dengan PER-32/PJ/2010 tentang pelaksanaan pengenaan PPh pasal 25 bagi Wajib Pajak orang pribadi pengusaha tertentu, pengusaha *e-commerce* orang pribadi dikenakan PPh sebesar 0,75% dari omzet setiap bulannya. Dengan berlakunya PP Nomor 46 tahun 2013, maka perlakuan pajak pengusaha *e-commerce* dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp4,8 miliar dikenakan pajak sama dengan pajak UMKM, yaitu 1% dari omzet. Namun persoalan akan timbul lagi manakala pajak penghasilan akan dikenakan terhadap pengusaha *e-commerce* yang keberadaan fisiknya tidak ada di Indonesia. Dalam Pasal 2 ayat (5) Undang-Undang PPh, dijelaskan mengenai pengertian Bentuk Usaha Tetap (BUT) mencakup 3 hal, yaitu pertama ada keberadaan fisik tempat usaha baik berupa tanah, gedung, peralatan dan mesin. Kedua, adanya aktivitas atau kegiatan usaha yang dilakukan di Indonesia. Dan yang ketiga, adanya agen yang kedudukannya tidak bebas yang bertindak untuk dan atas nama orang pribadi atau badan yang tidak bertempat

tinggal atau tidak bertempat kedudukan di Indonesia. Berikut daftar responden alam penelitian ini:

Tabel 4.1
Daftar Responden

NO	NAMA PEMILIK	INSTAGRAM	LAMA USAHA	OMZET
1	Fuji Kartika	@ziehijab	1-5 th	< 300 Jt
2	Suci	@Sabbiyahmuslimfashion	1-5 th	< 300 Jt
3	Lathifah Rahmiati	@Ivashijab	1-5 th	< 300 Jt
4	Siti Nur Hudha	@SNHijab_	1-5 th	< 300 Jt
5	Anindya Dena Vanesha	@Azzuraattire	1-5 th	< 300 Jt
6	Dewi	@Superbinder	1-5 th	< 300 Jt
7	Lidya Putri Andari	@Langitbirucorp	1-5 th	1 M – 3 M
8	Suci Darnayanti	@Kinustuff	1-5 th	300 Jt – 1 M
9	Agnes Santyavi	@Jelly_OS	1-5 th	300 Jt – 1 M
10	Anisa Ayuningtyas	@Nisayu_hijab	1-5 th	< 300 Jt
11	Qumi Nahril Ula	@Jilbabgrosirann	1-5 th	1 M – 3 M
12	Houseofiv	@Houseofvin	1-5 th	< 300 Jt
13	Reisha	@Noeraskincare	1-5 th	< 300 Jt
14	Afrinda	@Susanshopp	1-5 th	< 300 Jt
15	Rihandina	@Chlarisboutique	1-5 th	< 300 Jt
16	Enno Winanda Sari	@Mejikuhijab	1-5 th	< 300 Jt
17	Anggriz	@Iwearbunch_hijab	1-5 th	< 300 Jt
18	Tiya	@Farisoutlet	1-5 th	< 300 Jt
19	Yanti	@Dmalikas	1-5 th	< 300 Jt
20	Umi Laily Hidayah	@Harumimi22	1-5 th	< 300 Jt
21	Miranti Mayangsari	@Dressmenyusui	1-5 th	300 Jt – 1 M
22	Delyma Putri	@Cottontrend	1-5 th	< 300 Jt
23	Ismi	@Berribernice	1-5 th	< 300 Jt
24	Putri Ratnasavitri	@Putriratnasavitri	6-10 th	< 300 Jt
25	Amanda Sylvia	@Skyveil	1-5 th	< 300 Jt
26	Futya Rakhmawati	@Arwa_scarf	1-5 th	< 300 Jt
27	Suci Rahmayanti	@Suci.collection	1-5 th	< 300 Jt
28	Rizky Kurniawati	@Inori_shop	1-5 th	< 300 Jt
29	Nina Yuliantri	@Adorablechick_	1-5 th	< 300 Jt
30	Yuliza	@valizastuff	1-5 th	< 300 Jt

Sumber: data primer (diolah)

4.2 Analisis Data Deskriptif

4.2.1 Hasil Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner ini, penulis lakukan dengan cara menghubungi satu per satu responden yang telah mengkonfirmasi sebelumnya melalui line dan memberikan link kuesioner online. Berikut gambaran hasil penyebaran kuesioner

Tabel 4.2
Hasil Penyebaran Kuesioner Online

No	Keterangan Kuesioner	Jumlah	Prosentase
1	Kuesioner yang disebar	65	100%
2	Kuesioner yang direspon	44	67%
3	Kuesioner yang tidak direspon	21	33%
4	Kuesioner yang digunakan sampel	30	70%
5	Kuesioner yang tidak sesuai kualifikasi	14	30%

Sumber: data primer (Diolah)

Kuesioner yang disebar sebanyak 65 kuesioner dan jumlah kuesioner yang direspon sebanyak 44 kuesioner atau 67%. Kuesioner yang tidak direspon sejumlah 21 kuesioner atau 33%. Kuesioner yang dapat digunakan sebagai sampel sejumlah 30 kuesioner atau 70% dari kuesioner yang direspon. Sedangkan kuesioner yang tidak sesuai kualifikasi sejumlah 14 kuesioner atau 30% dari kuesioner yang direspon. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa kuesioner yang direspon berjumlah 44 kuesioner tidak semua dapat dijadikan sampel. Ada 14 kuesioner yang tidak dapat dijadikan sampel karena tidak sesuai kualifikasi yaitu, responden yang memiliki usaha *online shopping* kurang dari satu tahun dan memiliki omzet dalam satu tahun lebih dari 4,8 milyar. Rata-rata responden yang tidak sesuai kualifikasi dikarenakan usaha

online shopping nya kurang dari satu tahun. Maksud kuesioner tidak direspon ini ialah tidak ada balasan chat dari responden. Sehingga kuesioner yang dapat dijadikan sampel hanya 30 kuesioner.

4.2.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, karakteristik responden terdiri dari karakteristik berdasarkan usia, pendidikan terakhir, kepemilikan NPWP, lama usaha, dan omzet dalam satu tahun. Berikut penjelasan masing-masing karakteristik:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia, peneliti membedakan menjadi 4 kelompok rentang usia. Penjelasan data karakteristik usia dapat dilihat pada tabel 4.3:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia	Jumlah Responden (Orang)	Prosentase
1	< 17 Tahun	0	0%
2	17 – 25 Tahun	28	63%
3	26 – 40 Tahun	16	36%
4	> 40 Tahun	0	0%
Jumlah		44	100%

Sumber: data primer (diolah)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berusia < 17 tahun sebanyak 0, usia 17 – 25 tahun sebanyak 28, usia 26 – 40 tahun sebanyak 16, dan usia > 40 tahun sebanyak 0. Data tersebut menunjukkan bahwa usia dibawah 17 tahun belum memiliki keberanian untuk menjalankan usaha sendiri. Sedangkan usia 17 – 25 tahun adalah usia produktif yang efektif untuk memulai dan

menjalankan usaha *online shopping* ini. pada usia 26 – 40 tahun adalah usia matang untuk mengembangkan usaha.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir, peneliti membagi menjadi 6 kelompok. Penjelasan dan karakteristik tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1	SD	0	0%
2	SLTP	0	0%
3	SLTA	9	20%
4	Diploma (D1/D2/D3)	6	14%
5	S1 (Sarjana Strata 1)	25	56%
6	S2/S3	4	10%
Jumlah		44	100%

Sumber: data primer (diolah)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, terlihat bahwa responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir Sekolah Dasar (SD) sebanyak 0%, tingkat pendidikan terakhir Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) sebanyak 0%, tingkat pendidikan terakhir Sekolah Lanjutan Tingkat Akhir (SLTA) sebanyak 20%, tingkat pendidikan terakhir Diploma (D1/D2/D3) sebanyak 14%, tingkat pendidikan terakhir S1 (Sarjana Strata 1) sebanyak 56%, dan tingkat pendidikan terakhir S2/S3 sebanyak 10%. Berdasarkan data tersebut, maka tingkat pendidikan terakhir responden yang paling banyak adalah tingkat S1 (Sarjana Strata 1). Hal ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki pengetahuan dan pemahaman lebih

mengenai perpajakan. Sehingga diharapkan dapat memenuhi tujuan dari penelitian ini.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan NPWP

Gambaran karakteristik mengenai perbandingan kepemilikan NPWP oleh responden dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan NPWP

No	Kepemilikan NPWP	Jumlah	Prosentase
1	Ya	17	39%
2	Tidak	27	61%
Jumlah		44	100%

Sumber: data primer (diolah)

Dari Tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari 44 responden pemilik usaha online shopping hanya 17 responden yang telah memiliki NPWP. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya kesadaran pengusaha *online shopping* untuk mendaftarkan diri sebagai wajib pajak dan memenuhi kewajibannya.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Berdasarkan lama usaha, peneliti membagi menjadi 4 kelompok. Penjelasan dan karakteristik lama usaha dapat dilihat di tabel 4.6:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

No	Lama Usaha	Jumlah	Prosentase
1	< 1 Tahun	14	32%
2	1 – 5 Tahun	29	66%
3	6 – 10 Tahun	1	2%
4	> 10 Tahun	0	0%
Jumlah		44	100%

Sumber: data primer (diolah)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki lama usaha kurang dari 1 tahun sebanyak 32%, lama usaha 1 – 5 tahun sebanyak 66%, lama usaha 6 – 10 tahun sebanyak 2%, dan lama usaha lebih dari 10 tahun sebanyak 0%. Berdasarkan data tersebut, maka tingkat lama usaha responden yang paling banyak adalah 1 – 5 tahun.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet

Berdasarkan omzet usaha, peneliti mbedakan menjadi 4 kelompok. Penjelasan dan karakteristik berdasarkan omzet dapat dilihat pada tabel 4.7:

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet

No	Omzet	Jumlah	Prosentase
1	< 300 Juta	39	88%
2	300 Juta – 1 Milyar	3	7%
3	1 Milyar – 3 Milyar	2	5%
4	3 Milyar – 4,8 Milyar	0	0%
Jumlah		44	100%

Sumber: data primer (diolah)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang memiliki omzet kurang dari 300 Juta sebanyak 88%, omzet 300 Juta-1 Milyar sebanyak 7%, omzet 1 Milyar-3 Milyar sebanyak 5%, omzet 3

Milyar -4,8 Milyar sebanyak 0%. Maka responden yang paling banyak adalah yang memiliki omzet < 300 Juta.

4.2.3 Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum melakukan pengujian hipotesis instrumen penelitian, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas.

4.2.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat valid tidaknya masing-masing instrumen dari faktor pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, kesadaran wajib pajak, dan kepatuhan wajib pajak pengusaha online shopping. Instrumen dikatakan valid jika angka koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar dari nilai kritik r. Berikut adalah hasil uji validitas dari masing-masing pernyataan:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1)

Item	Koefisien Korelasi	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,427	0,195	Valid
X1.2	0,572	0,195	Valid
X1.3	0,773	0,195	Valid
X1.4	0,762	0,195	Valid
X1.5	0,842	0,195	Valid
X1.6	0,756	0,195	Valid
X1.7	0,847	0,195	Valid
X1.8	0,764	0,195	Valid

Sumber: data primer (diolah, lampiran 2)

Tabel 4.8 di atas menunjukkan hasil dari uji validitas variabel pemahaman peraturan pajak (X1). Variabel pemahaman peraturan pajak

terdiri dari 8 butir pertanyaan dan semua butir pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel, dengan menggunakan 30 sampel responden.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Tarif Pajak (X2)

Item	Koefisien Korelasi	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,752	0,195	Valid
X2.2	0,804	0,195	Valid
X2.3	0,640	0,195	Valid
X2.4	0,771	0,195	Valid

Sumber: data primer (diolah, lampiran 2)

Tabel 4.9 di atas menunjukkan hasil dari uji validitas variabel tarif pajak (X2). Variabel tarif pajak terdiri dari 4 butir pertanyaan dan semua butir pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel, dengan menggunakan 30 sampel responden.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan (X3)

Item	Koefisien Korelasi	r Tabel	Keterangan
X3.1	0,689	0,195	Valid
X3.2	0,725	0,195	Valid
X3.3	0,777	0,195	Valid
X3.4	0,743	0,195	Valid

Sumber: data primer (diolah, lampiran 2)

Tabel 4.10 di atas menunjukkan hasil dari uji validitas variabel lingkungan (X3). Variabel lingkungan terdiri dari 4 butir pertanyaan dan semua butir pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel, dengan menggunakan 30 sampel responden.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X4)

Item	Koefisien Korelasi	r Tabel	Keterangan
X4.1	0,629	0,195	Valid
X4.2	0,734	0,195	Valid
X4.3	0,758	0,195	Valid
X4.4	0,663	0,195	Valid
X4.5	0,797	0,195	Valid
X4.6	0,802	0,195	Valid
X4.7	0,715	0,195	Valid
X4.8	0,699	0,195	Valid

Sumber: data primer (diolah, lampiran 2)

Tabel 4.11 di atas menunjukkan hasil dari uji validitas variabel kesadaran wajib pajak (X4). Variabel kesadaran wajib pajak terdiri dari 8 butir pertanyaan dan semua butir pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel, dengan menggunakan 30 sampel responden.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Item	Koefisien Korelasi	r Tabel	Keterangan
Y.1	0,709	0,195	Valid
Y.2	0,881	0,195	Valid
Y.3	0,826	0,195	Valid
Y.4	0,785	0,195	Valid
Y.5	0,881	0,195	Valid
Y.6	0,522	0,195	Valid
Y.7	0,531	0,195	Valid

Sumber: data primer (diolah, lampiran 2)

Tabel 4.12 di atas menunjukkan hasil dari uji validitas variabel kepatuhan wajib pajak (Y). Variabel kepatuhan wajib pajak terdiri dari 7

butir pertanyaan dan semua butir pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel, dengan menggunakan 30 sampel responden.

4.2.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dihandalkan. Alat ukur berupa kuesioner harus memenuhi uji reliabilitas agar bisa digunakan dalam melakukan penelitian. Alat ukur dikatakan dapat digunakan jika akurat dan konsisten dengan melihat koefisien reabilitasnya. Nilai koefisien tersebut berkisar antar 0-1, dimana semakin mendekati 1 semakin menunjukkan reliabel. Adaun hasil pengujian reabilitas menggunakan pengukuran *Cronbach's Alpha* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Reabilitas Variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	8

Sumber: data primer (diolah, lampiran 3)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas menunjukkan nilai Cronbach's alpha dari variabel pemahaman peraturan pajak adalah sebesar 0,875, yang mana nilai ini lebih besar dari 0,6 sehingga variabel pemahaman peraturan pajak (X1) dinyatakan reliabel.

Tabel 4.14
Hasil Uji Reabilitas Variabel Tarif Pajak (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	4

Sumber: data primer (diolah, lampiran 3)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* dari variabel tarif pajak adalah sebesar 0,716, yang mana nilai ini lebih besar dari 0,6 sehingga variabel tarif pajak (X2) dinyatakan reliabel.

Tabel 4.15
Hasil Uji Reabilitas Variabel Lingkungan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	4

Sumber: data primer (diolah, lampiran 3)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* dari variabel lingkungan adalah sebesar 0,710, yang mana nilai ini lebih besar dari 0,6 sehingga variabel lingkungan (X3) dinyatakan reliabel.

Tabel 4.16
Hasil Uji Reabilitas Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.870	8

Sumber: data primer (diolah, lampiran 3)

Berdasarkan tabel 4.16 di atas menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* dari variabel kesadaran wajib pajak adalah sebesar 0,870, yang mana nilai ini lebih besar dari 0,6 sehingga variabel kesadaran wajib pajak (X4) dinyatakan reliabel.

Tabel 4.17
Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.862	7

Sumber: data primer (diolah, lampiran 3)

Berdasarkan tabel 4.17 di atas menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* dari variabel kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 0,862, yang mana nilai ini lebih besar dari 0,6 sehingga variabel kepatuhan wajib pajak (Y) dinyatakan reliabel.

4.2.4 Uji Asumsi Klasik

4.2.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengujia apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel :

Tabel 4.18
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.98819872
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.129
	Negative	-.097
Kolmogorov-Smirnov Z		.707
Asymp. Sig. (2-tailed)		.700
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: data primer (diolah, lampiran 7)

Dari hasil pengujian diatas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,700, yang mana nilai sig (0,700) > α (0,05). Hal ini berarti bahwa data bersifat normal.

4.2.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi atau keterkaitan antar variabel. Berikut hasil uji multikolinieritas:

Tabel 4.19
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.441	5.378		1.012	.321		
Pemahaman Peraturan Pajak	.540	.126	.656	4.292	.000	.741	1.349
Tarif Pajak	.008	.330	.004	.025	.980	.709	1.410
Lingkungan	.217	.303	.131	.714	.482	.514	1.947
Kesadaran Wajib Pajak	.066	.206	.056	.319	.753	.567	1.764

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: data primer (diolah, lampiran 5)

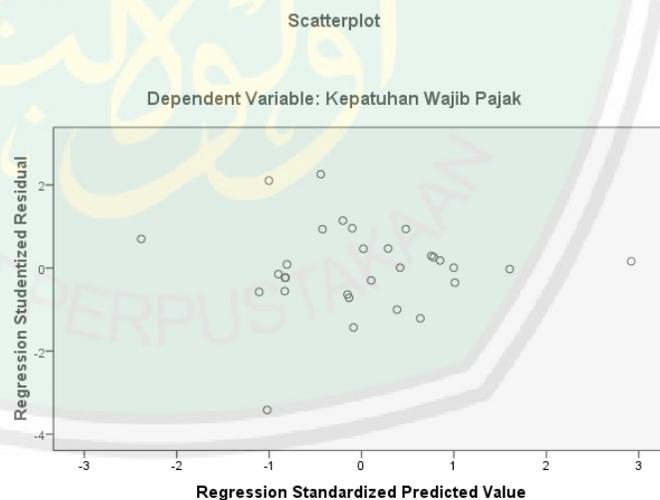
Hasil Perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan keseluruhan lebih dari 0,1 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama, dengan nilai VIF untuk masing-masing variabel bebas yaitu Pemahaman Peraturan Pajak 1,349 Tarif Pajak 1,410

Lingkunga 1,947 Kesadaran Wajib Pajak 1,764, yang mana semuanya dibawah 10. Dengan demikian uji asumsi tidak adanya multikolinieritas dapat terpenuhi.

4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi dapat dilihat dari pola yang berbentuk pada titik-titik yang ada pada grafik scattreplot. Hasil pengujian heteroskedstisitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data primer (diolah, lampiran 6)

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa titik – titik pada grafik tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar diatas dan

dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi yang digunakan bebas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

4.2.5 Analisis Regresi

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan empat variabel independen yaitu Pemahaman Peraturan Pajak (X1), Tarif Pajak (X2), Lingkungan (X3), dan Kesadaran Wajib Pajak (X4) serta satu variabel dependen yaitu Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, maka diperoleh hasil analisis regresi sebagai berikut:

Tabel 4.20
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	5.441	5.378		1.012	.321			
Pemahaman Peraturan Pajak	.540	.126	.656	4.292	.000	.737	.651	.565
Tarif Pajak	.008	.330	.004	.025	.980	.322	.005	.003
Lingkungan	.217	.303	.131	.714	.482	.482	.141	.094
Kesadaran Wajib Pajak	.066	.206	.056	.319	.753	.329	.064	.042

Sumber: data primer (diolah, lampiran 4)

Berdasarkan hasil analisis regresi di atas, maka model persamaan regresi berganda yang didapat sebagai berikut:

$$Y = 5,441 + 0,540X_1 + 0,008X_2 + 0,217X_3 + 0,066X_4$$

Keterangan:

Y = Kepatuhan Wajib Pajak

a = Konstanta

b1 = Koefisien Regresi Pemahaman Peraturan Pajak

b2 = Koefisien Regresi Tarif Pajak

b3 = Koefisien Regresi Lingkungan

b4 = Koefisien Regresi Kesadaran Wajib Pajak

X1 = Pemahaman Peraturan Pajak

X2 = Tarif Pajak

X3 = Lingkungan

X4 = Kesadaran Wajib Pajak

Koefisien regresi variabel pemahaman peraturan pajak (X1) bernilai positif, yaitu 0,540. Artinya bahwa adanya pengaruh pemahaman peraturan pajak (X1) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Dengan kata lain jika pemahaman peraturan pajak ditingkatkan maka kepatuhan Wajib Pajak pengusaha *online shopping* akan meningkat pula dengan nilai peningkatan sebesar 0,540.

Koefisien regresi variabel tarif pajak (X2) bernilai positif, yaitu 0,008. Artinya bahwa adanya pengaruh positif tarif pajak (X2) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Dengan kata lain jika tarif pajak ditingkatkan maka kepatuhan Wajib Pajak pengusaha *online shopping* akan meningkat pula dengan nilai peningkatan sebesar 0,008.

Koefisien regresi lingkungan (X3) bernilai positif, yaitu 0,217. Artinya bahwa adanya pengaruh positif lingkungan terhadap kepatuhan wajib

pajak. Dengan kata lain jika pembangunan sebagai bukti dari adanya aplikasi pajak pada lingkungan wajib pajak semakin meningkat maka kepatuhan Wajib Pajak pengusaha *online shopping* akan meningkat pula dengan nilai peningkatan sebesar 0,217

Koefisien regresi kesadaran wajib pajak (X4) bernilai positif, yaitu 0,066. Artinya bahwa adanya pengaruh kesadaran wajib pajak (X4) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Dengan kata lain jika kesadaran wajib pajak meningkat maka kepatuhan Wajib Pajak pengusaha *online shopping* akan meningkat pula dengan nilai peningkatan sebesar 0,066.

4.2.6 Koefisien Determinasi R²

Koefisien determinasi diperlukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengusaha *online shopping*.

Tabel 4.21
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.497	3.21839

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan

Sumber: data primer (diolah, lampiran 3)

Berdasarkan analisis pada tabel 4.21 di atas, diperoleh hasil R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,567 atau 56,7%. Hal ini dapat diartikan bahwa kepatuhan wajib pajak pengusaha *online shopping* dipengaruhi oleh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak sebesar 56,7%. Sisanya sebesar 43,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar pembahasan ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengusaha online shopping, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,753, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak dengan kepatuhan wajib pajak termasuk dalam kategori kuat karena berada pada selang 0,6-0,8 hubungan antara variabel bebas yaitu pemahaman peraturan pajak tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak dengan kepatuhan wajib pajak bersifat positif, artinya jika variabel bebas semakin ditingkatkan maka kepatuhan wajib pajak juga akan mengalami peningkatan.

4.2.7 Hasil Uji Hipotesis

4.2.7.1 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk menguji semua variabel bebas berpengaruh secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap

variabel terikat dalam model regresi linear berganda. Jika hasilnya berpengaruh, maka H_0 diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak berpengaruh, maka H_0 ditolak. Hal ini dapat juga dikatakan sebagai berikut:

H_0 diterima jika, $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$

H_0 ditolak jika, $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$

Tabel 4.22
Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	338.516	4	84.629	8.170	.000 ^a
	Residual	258.951	25	10.358		
	Total	597.467	29			

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan

b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak
Sumber: data primer (diolah, lampiran 3)

Berdasarkan tabel 4.22 di atas, F_{hitung} sebesar 8,170 sedangkan F_{tabel} ($\alpha = 0,05$; db regresi = 4 : db residual = 25) adalah sebesar 2,758, diperoleh: $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, $8,170 > 2,758$ atau nilai sig F (0,000) $< \alpha$ (0,05). Hal ini berarti H_0 diterima dan pengujian model terbukti signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak berpengaruh secara bersama – sama terhadap kepatuhan wajib pajak pengusaha *online shopping*.

4.2.7.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)

Uji statistik T digunakan untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dapat juga dikatakan sebagai berikut:

- Jika $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ atau $-T \text{ hitung} < -T \text{ tabel}$, maka hasilnya signifikan dan berarti H_1 diterima.
- Jika $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$ atau $-T \text{ hitung} > -T \text{ tabel}$, maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H_1 ditolak.

Tabel 4.23
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	5.441	5.378		1.012	.321			
	Pemahaman Peraturan Pajak	.540	.126	.656	4.292	.000	.737	.651	.565
	Tarif Pajak	.008	.330	.004	.025	.980	.322	.005	.003
	Lingkungan	.217	.303	.131	.714	.482	.482	.141	.094
	Kesadaran Wajib Pajak	.066	.206	.056	.319	.753	.329	.064	.042

a. Dependent Variable: Kepatuhan
Wajib Pajak

Sumber: data primer (diolah, lampiran 3)

Berdasarkan tabel 4.23, diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1) memiliki T hitung sebesar 4,292 dengan signifikansi 0,000 dan T tabel ($\alpha = 0,05$; db residual = 26) adalah sebesar 2,055. Karena T hitung $>$ T tabel yaitu $4,292 > 2,055$ atau nilai sig T ($0,000 < \alpha (0,05)$), berarti H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Pemahaman Peraturan Pajak (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y).
- b. Variabel Tarif Pajak (X2) memiliki T hitung sebesar 0,025 dengan signifikansi 0,916 dan T tabel ($\alpha = 0,05$; db residual = 26) adalah sebesar 2,055. Karena T hitung $<$ T tabel yaitu $0,025 < 2,055$ atau nilai sig T ($0,916 > \alpha (0,05)$), berarti H1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Tarif Pajak (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y).
- c. Variabel Lingkungan (X3) memiliki T hitung sebesar 0,714 dengan signifikansi 0,347 dan T tabel ($\alpha = 0,05$; db residual = 26) adalah sebesar 2,055. Karena T hitung $<$ T tabel yaitu $0,714 < 2,055$ atau nilai sig T ($0,347 > \alpha (0,05)$), berarti H1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Lingkungan (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y).
- d. Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X4) memiliki T hitung sebesar 0,319 dengan signifikansi 0,788 dan T tabel ($\alpha = 0,05$; db residual = 26) adalah sebesar 2,055. Karena T hitung $<$ T tabel yaitu $0,319 < 2,055$ atau nilai sig T ($0,788 > \alpha (0,05)$), berarti H1 ditolak. Hal ini

menunjukkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak (X4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y).

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa hanya variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1) yang memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Sedangkan variabel Tarif Pajak (X2), Lingkungan (X3), dan Kesadaran Wajib Pajak (X4) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y).

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1 Pengaruh Secara Simultan Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara Pemahaman Peraturan Pajak (X1), Tarif Pajak (X2), Lingkungan (X3), Kesadaran Wajib Pajak (X4) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji F) yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, $8,154 > 2,758$ yang dapat diartikan bahwa secara simultan variabel bebas Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*.

Hasil ini memperkuat penelitian terdahulu yang dilakukan (Permatasari, 2015) yaitu Pemahaman Perpajakan, Kondisi Keuangan, Sanksi Pajak, & Keadilan Pajak terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Dan juga

penelitian terdahulu (Putri, 2015) yang menyatakan bahwa variabel-variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat.

Hal ini menunjukkan bahwa pengguna bisnis *e-commerce* yaitu *online shopping* telah memahami peraturan perpajakan dan tarif yang ada. Hal ini juga dipengaruhi lingkungan tempat tinggal mereka dan kesadaran masing-masing individu. Pengaruh yang signifikan juga dapat memberikan gambaran bahwa dengan adanya pemahaman peraturan tentang pajak, masyarakat khususnya pengusaha *online shopping* lebih patuh terhadap kewajiban yang harus dilakukannya.

4.3.2 Pengaruh Secara Simultan Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce

1. Pemahaman Peraturan Pajak (X1)

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1) memiliki $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $4,052 > 2,055$ atau nilai $\text{sig } T(0,000) < \alpha(0,05)$, berarti H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Pemahaman Peraturan Pajak (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman peraturan pajak oleh wajib pajak maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Putri (2015), Permatasari (2015), dimana hasil penelitian dari keduanya menyatakan bahwa pengetahuan pajak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Perbedaan dari

penelitian ini adalah pada objeknya. Dalam penelitian ini objek yang digunakan adalah usaha *e-commerce* yaitu pengusaha *online shopping*.

Indikator dalam pemahaman peraturan pajak meliputi: (1) Kewajiban kepemilikan NPWP yaitu setiap wajib pajak yang memiliki penghasilan wajib untuk mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP sebagai salah satu sarana untuk pengadministrasian pajak, (2) Pengetahuan dan pemahaman mengenai hak dan kewajiban sebagai wajib pajak. Apabila wajib pajak telah mengetahui kewajibannya sebagai wajib pajak, maka mereka akan melakukannya, salah satunya adalah membayar pajak. (3) Pengetahuan dan pemahaman mengenai sanksi perpajakan. Semakin tahu dan paham wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, maka semakin tahu dan paham pula wajib pajak terhadap sanksi yang akan diterima bila melalaikan kewajiban perpajakan mereka. (4) Pengetahuan dan pemahaman mengenai PTKP dan PKP. Pengetahuan dan pemahaman akan peraturan perpajakan adalah proses dimana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak. Suryadi (2006) dalam Hardiningsih (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa meningkatnya pengetahuan perpajakan baik formal dan non formal akan berdampak positif terhadap kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak. Gardina dan Hariyanto (2006) dalam Hardiningsih (2011) menemukan bahwa rendahnya kepatuhan wajib pajak disebabkan oleh pengetahuan wajib pajak serta persepsi tentang pajak dan petugas pajak yang masih rendah. Sebagian wajib pajak memperoleh pengetahuan pajak dari petugas pajak, selain itu ada yang memperoleh dari

media informasi, konsultan pajak, seminar dan pelatihan pajak. Dari keempat indikator diatas, rata-rata masih lemah. Mayoritas dari responden tidak memiliki NPWP. Sebagian responden enggan untuk mendaftarkan sebagai wajib pajak dikarenakan mereka enggan untuk membayar pajak. Padahal jika dilihat dari penghasilannya, sudah seharusnya para responden tersebut membayar pajaknya. Sebagian responden yang lain tidak memiliki NPWP dikarenakan kurang paham dengan kewajiban apa yang harus dilakukan oleh wajib pajak. Indikator yang paling lemah adalah indikator nomor 4 yaitu pengetahuan dan pemahaman mengenai PTKP dan PKP. Pengenaan kewajiban perpajakan pengusaha *online shopping* sama halnya dengan pengusaha biasa. Pengusaha *online shopping* adalah wajib pajak berpenghasilan kena pajak yang sudah seharusnya dipungut pajaknya. Namun karena jaringan internet yang luas, pengusaha *online shopping* ini sulit diidentifikasi. Misal pengusaha yang memiliki usaha *online shopping* di dalam negeri dan luar negeri. Maka dari itu perlu adanya peraturan khusus mengenai pajak *e-commerce*.

Rendahnya tingkat keingintahuan wajib pajak terhadap peraturan perundang-undangan yang telah ada juga menjadi salah satu sebab mengapa tingkat pemahaman wajib pajak rendah.

Al-Qur'an Surah Al-Alaq yang berbunyi:

أَفْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (1) خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (2) أَفْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (3) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (4) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ
(مَا لَمْ يَكُن يَعْلَمُ) (5)

“(1) Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang menciptakan (2) Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. (3) Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah, (4) Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam, (5) Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”.

Surah ini adalah surah yang pertama kali turun kepada Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam turun pada awal-awal kenabian ketika Beliau tidak mengetahui apa itu kitab dan apa itu iman. Lalu Jibril 'alaihi salam datang kepada Beliau membawa wahyu dan menyuruh Beliau membaca, ia berkata, “Bacalah”. Dengan terperanjat Muhammad shallallahu 'alaihi wa sallam menjawab, “Saya tidak dapat membaca.” Beliau lalu direngkuh oleh Malaikat Jibril hingga merasakan kepayahan, lalu dilepaskan sambil disuruh membacanya sekali lagi, “Bacalah.” Tetapi Muhammad shallallahu 'alaihi wa sallam masih tetap menjawab, “Aku tidak dapat membaca.” Begitulah keadaan berulang sampai tiga kali, dan pada ketiga kalinya Jibril berkata kepadanya, “Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang Menciptakan-- Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah--Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah--Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam--Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya. (Terj. Al ‘Alaq: 1-5). Yakni yang menciptakan semua makhluk. Pada ayat selanjutnya disebutkan secara khusus manusia di antara sekian

ciptaan-Nya. Oleh karena itu, yang telah menciptakan manusia dan memperhatikannya dengan mengurusnya, tentu akan mengaturnya dengan perintah dan larangan, yaitu dengan diutus-Nya rasul dan diturunkan-Nya kitab. Yakni banyak dan luas sifat-Nya, banyak kemuliaan dan ihsan-Nya, luas kepemurahan-Nya, dimana di antara kemurahan-Nya adalah mengajarkan berbagai ilmu kepada manusia. Maksudnya, Allah mengajar manusia dengan perantaraan tulis baca. Hal itu, karena manusia dikeluarkan-Nya dari perut ibunya dalam keadaan tidak tahu apa-apa, lalu Dia menjadikan untuknya pendengaran, penglihatan dan hati serta memudahkan sebab-sebab ilmu kepadanya. Dia mengajarkan kepadanya Al Qur'an, mengajarkan kepadanya hikmah dan mengajarkan kepadanya dengan perantaraan pena, dimana dengannya terjaga ilmu-ilmu. Maka segala puji bagi Allah yang telah mengaruniakan nikmat-nikmat itu yang tidak dapat mereka balas karena banyaknya. Selanjutnya Allah Subhaanahu wa Ta'aala mengaruniakan kepada mereka kekayaan dan kelapangan rezeki, akan tetapi manusia karena kebodohan dan kezalimannya ketika merasa dirinya telah cukup, ia malah bertindak melampaui batas dan berbuat zalim serta bersikap sombong terhadap kebenaran seperti yang diterangkan dalam ayat selanjutnya. Ia lupa, bahwa tempat kembalinya adalah kepada Tuhannya, dan tidak takut kepada pembalasan yang akan diberikan kepadanya, bahkan keadaannya sampai meninggalkan petunjuk dengan keinginan sendiri dan mengajak manusia untuk meninggalkannya, dan sampai melarang orang lain menjalankan shalat yang merupakan amal yang paling utama.

Dalam ayat di atas jelas diterangkan bahwa perintah untuk mempelajari ilmu-ilmu melalui membaca sangat penting. Memahami peraturan perpajakan merupakan salah satu ilmu yang seharusnya dipelajari oleh seluruh lapisan masyarakat. Karena kita ketahui sendiri, dari himpunan pajak inilah sumber pendapatan negara yang akan digunakan untuk pembangunan fasilitas umum, menunjang pendidikan gratis, kesehatan, dan lain sebagainya. Maka dari itu sudah seharusnya wajib pajak meningkatkan minat memahami peraturan perpajakan yang sudah dibentuk.

2. Tarif Pajak (X2)

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel Tarif Pajak (X2) memiliki T hitung $>$ T tabel yaitu $0,107 < 2,055$, berarti H1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Tarif Pajak (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y).

Dalam penelitian ini, tarif yang dimaksud adalah 1% dari omzet usaha selama satu tahun. Data diatas menggambarkan bahwa peraturan terbaru PP No 46 Tahun 2013 yang menetapkan tarif pungutan pajak sebesar 1% bagi wajib pajak yang memiliki penghasilan tidak lebih dari 4,8 milyar dalam satu tahu, tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun secara bersama-sama, yaitu seluruh variabel bebas, berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Putri, 2015). Hasil penelitian Putri menyatakan bahwa Tarif memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dan juga sama

halnya berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan (Ginting, 2014) yang menyatakan jika tarif memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini tidak berpengaruh secara positif terhadap kepatuhan pajak disebabkan penghasilan sebagian besar dari responden masih dibawah < 300 juta. Berdasarkan jawaban responden, tarif tersebut masih belum adil terutama bagi wajib pajak yang memiliki omset kecil. Wajib pajak merasa bahwa tarif final sebesar 1% dari omset masih terlalu tinggi dan memberatkan wajib pajak.

Dalam surah Al-An'am: 141 yang berbunyi:

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكْلُهُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَّانَ مُتَشَابِهًا وَغَيْرَ مُتَشَابِهٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Dan Dialah yang menjadikan kebun-kebon yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon kurma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya), dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan dikeluarkan zakatnya); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan (Al-An'am: 141)

Abdur Razaq dalam Mushannaf Abd ar-Razaq meriwayatkan dari Abdullah ibn Umar ra. yang menuturkan, ayahnya yakni Umar bin Khaththab Ra. memungut pajak dari Nabth (gandum dan minyak zaitun) sebesar ½ usyr (5%) agar mereka lebih banyak membawanya ke Madinah. Selanjutnya jumbuh ulama Madzhab Hanbali, seperti Ibnu Taimiyah, membolehkan

pengumpulan pajak yang mereka sebut dengan al-kalf as-sulthaniyah. Jumhur ulama Madzhab Hanbali menilai pajak yang diambil dari orang-orang yang mampu secara ekonomis merupakan jihad harta.

Berdasarkan ayat di atas, dapat disimpulkan bahwa, tinggi rendahnya tarif yang dikenakan kepada wajib pajak, sebagai warga yang taat maka kewajiban perpajakannya harus tetap dipenuhi. Karena membayar pajak merupakan bentuk kontribusi kepada negara.

3. Lingkungan (X3)

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial (uji T) menunjukkan variabel Lingkungan (X3) memiliki T hitung lebih kecil dari T tabel yaitu $0,958 < 2,055$, berarti H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Lingkungan (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y).

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian (Ginting, 2014) yang menyatakan bahwa lingkungan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil yang tidak berpengaruh signifikan dalam penelitian ini, disebabkan karena tingginya tingkat individualisme wajib pajak sehingga kurang adanya interaksi antar wajib pajak dalam satu kelompok atau komunitas. Lingkungan yang kondusif akan berpengaruh terhadap seseorang dan sebaliknya, lingkungan yang kurang kondusif akan berpengaruh negatif terhadap individu.

Lingkungan adalah sesuatu yang ada di alam sekitar yang memiliki makna dan atau pengaruh tertentu kepada individu. Dari definisi ini lingkungan masyarakat dapat dikaitkan dengan teori pembelajaran sosial

menurut Bandura (1977) dalam Robbins (1996), proses dalam pembelajaran sosial meliputi : proses perhatian (attentional) yaitu orang hanya akan belajar dari seseorang atau model, proses penahanan (retention) yaitu proses mengingat tindakan suatu model, proses reproduksi motorik yaitu proses mengubah pengamatan menjadi perbuatan, proses penguatan (reinforcement) yaitu proses yang mana individu-individu disediakan rangsangan positif. Berdasarkan teori tersebut dapat dikatakan bahwa teori ini relevan dengan teori lingkungan Wajib Pajak berada karena seseorang akan taat membayar pajak tepat pada waktunya, jika lewat pengamatan dan pengalaman langsungnya, hasil pungutan pajak itu telah memberikan kontribusi nyata pada pembangunan di wilayahnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh James dan Alley (1999) kepatuhan pajak adalah subjek yang kompleks dengan implikasi yang luas dan yang mempengaruhi kepatuhan tersebut ada dua pendekatan yaitu ekonomi dan perilaku. Pendekatan ekonomi biasanya dilihat dari sisi hukuman, sanksi-sanksi yang di berikan. Sedangkan perilaku dapat berdasarkan faktor kesadaran dan faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi seperti pembangunan infrastruktur di daerah tersebut.

4. Kesadaran Wajib Pajak (X4)

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial (uji T) menunjukkan variabel Kesadaran Wajib Pajak (X4) memiliki T hitung sebesar -0,271 dengan signifikansi 0,788 dan T tabel ($\alpha = 0,05$; db residual = 26) adalah sebesar 2,055. Karena T hitung < T tabel yaitu $-0,271 < 2,055$ atau nilai sig T $(0,788) > \alpha (0,05)$, berarti H1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Kesadaran

Wajib Pajak (X4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y).

Hasil penelitian ini tidak sama dengan penelitian (Ginting, 2014), yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak. Kesadaran adalah keadaan tau, keadaan mengerti dan merasa. Indikator dalam kesadaran wajib pajak adalah (1) kesadaran bahwa pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara, (2) berusaha memahami undang-undang dan sanksi perpajakan, (3) sadar bahwa membayar pajak adalah suatu kewajiban, (4) persepsi wajib pajak tentang pelaksanaan sanksi denda PPh. Dari keempat indikator diatas, indikator yang paling kuat adalah indikator pertama. Responden sadar bahwa pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara. Akan tetapi hasil dari penelitian yang menyatakan bahwa kesadaran tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Kesadaran dan kepedulian sukarela Wajib Pajak sangat sulit untuk diwujudkan seandainya dalam definisi 'pajak' tidak ada frase "yang dapat dipaksakan" dan "yang bersifat memaksa." Bertitik tolak dari frase ini menunjukkan membayar pajak bukan semata-mata perbuatan sukarela atau karena suatu kesadaran. Frase ini memberikan pemahaman dan pengertian bahwa masyarakat dituntut untuk melaksanakan kewajiban kenegaraan dengan membayar pajak secara sukarela dan penuh kesadaran sebagai aktualisasi semangat gotong-royong atau solidaritas nasional untuk membangun perekonomian nasional. Kesadaran masyarakat membayar pajak masih belum mencapai tingkat sebagaimana yang

diharapkan. Umumnya masyarakat masih sinis dan kurang percaya terhadap keberadaan pajak karena masih merasa sama dengan upeti, memberatkan, pembayarannya sering mengalami kesulitan, ketidak mengertian masyarakat apa dan bagaimana pajak dan ribet menghitung dan melaporkannya. Namun masih ada upaya yang dapat dilakukan sehingga masyarakat sadar sepenuhnya untuk membayar pajak dan ini bukan sesuatu yang mustahil terjadi. Ketika masyarakat memiliki kesadaran maka membayar pajak akan dilakukan secara sukarela bukan keterpaksaan.

Allah berfirman dalam Surat an- Nisa ayat 58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ بِأَمْرِكُمْ أَلْفٌ تُوَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”.

Sebuah riwayat yang menceritakan ayat tentang memberikan amanat dan hak kepada yang berhak serta menghukum dengan adil ini adalah sebuah kisah ketika terjadinya pembukaan kota Makkah. Ketika itu, penjaga ka’bah adalah ‘Utsmân bin ‘Abd al-Dâr. Beliau mengunci ka’bah. Maka ‘Abbâs mengambil dengan paksa kunci tersebut. Lalu Rasulullah mengutus ‘Alî RA untuk meminta ‘Abbâs mengembalikan kunci tersebut dan meminta maaf

kepada ‘Utsmân bin ‘Abd al-Dâr. Setelah itu, ‘Ali RA pun menceritakan pada ‘Utsmân bin ‘Abd al-Dâr bahwa ayat ini diturunkan kepadanya. Maka ‘Utsmân bin ‘Abd al-Dâr pun memeluk Islam.

Walaupun ayat ini diturunkan oleh sebab yang tertentu, akan tetapi ayat ini tetap berlaku secara umum dan bukan hanya tertakluk pada sebab kisah ini. Perintah awal dari ayat ini adalah supaya menjalani amanat dengan memberikannya kepada ahlinya bagi setiap muslimin. Sama ada hak bagi dirinya sendiri maupun hak bagi orang lain serta hak Allah secara umum. Contoh menjaga amanah dalam hak Allah adalah seperti mematuhi perintahnya dan menjauhi larangannya. Menjaga amanah bagi hak manusia itu sendiri adalah seperti tidak melakukan kecuali apa yang bermanfaat bagi dunia dan akhirat. Sedangkan menjaga amanah bagi orang lain adalah seperti tidak menipu ketika bermuamalat, berjihad, dan nasihat.

Kewajiban membayar pajak merupakan amanah negara kepada masyarakat negara tersebut untuk dijalankan. Sebuah amanah yang baik jika sudah diberikan akan menghasilkan sesuatu yang baik pula. Oleh sebab itu, kesadaran setiap wajib pajak untuk mau memenuhi kewajiban perpajakannya sudah sepatutnya dimunculkan dan ditingkatkan.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 30 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak. Secara bersama-sama keempat indikator tersebut memengaruhi.

Pemahaman peraturan pajak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak. Artinya semakin tinggi pemahaman peraturan terhadap perpajakan oleh wajib pajak, maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya. Pemahaman peraturan ini ditunjang pula dari tingkat pendidikan responden, yaitu mayoritas dari responden berpendidikan Sarjana (S1).

Tarif pajak tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil nilai koefisien regresi menunjukkan positif, artinya tarif pajak dan kepatuhan wajib pajak berbanding lurus. Jika tarif ditingkatkan maka wajib pajak akan semakin patuh terhadap pemenuhan kewajibannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif pajak tidak memiliki pengaruh signifikan parsial

terhadap kepatuhan wajib pajak. tarif tersebut masih belum adil terutama bagi wajib pajak yang memiliki omset kecil. Wajib pajak merasa bahwa tarif final sebesar 1% dari omset masih terlalu tinggi dan memberatkan wajib pajak. Karena rata-rata penghasilan wajib pajak (pengusaha *online shopping* masih < 300 Jt dalam satu tahun pajak.

Lingkungan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil nilai koefisien regresi menunjukkan positif, artinya lingkungan dan kepatuhan wajib pajak berbanding lurus. Jika pembangunan di lingkungan tersebut ditingkatkan maka wajib pajak akan semakin patuh terhadap pemenuhan kewajibannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan parsial terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini disebabkan tidak adanya bukti infrastruktur di daerah wajib pajak dan kurang adanya interaksi antar wajib pajak dalam satu komunitas atau kelompok.

Kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce*. Hasil nilai koefisien regresi menunjukkan positif, artinya kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak berbanding lurus. Jika kesadaran wajib pajak ditingkatkan maka wajib pajak akan semakin patuh terhadap pemenuhan kewajibannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran tidak berpengaruh secara signifikan parsial terhadap kepatuhan wajib pajak, disebabkan masyarakat masih sinis dan kurang percaya terhadap keberadaan pajak karena masih merasa sama dengan upeti, memberatkan, pembayarannya sering mengalami kesulitan, ketidakmertian masyarakat apa dan bagaimana pajak dan ribet menghitung dan melaporkannya.

5.2 Saran dan Rekomendasi

Untuk wajib pajak (Pengusaha *Online Shopping*), perlu ditingkatkannya kesadaran dalam diri untuk mau memahami peraturan perpajakan yang ada, mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, dan memenuhi kewajibannya. Karena pengusaha *online shopping* sama halnya dengan pengusaha biasa, sama-sama berpenghasilan. Dan sudah seharusnya membayar pajak terutangnya.

Untuk penelitian selanjutnya, bisa menambahkan variabel bebas. Misal variabel sanksi pajak, modernisasi pajak, keadilan pajak, dan sebagainya. Kemudian menambahkan indikator pengusaha *online shopping* yang dapat dijadikan responden, yaitu kepemilikan NPWP.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim dan terjemahannya.

_____, Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013 Tentang PPh Atas Penghasilan Yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu

_____, Undang-Undang No.7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

_____, Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan (PPh)

Agus, Putu Eka Pratama. 2015. *E-Commerce, E-Business Dan Mobile Commerce*. Bandung: Informatika

Anonim. 2014. *Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta*. (diakses dari www.kominfo.go.id pada tanggal 21 Februari 2016 pukul 15.00 WIB)

Anonim. 2014. *Tafsir Al-Qur'an Al-Karim* (diakses dari www.tafsir.web.id tanggal 1 Mei 2016 pukul 18.45 WIB)

Apkomindo, 2016. *Pasar E-Commerce Potensi Meningkat*. (diakses dari <http://www.apkomindo.id/index.php/logo/item/96-2015-pasar-e-commerce-berpotensi-meningkat/> pada tanggal 13 Februari 2016 19.03 WIB)

Arianto, Nur. 2015. *Ekstensifikasi Pajak Dari Transaksi Perdagangan Online* (diakses dari www.kemenkeu.go.id tanggal 27 Februari 2016 pukul 19.00 WIB)

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

Chandra, Budi. 2014. *Menyusun Pajak Transaksi E-Commerce* (diakses dari www.kemenkeu.go.id tanggal 27 Februari 2016 pukul 19.23 WIB)

Djarmiko, Agus. 2006. "Pengaruh Sikap Wajib Pajak Pada Pelaksanaan Sanksi Denda, Pelayanan Fiskus Dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Semarang)". Tesis Universitas Diponegoro.

Dwi, Priyatno. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi

G. Sevilla Consuelo, dkk. 2006. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: UI-Press

- Gunadi, Ari. 2010. “Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi dalam Membayar Pajak Penghasilan (Survey di KPP Pratama Boyolali)”. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hardiningsih, P. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak, Dnamika Keuangan dan perbankan*. Noember 2011, Hal: 126 – 142.
- Harlina, yulianti. 2016. *Pengaruh Keadilan Pajak dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Mojokerto*. Skripsi. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Harahap, Abdul Asri. 2004. *Paradigma Baru Perpajakan Indonesia Ekonomi*. Jakarta: Integritas Dinamika Press
- Husein Umar, 2011, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Baru, Cetakan Keempat*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Junaidi. 2008. *Menghitung Nilai T & F Tabel Dengan Microsoft Excel* (diakses dari [www. Junaidichaniago.wordpress.com](http://www.junaidichaniago.wordpress.com) tanggal 31 Maret 2016 pukul 20.00 WIB)
- Kamlesh K Bajaj and Debjani Nag. 2000. *E-Commerce The Cutting Edge Of Business*, Mc Graw-Hill International Editions, New Delhi.
- Kerlinger, F.N. 1973. *Founding of Behavior Research*. Richart and Winston Inc. New York
- Mardiasmo. 2013. *Perpajakan. Edisi kesembilan*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian. Edisi Reisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Morissan, dkk. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenada Group
- Mujiati & M. Abdul Aris. 2011. *Perpajakan Kontemporer*. Yogyakarta: Muhammadiyah Uniersity Press
- Muliari, Ni Ketut dan Putu Ery Setiawan. 2011. *Pengaruh Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak Pada Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak Orang Pribadi Di KPP Denpasar Timur. Jurnal Akuntansi Bisnis Vol.6.1-Jan 2011*

- Munari. 2005. *Pengaruh Faktor Tax Payer Terhadap Keberhasilan Penerimaan Pajak Penghasilan (Studi Kasus KPP Pratama Batu, Malang)*, Jurnal Eksekutif, ol.2, No.2
- Muniriyanto, Buyung. 2015. *Menelusur Pajak Atas Transaksi E-Commerce* (diakses dari www.pajak.go.id tanggal 12 Februari 2015 pukul 14.00 WIB)
- Narbuko, Cholid & Abu Achmadi. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Nasution, 2007. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Nazirman, MA. 2015. *Kesadaran dan Tanggungjawab* (diakses dari www.baiturraqy.wordpress.com tanggal 27 April 2016 pukul 15.00 WIB)
- Nurmantu, Safri. 2003. *Pengantar Perpajakan*. Jakarta: Granit.
- Permatasari, Shinta Devy. 2015. *Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Kondisi Keuangan, Sanksi Pajak, dan Keadilan Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM*. Skripsi. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Putri, Ayu Dwi Etikasari. 2015. *Pengaruh Pemahaman, Tarif, dan Tingkat Pendidikan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 Di Kota Malang*. Skripsi. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Rahayu, Siti Kurnia. 2010. *Perpajakan Indonesia Konsep dan Aspek Formal*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ritonga, Pandapotan. 2011. *Analisi Pengaruh Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak Terhadap Kinerja Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Dengan Pelayanan Wajib Pajak Sebagai variabel interening di KPP Pratama Medan Timur*, Uniersitas Islam Sumatra Utara, Medan
- Satriyo Bimo N. 2015. *Pengaruh Peningkatan Kualitas Mutu Pelayanan KPP Dengan Bertambahnya Jumlah Wajib Pajak (Studi Kasus Pada KPP Pratama Batu: Malang*
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. PT. Pustaka LPES. Jakarta
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta

- Sunyoto Danang. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Retika Aditama
- Suparni Niniek. 2009. *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*. Jakarta: Sinar Grafika
- Suryadi. 2006. *Model Hubungan Kausal Kesadaran, Pelayanan, Kepatuhan Wajib Pajak dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak: Suatu Surei di Wilayah Jawa Timur*, Jurnal Keuangan Publik, ol.4 No.1, P.1005-121
- Tjahjono dan Husein. 2005. *Perpajakan UPP AMP YKPN*. Yogyakarta
- Togler. 2008. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesadaran Wajib Pajak*. Diakses 12 Februari 2016
- Tukiran, Taniredja & Hidayati Mustafidah. 2011. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta
- Tunggal, Amir Widjaja. 1995. *Pelaksanaan Pajak Penghasilan Perseorangan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa Untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Vanniania. 2015. Tak Ada Objek Baru Dalam E-Commerce. (diakses dari <http://www.pemeriksaanpajak.com/2015/10/05/tak-ada-objek-pajak-baru-dalam-e-commerce/> pada tanggal 3 Februari 2016 09.00 WIB)
- Waluyo dan Ilyas B. Wirawan. 2000. *Perpajakan Indonesia (Cetakan Kedua)*. Jakarta: Salemba Empat
- Widayati & Nurlis. 2010. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Pekerjaan Bebas (Studi Kasus pada KPP Pratama Gambir)*