

**ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK BERDASARKAN
SURAT EDARAN DIREKTORAT JENDRAL PAJAK NOMOR
62 TAHUN 2013 ATAS MODEL BISNIS *E-COMMERCE* DI
KOTA MALANG**

SKRIPSI



Oleh

MASTRIO NOVALDI

NIM : 14520140

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

**ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK BERDASARKAN
SURAT EDARAN DIREKTORAT JENDRAL PAJAK NOMOR
62 TAHUN 2013 ATAS MODEL BISNIS *E-COMMERCE* DI
KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)



Oleh :

MASTRIO NOVALDI
NIM : 14520140

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK BERDASARKAN
SURAT EDARAN DIREKTORAT JENDRAL PAJAK NOMOR
62 TAHUN 2013 ATAS MODEL BISNIS *E-COMMERCE* DI
KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh

MASTRIO NOVALDI
NIM : 14520140

Telah disetujui pada tanggal 23 November 2018

Dosen Pembimbing,


Sri Andriani, SE., M.Si
NIP. 19750313 200912 2 001

Mengetahui :
Ketua Jurusan




Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 19720322 200801 2 005

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK BERDASARKAN
SURAT EDARAN DIREKTORAT JENDRAL PAJAK NOMOR62 TAHUN 2013 ATAS MODEL BISNIS *E-COMMERCE* DI

KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh

MASTRIO NOVALDI

NIM : 14520140

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)
Pada 23 November 2018

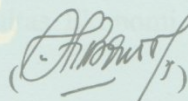
Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Penguji I

Nina Dwi Setyaningsih, SE., MSA

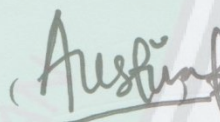
NIDT. 19751030 20160801 2 048

: ()

2. Penguji II

Austina Luckyta Mursy., SE., M. SA., Ak., CA

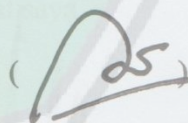
NIDT. 19811207 20180201 2 187

: ()

3. Penguji III (Pembimbing)

Sri Andriani., SE., M.Si

NIP. 19750313 200912 2 001

: ()

Disahkan Oleh :

Ketua Jurusan




Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 19720322 200801 2 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

NAMA : Mastro Novaldi
NIM : 14520140
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:

ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK BERDASARKAN SURAT EDARAN DIREKTORAT JENDRAL PAJAK NOMOR 62 TAHUN 2013 ATAS MODEL BISNIS E-COMMERCE DI KOTA MALANG

Adalah hasil karya saya 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, 23 November 2018

Hormat saya,



Mastro Novaldi

NIM: 14520140

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan saya kelancaran dan kemudahan sehingga karya ini terselesaikan dengan baik.

Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang membawa kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang. Sebuah hasil yang sempurna tidak akan pernah didapat kecuali dengan perjuangan yang hebat, dengan penuh kesadaran dan kerendahan hati saya persembahkan karya sederhana ini untuk:

KELUARGA BESARKU

Ayah (Mashur) dan Umi (Nurdina)

Yang telah membesarkan dan mendidik dengan penuh kesabaran dan keikhlasan yang selalu mendoakan untuk kebaikan dan kesuksesan saya, serta kakak saya (Ingrid Pratamashuri dan M. Urtha Dwinata) dan adik saya (Kresna Moti Alfredo dan Al Ansha Resnu Kashuri) yang selalu memberikan motivasi dan materil.

Kepada sahabat-sahabat yang telah menemani dan berjuang menempuh pendidikan, merasakan pahitnya perantauan selama empat tahun dalam menyangand gelar sarjana. Serta kepada seluruh guru-guru, dosen-dosen, dan seluruh pembimbing yang telah mengajarkan seluruh ilmu pendidikan, ilmu kehidupan, dan seluruh ilmu yang sebelumnya belum pernah saya dapatkan.

Malang, 23 November 2018

Penulis

HALAMAN MOTTO

“Bila kalian ingin menjadi pemimpin besar, menulislah seperti wartawan, dan bicaralah seperti orator”.

-Haji Oesman Said (H.O.S) Tjokroaminoto-

“Bila kaum muda yang telah belajar di sekolah menganggap dirinya terlalu tinggi dan pintar untuk melebur dengan masyarakat yang bekerja dengan cangkul dan hanya memiliki cita-cita yang sederhana, maka lebih baik pendidikan itu tidak diberikan sama sekali”.

-Ibrahim (Tan Malaka)-

“Kurang cerdas dapat diperbaiki dengan belajar, kurang cakap dapat dihilangkan dengan pengalaman, namun tidak jujur itu sulit diperbaiki”.

-Mochammad Hatta-

“Agama memang menjauhkan kita dari dosa tapi, berapa banyak dosa yang telah kita lakukan atas nama Agama?”.

-Raden Ajeng Kartini-

KATA PENGANTAR

Segala puji Syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK BERDASARKAN SURAT EDARAN DIREKTORAT JENDRAL PAJAK NOMOR 62 TAHUN 2013 ATAS MODEL BISNIS E-COMMERCE DI KOTA MALANG”.

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

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

1. Bapak Prof. Dr. Abd. Haris, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE, M.Si., Ak., CA, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Sri Andriani, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing skripsi.
5. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Umi, Ayah, Kakak, Adik dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moral dan materil.
7. Bapak dan Ibu pemilik usaha *online* di Kota Malang yang mau menjadi responden peneliti dalam menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
8. Angkatan 2014 Jurusan Akuntansi, Teman seperjuangan dalam mengejar gelar S.Akun yang tidak bisa disebutkan semuanya.
9. Sahabat/i PMII Rayon Ekonomi “Moch. Hatta” yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih telah memberikan kesempatan berproses menjadi pribadi yang lebih baik lewat pengembangan *character building*.

10. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

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, 23 November 2018

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.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR, DIAGRAM, & GRAFIK.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Arab)....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
1.5. Batasan Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Hasil-hasil Peneliti Terdahulu.....	17
2.2. Kajian Teori.....	23
2.2.1. Pajak.....	23
2.2.1.1. Pemungutan Pajak.....	25
2.2.1.2. Hak Dan Kewajiban Wajib Pajak.....	29
2.2.2. Kepatuhan Perpajakan.....	30
2.2.3. E-Commerce.....	34

2.2.3.1. E-Commerce Di Indonesia.....	38
2.2.4. Peraturan Perundang-undangan.....	39
2.2.5. Integrasi Islam.....	42
2.3. Kerangka Berfikir.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	51
3.2. Lokasi Penelitian.....	52
3.3. Subyek Penelitian.....	52
3.4. Data dan Jenis Data.....	52
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6. Analisis Data.....	53
BAB IV PEMAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN.....	55
4.1. Pemaparan Data Hasil Penelitian.....	55
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
4.2.1. Karakteristik Responden.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Realisasi Penerimaan Negara Tahun 2012-2017.....	4
Tabel 1.2	Daftar 25 Negara Pengguna Internet Dunia.....	5
Tabel 2.1	Hasil Penelitian-penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2.2	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 4.1	Hasil Penyebaran Kuisisioner.....	58
Tabel 4.2	Daftar Responden.....	59
Tabel 4.3	Karakteristik Wajib Pajak Patuh 1.....	61
Tabel 4.4	Karakteristik Wajib Pajak Patuh 2.....	62
Tabel 4.5	Karakteristik Wajib Pajak Patuh 3.....	64
Tabel 4.6	Karakteristik Wajib Pajak Patuh 4.....	65
Tabel 4.7	Karakteristik Berdasarkan Omzet per Tahun.....	66
Tabel 4.8	Karakteristik Berdasarkan Lama Operasional.....	67

DAFTAR GAMBAR, DIAGRAM, & GRAFIK

Grafik 1.1	Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia.....	6
Diagram 1.1	Pemanfaatan Internet Bidang Ekonomi.....	7
Gambar 1.1	Kerangka Berfikir.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Bukti Konsultasi
- Lampiran 2 Hasil Wawancara Pemilik Usaha Bisnis *E-Commerce*
- Lampiran 3 Kuisioner
- Lampiran 4 Surat Edaran Direktorat Jendral Pajak Nomor 62 Tahun 2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*
- Lampiran 5 Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192 Tahun 2007 Tentang Tata Cara Penetapan Wajib Pajak Dengan Kriteria Tertentu Dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak



ABSTRAK

Mastrio Novaldi. 2018, SKRIPSI. Judul: “Analisis Tingkat Kepatuhan Pajak Berdasarkan Surat Edaran Direktorat Jendral Pajak Nomor 62 Tahun 2013 Atas Model Bisnis *E-Commerce* di Kota Malang”

Pembimbing : Sri Andriani, SE., M.Si

Kata Kunci : Kepatuhan Wajib Pajak, Surat Edaran Direktorat Jendral Pajak Nomor 62 Tahun 2013, Bisnis *E-Commerce*

Perkembangan teknologi dunia khususnya daring atau lebih dikenal dengan internet telah memunculkan inovasi untuk melakukan hal apapun menggunakan daring atau lewat internet, dan salah satu kegiatan itu adalah jual beli atau berbisnis dan kegiatan ekonomi lainnya. Pengguna dalam hal ini adalah masyarakat dunia khususnya Indonesia menyambut hal ini dengan sangat antusias sekali, sehingga berbagai potensi pasar dan peluang bisnis baru bermunculan. *E-Commerce* adalah kegiatan ekonomi yang sedang digandrungi banyak orang di Indonesia. Perkembangannya sangat pesat sekali sehingga hampir tidak terkendali dengan bermunculannya berbagai usaha *E-Commerce* baru tiap tahunnya, dan efeknya adalah pemasukan pajak yang seharusnya seiring dengan pertumbuhan jenis bisnis baru ini. Sehingga hal ini menjadi perhatian bagi pemerintah untuk mulai mengatur aspek perpajakan transaksi *E-Commerce*, upaya untuk meningkatkan penerimaan Negara mempunyai banyak kendala yaitu tingkat pemahaman peraturan pajak dan kesadaran wajib pajak yang dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan *Grounded Theory*, data diperoleh melalui proses survey, wawancara, dan kuisisioner. Responden dalam penelitian ini adalah *E-Commerce* yang berada di Kota Malang yang memiliki NPWP, mempunyai Laporan Keuangan dan telah beroperasi lebih dari 1 (satu) Tahun dengan Metode Analisis Deskriptif..

Hasil penelitian menunjukkan hampir semua responden tidak termasuk kategori patuh menurut PMK 192 Tahun 2007 pasal 1, pemahaman peraturan perpajakan sangat berpengaruh atas kesadaran wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakannya dan akan berpengaruh pada kepatuhan membayar pajak.

ABSTRACT

Mastrio Novaldi. 2018, THESIS. Title: "Analysis Of Level Compliance Tax Based On Surat Edaran Direktorat Jendral Pajak Number 62 2013 Over The E-Commerce In Kota Malang"

Advisor : Sri Andriani, SE., M.Si

Keywords : Compliace Taxpayer, Surat Edaran Direktorat Jendral Pajak Number 62 2013, E-Commerce

Technology development of the world especially online or mostly known as the internet has created set as innovation to do thing of any kind using online or via the internet , and one of the activities it is buying and selling or of doing business and other economic activities .Users in this matter is the world community particularly Indonesia welcome all this up very enthusiastic , so that various their market and seen the emergence of new business opportunities .E-commerce is economic activities which developed a lot of people in Indonesia. Its development is very fast once so almost not uncontrolled by bermunculannya of various businesses e-commerce new every year , and the effect is the tax revenue seharunsya then as the this new kind of business .Which can be a being attentive to the government to begin to set the aspect of taxation e-commerce transactions , an effort to country has increased the school revenues many obstacles namely the levels of tax rule understanding and terms of the obligatory nature of its effect on taxes which do taxpayer compliance.

This research is using the study qualitative with the approach grounded theory. Data is collected through the process such as survey , interview , and with questionnaire. Respondents in this research are e-commerceses who are located in Kota Malang who having taxpayer number (NPWP) , have financial reports and have operated more than 1 (one) year. The method of analysis is descriptive analytic.

The research result shows almost all respondents did not is in the category of used to call on us according to PMK 192 2007 article 1 , the understanding of the related and medium micro businesses would rules designed to weed out have been quite influential with the knowledge of the individual tax payers should be fulfilled their tax obligations and it is going to this had an impact on the public compliance with regulations pay such a tax.

مستخلص البحث

ماستيريو نوفالدى. ٢٠١٨، البحث الجامعي. العنوان: "تحليل مستوى الامتثال الضريبي على أساس المديرية العامة للتعميم الضريبي رقم ٦٢ لعام ٢٠١٣ بشأن نموذج أعمال التجارة الإلكترونية في مدينة مالانج"

المشرفة : سرى أندرياني، SE., M.Si

الكلمات الرئيسية : الامتثال الضريبي، المديرية العامة للتعميم الضريبي رقم ٦٢ لعام ٢٠١٣، التجارة الإلكترونية

وقد أدى تطور التكنولوجيا العالمية على الإنترنت بشكل خاص أو المعرفة بشكل أفضل باسم الإنترنت إلى ابتكارات للقيام بأي شيء باستخدام الإنترنت أو عبر الإنترنت ، وأحد هذه الأنشطة هو الشراء والبيع أو القيام بأعمال تجارية وأنشطة اقتصادية أخرى. المستخدمون في هذه الحالة هم المجتمع العالمي ، وخاصة إندونيسيا ، رحبوا بهذا بحماس شديد ، بحيث ظهرت العديد من الأسواق المحتملة وفرص العمل الجديدة. التجارة الإلكترونية هي نشاط اقتصادي يجبه كثير من الناس في إندونيسيا. إن التطور سريع للغاية لدرجة أنه لا يمكن التحكم فيه تقريبا مع ظهور مختلف أعمال التجارة الإلكترونية الجديدة كل عام ، والأثر هو أن تكون عائدات الضرائب متماشية مع نمو هذا النوع الجديد من الأعمال. حتى يصبح هذا مصدر قلق للحكومة للبدء في تنظيم الجوانب الضريبية لمعاملات التجارة الإلكترونية ، فإن الجهود الرامية إلى زيادة عائدات الدولة لديها العديد من العقبات ، وهي مستوى فهم الأنظمة الضريبية والوعي لدافعي الضرائب الذين يمكنهم التأثير على امتثال دافعي الضرائب.

تستخدم هذه الدراسة نوعًا من البحث النوعي مع منهج نظرية التأسيس ، والبيانات التي تم الحصول عليها من خلال عملية المسح ، والمقابلة ، والاستبيان. المستجيبون في هذه الدراسة هم التجارة الإلكترونية التي تقع في مدينة مالانج والتي لديها الرقم الرئيسي للمكلف (NPWP) ، لديها تقرير مالي وتم تشغيل أكثر من سنة (واحدة) مع أسلوب التحليل الوصفي.

وأظهرت النتائج أن جميع المستجيبين تقريبا لم يتم تضمينهم في الفئة المطبوعة وفقا للمادة ١ من المادة ١٩٢ من PMK لعام ٢٠٠٧ ، وفهم أن اللوائح الضريبية كانت مؤثرة جدا على وحي دافعي الضرائب بالوفاء بالتزاماتهم الضريبية والتأثير على الالتزام بدفع الضرائب.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam rangka membayar sebagian harta kekayaan rakyat untuk Negara, pertanyaan yang timbul selain mengenai siapa yang harus membayar, atas dasar apa rakyat harus membayar, berapa besar harta kekayaan yang harus dibayar, kapan rakyat harus membayar adalah pertanyaan yang menyangkut aspek administrasinya, yaitu bagaimana tata cara pelaksanaan pembayaran dan pengawasannya. Pertanyaan mengenai tata cara pembayarannya menyangkut siapa yang akan melaksanakan pembayaran, ke mana harus membayar, bagaimana cara pembayarannya, siapa yang harus mengawasi pembayaran tersebut, bagaimana kalau dalam pelaksanaannya rakyat tidak membayar atau terlambat membayar atau terjadi perselisihan antara rakyat dan Negara menyangkut pembayaran tersebut dan sebagainya.

Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut juga harus ditentukan dan dimuat dalam UU perpajakan. Ketentuan-ketentuan UU pajak yang memuat jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut disebut ketentuan mengenai tata cara pelaksanaan pemajakan atau ketentuan formal dalam bahasa hukum disebut hukum pajak formal, dan dibidang hukum pidana atau perdata dikenal sebagai hukum acara.

Apabila kita melihat dalam UU PPh dan UU PPN/PPnBM yang telah kita pelajari, terlihat bahwa ketentuan formal atau hukum pajak formal yang mengatur tentang bagaimana tata cara pembayaran pajak dalam kedua UU tersebut hanya sedikit saja yang dimuat. Berbeda halnya dengan UU PBB, UU BPHTB atau UU Bea Materai yang akan kita pelajari setelah ini, ketentuan formalnya dimuat cukup

terperinci. Demikian juga dengan UU pajak Daerah dan Retribusi Daerah banyak memuat ketentuan formal, Mardiasmo (2009).

Mardiasmo (2009) Mekanisme pemajakan yang dianut di Indonesia saat ini untuk berbagai jenis pajak didasarkan pada *self assessment system* (sistem penetapan sendiri). Istilah *self assessment system* adalah istilah hukum, sedangkan istilah administrasinya adalah *self taxing system*. *Self assessment/self taxing system* adalah suatu sistem yang menentukan bahwa rakyat yang telah memenuhi syarat sebagai WP (penanggung beban pajak) secara otomatis harus menghitung dan menetapkan sendiri berapa besarnya hutang pajaknya, menyetorkannya ke kas negara, dan mempertanggung jawabkan perhitungan, penetapan, dan pembayaran pajak tersebut kepada otoritas perpajakan yang disebut dengan istilah Fiskus (Pasal 12 UU KUP). Tetapi, mengingat *self assessment/taxing system* (sistem pemajakan sendiri) ini secara administrasi kurang efektif dan efisien, maka untuk menunjang *self assessment/taxing system* digunakan juga sistem yang dinamakan *withholding system* (sistem pemotongan) dan/atau *collecting system* (sistem pemungutan).

Sistem pemajakan sendiri diterapkan pada pemajakan PPh tahunan WP Badan/BUT/orang pribadi/warisan yang belum terbagi, PPh pasal 24, PPh Pasal 25, PPh Final tertentu, PPN/PPnBM atas penyerahan barang/jasa kena pajak tertentu, Bea Materai, BPHTB, PBB (tetapi hanya jiwanya saja, karena dalam prakteknya kebanyakan dilakukan oleh fiskus). Sistem pemotongan (*withholding system*) diterapkan pada pemajakan PPh pasal 21, PPh pasal 26, pemajakan uang muka PPh pasal 23, dan PPh final tertentu. Sistem pemungutan (*collecting system*) diterapkan pada pemajakan uang muka PPh pasal 22 dan PPN serta PPnBM, PBB, Bea Masuk,

Cukai, beberapa jenis Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Pada zaman dulu mekanisme pemajakan dilakukan dengan sistem pemungutan oleh fiskus.

Pengenaan pajak di Indonesia dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu, pajak Negara dan pajak Daerah, yang sampai saat ini berlaku untuk pajak Negara adalah pajak penghasilan (PPh), pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah (PPN/PPnBM), Bea Materai, pajak bumi dan bangunan (PBB), dan bea perolehan atas tanah dan bangunan (BPHTB).

Berdasarkan data kementerian Keuangan Republik Indonesia (2012) “Penerimaan terbesar di Indonesia berasal dari pajak”. Penerimaan atas pajak melebihi penerimaan atas hasil bumi di Indonesia, penerimaan pajak di Indonesia dibagi menjadi beberapa bagian yaitu PPh Migas, PPh non Migas, PPN dan PPnBM, PBB, BPHTB, cukai dan pajak lainnya. Menurut Direktorat Jendral Pajak (2012) “setiap tahunnya penerimaan Negara atas pajak-pajak yang telah disebutkan di atas selalu meningkat. Seperti yang dapat dilihat pada tabel survey Badan Pusat Statistik Nasional Realisasi Penerimaan Negara Tahun 2012-2017 di bawah ini:

Tabel 1.1
Realisasi Penerimaan Negara Tahun 2012-2017

Sumber Penerimaan	2012 ¹⁾	2013 ¹⁾	2014 ¹⁾	2015 ¹⁾	2016 ²⁾	2017 ³⁾
I. Penerimaan Dalam Negeri	1.332.322,90	1.432.058,60	1.545.456,30	1.496.047,33	1.784.249,90	1.736.256,70
Penerimaan Perpajakan	980.518,10	1.077.306,70	1.146.865,80	1.240.418,86	1.539.166,20	1.495.893,80
Pajak Dalam Negeri	930.861,80	1.029.850,00	1.103.217,60	1.205.478,89	1.503.294,70	1.461.818,70
Pajak Penghasilan	465.069,60	506.442,80	546.180,90	602.308,13	855.842,70	784.726,90
Pajak Pertambahan Nilai	337.584,60	384.713,50	409.181,60	423.710,82	474.235,30	493.888,70
Pajak Bumi dan Bangunan	28.968,90	25.304,60	23.476,20	29.250,05	17.710,60	17.295,60
Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan	0	0	0	0	0	0
Cukai	95.027,90	108.452,00	118.085,50	144.641,30	148.091,20	157.158,00
Pajak Lainnya	4.210,90	4.937,10	6.293,40	5.568,30	7.414,90	8.749,60
Pajak Perdagangan Internasional	49.656,30	47.456,60	43.648,10	34.939,97	35.871,50	34.075,10
Bea Masuk	28.418,40	31.621,30	32.319,10	31.212,82	33.371,50	33.735,00
Pajak Ekspor	21.237,90	15.835,40	11.329,00	3.727,15	2.500,00	340,10
Penerimaan Bukan Pajak	351.804,70	354.751,90	398.590,50	255.628,48	245.083,60	240.362,90
Penerimaan Sumber Daya Alam	225.844,00	226.406,20	240.848,30	100.971,87	90.524,30	80.273,90
Bagian laba BUMN	30.798,00	34.025,60	40.314,40	37.643,72	34.164,00	38.000,00
Penerimaan Bukan Pajak Lainnya	73.458,50	69.671,90	87.746,80	81.697,43	84.124,00	84.430,70
Pendapatan Badan Layanan Umum	21.704,30	24.648,20	29.681,00	35.315,46	36.271,20	37.658,30
II. Hibah	5.786,70	6.832,50	5.034,50	11.973,04	1.975,20	1.372,70
Jumlah	1.338.109,60	1.438.891,10	1.550.490,80	1.508.020,37	1.786.225,00	1.737.629,40

Sumber: Badan Pusat Statistik Nasional

Hal ini mengindikasikan bahwa pajak penghasilan masih menjadi pemasukan Negara yang paling penting dan berkontribusi sangat besar terhadap pembangunan dan perkembangan Negara, dan survey ini membuktikan peran pajak tidak dapat dipisahkan dari pertumbuhan dan percepatan ekonomi dari suatu Negara. Dan diikuti oleh pajak pertambahan nilai (PPN) yang setiap tahun terus meningkat yang berbanding lurus dengan kebutuhan Negara dari tahun ke tahun.

Kita telah merasakan sendiri dan melihat perkembangan dunia fisik (dunia yang saat ini kita jalani) maupun non fisik (saat ini lebih dikenal sebagai dunia maya/internet) semakin pesat. Saat ini kita sudah memasuki abad ke-21 yang mana

saat ini lebih dikenal banyak generasi milenial yaitu menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia generasi yang lahir antara tahun 1980 sampai 2000. Tidak bisa dipungkiri bahwa perubahan dunia ditunjang oleh perkembangan dunia internet yang saat ini sedang digandrungi oleh seluruh masyarakat dipenjuru dunia, tanpa melihat usia. Hasil ini terbukti dengan *survey* dari sebuah lembaga riset *e-marketer*.

Tabel 1.2
Daftar 25 Negara Pengguna Internet Dunia

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
<i>millions</i>						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

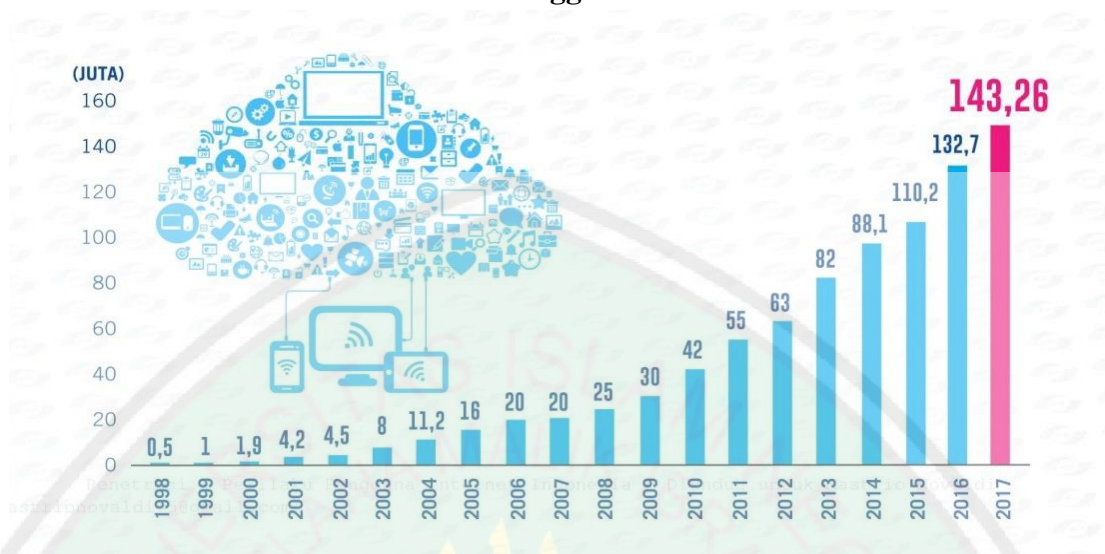
Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed
Source: eMarketer, Nov 2014

181948 www.eMarketer.com

Sumber : WWW.eMarketer.COM

Menurut data hasil riset yang dilakukan oleh *e-marketer* diatas mengimplikasikan bahwa Negara berkembang seperti Indonesia sangat berpotensi perkembangan internet akan semakin pesat setiap tahunnya. Dalam hal ini penggunaan internet tidak hanya semata-mata untuk media sosial saja, tapi ada banyak sekali yang memanfaatkan perkembangan dunia melalui internet menjadi penunjang perekonomian. Monica Peart (2017) menyatakan “ponsel dan koneksi *broadband mobile* terjangkau mendorong pertumbuhan akses internet di negara-negara yang tidak bisa mengandalkan *fixed line*, entah karena masalah infrastruktur atau biaya”.

Diagram 1.1
Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia



Sumber : (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017)

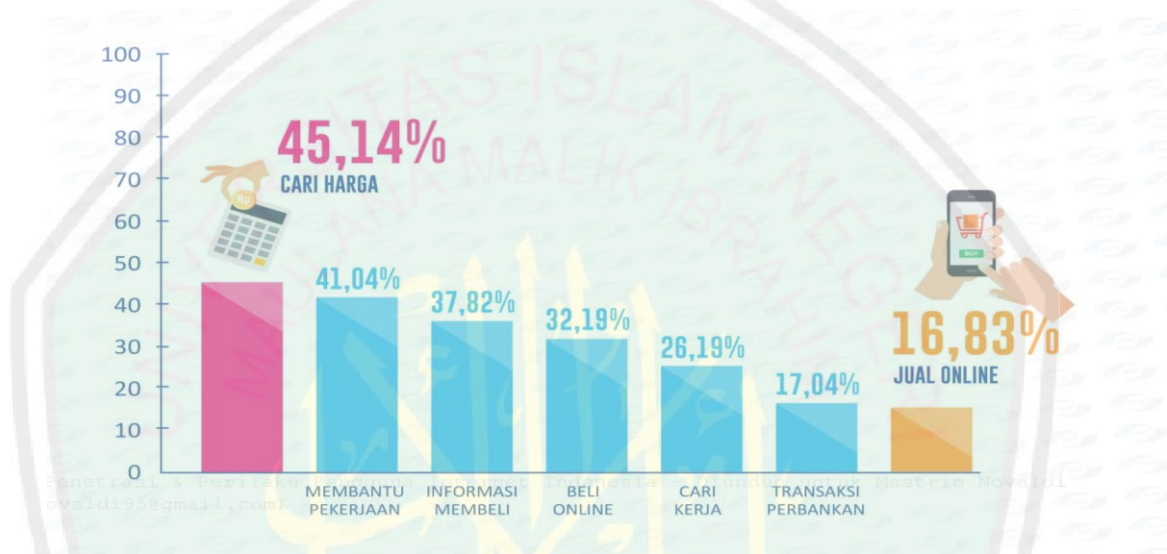
Apabila kita membicarakan perekonomian, pastilah akan menemukan bisnis didalamnya dan ada transaksi yang terjadi. Begitulah yang terjadi saat ini, perpindahan bisnis yang mulanya pertemuan penjual dan pembeli atau sebaliknya sekarang telah berganti menjadi lewat alat elektronik yang menunjang bisnis tersebut. Perdagangan elektronik atau *electronic commerce* yang lebih dikenal dengan nama *E-Commerce*, Barakatullah dan Prasetyo (2006:10) menyatakan

E-Commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *services providers* dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.

“Electronic Commerce or E-Commerce as it is also known, is a commercial transaction between a vendor and a purchaser or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of “rights”. This

commercial transaction is executed or entered into electronic medium (or digital medium) where the physical presence or parties is not required, and medium exist in a public network system as opposed to private network (closed system). The public network system must considered on open system (e.g the internet or world wide web). The transaction included regardless of the national boundaries or local requirement (Julian Ding, 1999:25)”.

Diagram 1.1
Pemanfaatan Internet Bidang Ekonomi



Sumber : (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017)

Menurut hasil survey yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) membuktikan bahwa angka statistik pengguna internet bidang jual beli terhitung di angka 32,18% dan penjual online di angka 16,83%. Data ini mengindikasikan bahwa perdagangan elektronik atau jual beli lewat elektronik masih sangat tinggi dan diminati banyak masyarakat di Indonesia. MADCOMS (2011) menyatakan dalam penerapan *E-Commerce* di Indonesia, masih ada beberapa kendala yaitu masih banyak masyarakat Indonesia yang pemahamannya masih kurang dalam teknologi dan informasi, ancaman virus dan program-program pengganggu lainnya, ketegasan peraturan perundang-undangan, krisis ekonomi dan lemahnya daya beli masyarakat.

Amerika Serikat pada tahun 1996 membentuk sebuah komisi untuk menyusun sebuah usulan kerangka kerja pencatatan dan komunikasi secara elektronik oleh Komisaris Hukum Negara pada Konferensi Nasional yang seragam (*uniform state law*). Undang-undang itu selesai pada tahun 1999 yang bernama “Undang-undang Transaksi Elektronik” mengikuti bentuk hukum UNCITRAL (*United Commission on International Trade Law*) untuk membuat penyamaan fungsi antara penyimpanan data, tanda tangan, dan kontrak secara elektronik serta rekan sesamanya di dunia nyata. Usulan tersebut mendasari pada hukum yang meliputi notarisasi, transaksi pemerintah dan kumpulan data yang dapat dikirimkan (surat berharga versi elektronik).

Endeshaw (2007) “pada juni 1996 UNCITRAL (*United Commission on International Trade Law*) atau Komisis Hukum Dagang Internasional Perserikatan Bangsa-bangsa, mengusulkan hukum model untuk perdagangan elektronik yang dapat mendorong dibuatnya sutau perjanjian. Sama halnya dengan uni eropa yang mengajukan petunjuk penjualan jarak jauh untuk melindungi konsumen yang diterapkan sejak 4 juni 2000”.Petunjuk tersebut menetapkan persyaratan minimum tertentu untuk bisnis seperti misalnya penyediaan informasi khusus dan suatu periode 7 hari untuk memikirkan kembali kepentingan konsumen. Hal ini diikuti dengan usulan pada 18 november 1998 tentang “Petunjuk Dewan mengenai beberapa aspek hukum *e-commerce* dalam paar internal” dan suatu usulan petunjuk “Petunjuk kerangka kerja umum untuk tanda tangan elektronik” yang disetujui pada 22 april 1999.

Perjanjian *e-commerce* di Indonesia belum diatur secara tegas. Meskipun telah ada perjanjian yang berlaku di situs-situs *online* yang bergerak dibidang perdagangan *online* yang dibuat oleh pengusaha Indonesia tetap saja perjanjian tersebut masih mengikuti perjanjian yang berlaku umum, hukum yang berlaku umum adalah hukum perdata Indonesia dengan system terbuka, dalam hal kebebasan membuat suatu perjanjian selama tidak bertentangan dengan noerma-norma kesusilaan dan ketertiban umum serta tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku di Indonesia. Tetapi dalam praktiknya pelanggaran kerap terjadi dalam transaksi bisnis dengan metode *e-commerce* maka pihak yang paling dirugikan adalah konsumen.

Pengenaan pajak penghasilan terhadap pengusaha dalam transaksi perdagangan *online* (*E-Commerce*), Makalalang (2016) menyimpulkan bahwa pedagang *online* (*E-Commerce*) dapat dikenakan pajak penghasilan dengan kriteria subjektif dan objektif pedagang *online* (*E-Commerce*) sebagai wajib pajak penghasilan yang tentunya memenuhi syarat penghasilan melebihi Pengusaha Tidak Kena Pajak (PTKP).

Transaksi *E-Commerce* sebagai potensi penerimaan pajak di Indonesia, Utomo (2016) menyimpulkan bahwa Direktorat Jendral Pajak harus mulai melihat potensi pemasukan Negara dari adanya penyelenggaraan transaksi *E-Commerce* sebagai pendapatan yang besar bagi Indonesia, karena ditinjau dari pengguna internet yang semakin tahun semakin meningkat akan sangat disayangkan apabila pemerintah membiarkan fenomena ini berlanjut yang mana Indonesia juga termasuk Negara yang sedang berkembang.

Pengaruh pemahaman wajib pajak, kesadaran wajib pajak, dan saksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan bisnis *online* di Pekanbaru, Arisandy (2017) menyatakan secara parsial variabel pemahaman wajib pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan bisnis *online* di Pekanbaru, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau rendahnya pemahaman wajib pajak tidak akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak.

Relevansi keadilan dan kepatuhan pajak perspektif Ibnu Khaldun dalam rangka pencapaian target pajak, Susanti (2018) menyatakan bahwa dengan konsep-konsep yang telah dijelaskan Ibnu Khaldun dalam kitab *Muqaddimah* nya yaitu keadilan perpajakan dan kepatuhan perpajakan, program *tax amnesty* yang telah diterapkan pemerintah sangat membantu peningkatan target pajak sebesar 39%.

Pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *E-Commerce*, Hasanah (2016) menyimpulkan pemahaman peraturan pajak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak artinya semakin tinggi pemahaman wajib pajak terhadap peraturan pajak maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan, tarif pajak tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak artinya tarif pajak dan kepatuhan pajak berbanding lurus, lingkungan tidak berpengaruh parsial terhadap kepatuhan wajib pajak artinya lingkungan dan kepatuhan wajib pajak berbanding lurus, kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak artinya kesadaran pajak dan kepatuhan pajak berbanding lurus.

Analisis kepatuhan wajib pajak sebelum dan sesudah diterapkan peraturan pemerintah nomor 46 tahun 2013 di UMKM Onyx Tulungagung, Octaviani (2015) menyatakan dampak diberlakukannya peraturan pemerintah nomor 46 tahun 2013 memberikan kesulitan wajib pajak dalam hal perhitungan, penyetoran, dan pelaporan yang selain itu membuat pajak penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu telah menghasilkan pajak penghasilan terutang yang paling tinggi jika dibandingkan dengan menggunakan pembukuan dan norma perhitungan penghasilan netto.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak badan studi kasus pada UMKM di Kota Malang, Hidayati (2014) menyimpulkan ada beberapa faktor yaitu, sistem administrasi perpajakan mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak badan terutama dari aspek sistem kerja kantor pelayanan pajak dan penggunaan *e-system* yang memudahkan wajib pajak, pemahaman akuntansi pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak badan dalam kriteria UMKM di Kota Malang, faktor *Taxpayer's Rights* mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepatuhan wajib pajak badan, faktor keadilan pajak merupakan faktor yang signifikan, dan faktor kepercayaan wajib pajak muslim merupakan faktor kedua yang terbentuk dari kelima faktor yang ada.

Berdasarkan Surat Edaran Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jendral Pajak nomor SE-62/PJ/2013 tentang penegasan ketentuan perpajakan atas transaksi *e-commerce* ada beberapa klasifikasi yang termasuk penyelenggara perdagangan elektronik, yaitu :

- 1) *Online Marketplace* adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa toko internet di *Mall* internet sebagai tempat *Online Marketplace Merchant* menjual barang dan/atau jasa.
- 2) *Classified Ads* adalah kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa bagi pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada pengguna iklan melalui situs yang disediakan oleh penyelenggara *Classified Ads*.
- 3) *Daily Deals* adalah merupakan kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* sebagai tempat *Daily Deals Merchant* menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan *Voucher* sebagai sarana pembayaran.
- 4) *Online Retail* adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh penyelenggara *Online Retail* kepada pembeli di situs *Online Retail*.

Indonesia sudah memperkirakan percepatan zaman akan berlangsung, maka dari itu perlu adanya penertiban di wilayah telekomunikasi yang mana dunia maya berinteraksi sabagai mana dijelaskan dalam Undang-undang nomor 36 tahun 1999 tentang “Telekomunikasi” pasal 1, yaitu:

“Telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman, dan atau penerimaan setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio, atau sistem elktromagnetik lainnya. Alat telekomunikasi adalah setiap alat perlengkapan yang digunakan

dalam bertelekomunikasi, perangkat telekomunikasi adalah sekelompok alat telekomunikasi yang memungkinkan bertelekomunikasi”.

Pemerintah sangat serius untuk terus berevolusi untuk menghindari tindak penyelewengan dan tindak kecurangan dari transaksi elektronik tersebut, hal ini tercermin dalam Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang “Informasi dan Transaksi Elektronik” pasal 1 dan 17 yang berbunyi:

“Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya (pasal 1). Penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik atau privat, para pihak yang melakukan transaksi elektronik sebagaimana dimaksud wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung (pasal 17)”.

Belajar dari pengalaman empirik negara-negara maju yang tingkat kemajuan ekonomi lebih tinggi dari negara kita, tidak dapat disangkal lagi kesadaran dan kepatuhan wajib pajak ini menjadi faktor terpenting dalam sistem perpajakan *modern* sebagai salah satu motor penggerak ekonomi negara yang berhasil meningkatkan penerimaan pajaknya, bahkan keberhasilan sistem *self assessment* sebagai kunci utama pengumpulan pajak adalah terletak pada kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*) dari wajib pajak. Melalui kepatuhan ini, administrasi pajak dapat memberdayakan sumber dayanya secara lebih efisien dan efektif.

Menurut Norman D. Nowak (2003) peningkatan penerimaan pajak akibat verifikasi aparat perpajakan, aktivitas para ahli hukum, para akuntan serta teknisi

lainnya dan keputusan peradilan pajak, biasanya hanya merupakan 3-5% dari seluruh penerimaan pajak sedang sisanya sebesar 95% adalah hasil dari pengembangan iklim perpajakan.

Pada zaman Rasulullah jual beli dengan pengiriman barang dalam waktu tertentu sebenarnya sudah ada tapi dengan konsep yang sangat sederhana, tetapi waktu itu Rasulullah pun tidak membiarkan transaksi itu berjalan sebagai mana sistem pasar berlaku. Tetap ada aturan-aturan yang disepakati oleh penjual dan pembeli pada saat itu, dan transaksi ini lebih dikenal pada zaman Rasulullah adalah akad salam.

Sistem yang digunakan hanya menunda waktu pengiriman saja karena pada zaman Nabi jarak kota yang terlampau jauh menyebabkan pengiriman barang yang memerlukan waktu yang tidak singkat, pembeli dan penjual tetap bertemu untuk menyepakati harga saja tetapi barang akan dikirimkan setelah terjadi akad/perjanjian waktu yang diperlukan dalam pengiriman barang tersebut.

Dari latar belakang ini peneliti ingin melakukan pembuktian lapangan dalam pelaksanaan transaksi elektronik atau perdagangan elektronik (*E-Commerce*) dengan peraturan perpajakan yang berlaku apakah sudah terlaksana dengan baik dan juga apakah para penyelenggara perdagangan elektronik sudah bisa dikatakan sebagai wajib pajak yang patuh membayar pajak dengan spesifikasi yang telah peneliti paparkan dari awal pembahasan latar belakang. Peneliti juga ingin membandingkan perkuliahan yang sudah didapatkan terkait pemajakan dengan subjek pajak model bisnis *online*, karena sisi lain potensi bisnis ini juga bisa menjadi pemasukan Negara yang paling potensial. Selama peneliti mempelajari diperkuliahan hanya subjek pajak

orang pribadi atau badan saja, tetapi belum ditemukan jenis atau spesifikai dalam bentuk-bentuk bisnis yang saat ini sedang berkembang pesat.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana analisis tingkat kepatuhan pajak berdasarkan surat edaran Direktorat Jendral Pajak nomor 62 tahun 2013 atas model bisnis E-Commerce di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis tingkat kepatuhan pajak dan pengenaan tarif pajak kepada model bisnis ini sesuai materi perpajakan yang telah didapatkan oleh peneliti saat perkuliahan berdasarkan Surat Edaran Direktorat Jendral pajak nomor 62 tahun 2013 atas model bisnis *E-Commerce* di Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi mahasiswa khususnya terkait subjek pajak dan jenis pajak yang dikenakan dengan model bisnis *online* dan masyarakat secara umum tentang penerapan peraturan yang telah diturunkan oleh Direktorat Jendral Pajak kepada penyelenggara *E-commerce* di Kota Malang.

2. Manfaat praktis

Peneliti dapat memahami bagaimana penerapan peraturan perpajakan penyelenggara *E-Commerce* di Kota Malang terhadap kepatuhan perpajakan dan memberikan wawasan kepada masyarakat pada umumnya.

3. Manfaat Instansi

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada instansi terkait contohnya Direktorat Jendral terkait data Wajib Pajak yang melakukan bisnis *Online* di kota Malang dan bisa berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan Negara dalam hal ini APBN di sektor pajak.

1.5 Batasan Penelitian

1. Jangkauan area objek penyelenggara *E-Commerce* hanya berada di Kota Malang saja.
2. Objek yang dijadikan responden hanya terbatas pengusaha *E-Commerce* yang memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
3. Objek yang dijadikan penelitian hanya beroperasi lebih dari 1 (satu) tahun dan memiliki Laporan Keuangan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak lepas dari penelitian terdahulu untuk mengetahui pencapaian peneliti terdahulu yang telah dilakukan, lalu akan di konversikan kedalam penelitian yang baru dengan beberapa perbedaan yang ada. Pastinya penelitian mengenai pajak *E-Commerce* dan Kepatuhan pajak sudah banyak sekali dengan kombinasi-kombinasi penelitian yang beragam juga.

Tabel 2.1
Hasil Penelitian-penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Devin Nurul Hidayati (2014)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Badan (Studi Kasus pada UMKM di Kota Malang)	Kuantitatif	ada beberapa faktor yaitu, sistem administrasi perpajakan mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak badan terutama dari aspek sistem kerja kantor pelayanan pajak dan penggunaan <i>e-system</i> yang memudahkan wajib pajak, pemahaman akuntansi pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak badan dalam kriteria UMKM di Kota Malang, faktor <i>Taxpayer's Rights</i> mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepatuhan wajib pajak badan,

Tabel 2.1
(Lanjutan)
Hasil Penelitian-penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				faktor keadilan pajak merupakan faktor yang signifikan, dan faktor kepercayaan wajib pajak muslim merupakan faktor kedua yang terbentuk dari kelima faktor yang ada..
2.	Oky Ocktaviani (2015)	Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Sebelum Dan Sesudah Diterapkan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 di UMKM Onyx Tulungagung	Kualitatif	dampak diberlakukannya peraturan pemerintah nomor 46 tahun 2013 memberikan kesulitan wajib pajak dalam hal perhitungan, penyeteroran, dan pelaporan yang selain itu membuat pajak penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu telah menghasilkan pajak penghasilan terutang yang paling tinggi jika dibandingkan dengan menggunakan pembukuan dan norma perhitungan penghasilan netto.
3.	Rifa Arbangatin Hasanah (2016)	pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna <i>E-Commerce</i> (Studi Kasus pada Pengusaha	Kuantitatif	pemahaman peraturan pajak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak artinya semakin tinggi pemahaman wajib pajak terhadap peraturan pajak maka semakin

Tabel 2.1
(Lanjutan)
Hasil Penelitian-penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>Online Shopping)</i>		tinggi pula kepatuhan wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan, tarif pajak tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak artinya tarif pajak dan kepatuhan pajak berbanding lurus, lingkungan tidak berpengaruh parsial terhadap kepatuhan wajib pajak artinya lingkungan dan kepatuhan wajib pajak berbanding lurus, kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak artinya kesadaran pajak dan kepatuhan pajak berbanding lurus.
4.	Eviera Maharani Utomo (2016)	Transaksi <i>E-Commerce</i> Sebagai Potensi Penerimaan Pajak Di Indonesia	Kualitatif	Direktorat Jendral Pajak harus mulai melihat potensi pemasukan Negara dari adanya penyelenggaraan transaksi <i>E-Commerce</i> sebagai pendapatan yang besar bagi Indonesia, karena ditinjau dari pengguna internet yang semakin tahun semakin meningkat akan sangat disayangkan apabila pemerintah membiarkan

Tabel 2.1
(Lanjutan)
Hasil Penelitian-penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				fenomena ini berlanjut yang mana Indonesia juga termasuk Negara yang sedang berkembang.
5.	Leonard Makalalang (2016)	Penaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha Dalam Transaksi Perdagangan Online (E-Commerce)	Kualitatif	<i>Pedagang Online (E-Commerce) Dapat Dikenakan Pajak Penghasilan Dengan Kriteria Subjektif Dan Objektif Pedagang Online (E-Commerce) Sebagai Wajib Pajak Penghasilan Yang Tentunya Memenuhi Syarat Penghasilan Melebihi Pengusaha Tidak Kena Pajak (PTKP).</i>
6.	Nelsi Arisandy (2017)	Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Saksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Bisnis Online Di Pekanbaru	Kuantitatif	secara parsial variabel pemahaman wajib pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan bisnis online di Pekanbaru, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau rendahnya pemahaman wajib pajak tidak akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak.
7.	Noviatul Riska Susanti (2018)	Relevansi Keadilan Dan Kepatuhan Pajak Perspektif Ibnu Khaldun Dalam Rangka Pencapaian	Kualitatif	dengan konsep-konsep yang telah dijelaskan Ibnu Khaldun dalam kitab muqaddimah nya yaitu keadilan

Tabel 2.1
(Lanjutan)
Hasil Penelitian-penelitian Terdahulu

		Target Pajak		perpajakan dan kepatuhan perpajakan, program ta amnesty yang telah diterapkan pemerintah sangat membantu peningkatan target pajak sebesar 39%
--	--	--------------	--	---

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, maka adapun perbedaan dan persamaan penelitian akan dideskripsikan pada table 2.2 sebagai berikut:

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Devin Nurul Hidayati (2014) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Badan (Studi Kasus pada UMKM di Kota Malang)	Variabel kepatuhannya yang sama	Objek penelitiannya yang berbeda
2.	Oky Ocktaviani (2015) Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Sebelum Dan Sesudah Diterapkan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 di UMKM Onyx Tulungagung	Variabel kepatuhannya yang sama	Objek penelitiannya yang berbeda dan hasil yang diinginkan adalah dampak dari PP No 46 Tahun 2013
3.	Rifa Arbangatin Hasanah (2016) pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib	Objek penelitian yang sama	Beberapa fokus variabel yang berbeda, seperti pemahaman pajak, peraturan pajak, lingkungan dan tarif pajak

Tabel 2.2
(Lanjutan)
Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce (Studi Kasus pada Pengusaha Online Shopping)		
4.	Leonard Makalalang (2016) Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha Dalam Transaksi Perdagangan Online (E-Commerce)	Objek penelitian yang sama	Variabelnya yang berbeda yaitu pajak penghasilan (PPh)
5.	Eviara Maharani Utomo (2016) Transaksi <i>E-Commerce</i> Sebagai Potensi Penerimaan Pajak Di Indonesia	Objek penelitian yang sama Variabel kepatuhannya saja yang sama dengan metode pendekatan teori Ibnu Khaldun	Fokus penelitian terletak pada penerimaan pajak pada objek penelitian yang sama
6.	Nelsi Arisandy (2017) Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Saksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Bisnis <i>Online</i> Di Pekanbaru.	Variabel kepatuhannya yang sama	Cakupan daripada objek yang berbeda.
7.	Noviatul Riska Susanti (2018) Relevansi Keadilan Dan Kepatuhan Pajak Perspektif Ibnu Khaldun Dalam Rangka Pencapaian	Variabel kepatuhannya yang sama	Objek penelitiannya yang berbeda

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Pajak

Pengertian pajak menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH “pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum”. Menurut Anastasia dan Lilis (2009:1) “pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Pohan (2017) Pemungutan pajak di Indonesia mengacu pada sistem *self assessment*, sistem *self assesment* adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang, kepercayaan, tanggungjawab kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar. Wajib pajak orang pribadi atau badan, meliputi pembayaran pajak, pemotongan pajak, dan pemungutan pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Konsekuensi *self assessment*, setiap wajib pajak yang memiliki penghasilan wajib mendaftarkan diri sendiri ke kantor pelayanan pajak. Lebih lanjut, setiap wajib pajak wajib menghitung sendiri dan membayar pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, dengan tidak menggantungkan pada adanya surat ketetapan pajak. Direktorat Jendral Pajak tidak berkewajiban untuk menerbitkan surat ketetapan pajak atas semua surat pemberitahuan yang disampaikan wajib pajak. Penerbitan suatu surat ketetapan pajak hanya terbatas pada

wajib pajak tertentu yang disebabkan oleh ketidak benaran dalam pengisian surat pemberitahuan atau karena ditemukannya data fiskal yang tidak dilaporkan oleh wajib pajak.

Pada prinsipnya pajak terutang pada saat timbulnya objek pajak yang dapat dikenai pajak. Jadi, hutang pajak tidak timbul pada saat dibuatkan surat ketetapan pajak. Namun, untuk kepentingan administrasi perpajakan di Indonesia, saat terutangnya pajak tersebut ditetapkan sebagai berikut, pada suatu saat untuk pajak penghasilan yang dipotong oleh pihak ketiga dan pada akhir masa untuk pajak penghasilan yang dipotong oleh pemberi kerja, atau yang dipungut oleh pihak lain atas kegiatan usaha, atau oleh pengusaha kena pajak atas pemungutan pajak pertambahan nilai barang dan jasa dan pajak penjualan atas barang mewah atau pada akhir tahun pajak untuk pajak penghasilan.

Jumlah pajak yang terutang yang telah dipotong, dipungut, ataupun yang harus dibayar oleh wajib pajak setelah tiba saat atau masa pelunasan pembayaran, oleh wajib pajak harus disetorkan ke kas Negara melalui tempat pembayaran yang diatur dengan atau berdasarkan peraturan menteri keuangan. Jumlah pajak yang terutang menurut surat pemberitahuan yang disampaikan oleh wajib pajak adalah jumlah pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Jadi, jika wajib pajak telah menghitung dan membayar besarnya pajak yang terutang secara benar sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, tidak perlu diberikan surat ketetapan pajak ataupun surat tagihan pajak.

Berdasarkan hasil pemeriksaan atau keterangan lain, pajak yang dihitung dan dilaporkan dalam surat pemberitahuan yang bersangkutan tidak benar, misalnya

pembebanan biaya ternyata melebihi yang sebenarnya, direktorat jendral pajak menetapkan besarnya pajak yang terutang sebagaimana mestinya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan.

Nomor pokok wajib pajak (NPWP) adalah nomor yang diberikan kepada wajib pajak sebagai sarana dalam administrasi perpajakan yang dipergunakan sebagai tanda pengenal diri atau identitas wajib pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, NPWP juga dipergunakan untuk menjaga ketertiban dalam pembayaran pajak dan dalam pengawasan administrasi perpajakan, dalam hal berhubungan dengan dokumen perpajakan, wajib pajak diwajibkan mencantumkan NPWP yang dimilikinya.

2.2.1.1 Pemungutan Pajak

Menurut Adam Smith, guru besar ekonomi klasik berkebangsaan Skotlandia, dalam bukunya yang berjudul "*The Wealth of Nation*", *book V* halaman 653, mengatakan bahwa "tugas Negara adalah memajukan atau memakmurkan orang perorangan dalam hidup bersama dengan jalan masing-masing bekerja untuk diri sendiri tetapi juga memakmurkan hidup bersama seluruhnya.

Pada zaman purbakala orang menganggap sangat bijaksana dan berbudi luhur bagi orang yang secara sukarela turut serta memelihara berlangsungnya kehidupan negaranya, dan pemikiran ini pula yang hidup dalam alam pikiran rakyat dari Negara Yunani kuno. Hingga abad pertengahan yakni tahun 1476 Masehi tahun jatuhnya kerajaan Romawi Barat dan tahun 1492 tahun diketemukannya benua Amerika, pemungutan pajak secara paksa belum dikenal.

Teori yang dikemukakan oleh Thomas Hobbes (Malmesbury, Inggris, 1588-1679), Jhon Locke (Wrington, Inggris, 1632-1704), dan Jean Jacques Rousseau (Jenewa, Inggris, 1712-1778) berkesimpulan bahwa jauh sebelum zaman romawi dan Yunani kuno serta zaman fir'aun di Mesir telah ada suatu wadah yang menguasai dan memerintah penduduk. *Le Contract Social* atau perjanjian masyarakat yang dikemukakan oleh Rousseau adalah teori yang menjawab pertanyaan mengapa penduduk/rakyat harus patuh pada pemerintah negaranya. Awalnya bermula dari kehidupan para penduduk yang tinggal di bukit, di atas pohon, di gua-gua secara terpisah, sehingga mereka merasa akan lebih aman dan lebih kuat dalam menghadapi musuh mereka, binatang buas maupun bencana alam bila mereka bersatu. Para penduduk ini kemudian melakukan *Le Contract Social*, di mana sebagian dari hak penduduk diserahkan kepada suatu wadah yang akan mengurus kepentingan bersama. Wadah ini kemudian dikenal sebagai *Letat, Staat < State*, "Negara" yang mempunyai unsur-unsur: Daerah, Rakyat, Pemerintah dan Kedaulatan.

Dalam sejarah, "pajak" telah dikenal sejak zaman sebelum masehi. Pengenaan pajak langsung sebagai cikal bakal dari pajak penghasilan sudah terdapat pada zaman Romawi kuno, antara lain dengan adanya pungutan yang bernama *tributum* yang berlaku sampai dengan tahun 167 sebelum masehi. *Tributum* sebagai pajak langsung (*head tax*= pajak atas kepala) dipungut di zaman perang terhadap penduduk Roma. Kerajaan Romawi dan Yunani kuno telah melaksanakan pungutan "pajak" sebagai sumber pendapatan tetap bagi Negara untuk menjalankan roda pemerintahannya, pemebrian sukarela tersebut oleh rakyat kepada raja dalam memelihara kepentingan Negara seperti menjaga keamanan Negara, menyediakan

jalan umum, membayar gaji pegawai, dan lain sebagainya. Pada awalnya dalam pengeluaran bagi keperluan Negara dan pengeluaran raja, pada waktu itu pendanaannya ditutup dari penghasilan dan kekayaan pribadi raja. Namun, bila pendanaannya tidak mencukupi baru disampaikan permintaan kepada rakyat untuk memberikan sumbangan barang atau uang.

Setelah pemberlakuan *tributum* yang seringkali disebut juga *stipendium* sebagai pajak langsung, selanjutnya pajak tidak langsung diberlakukan di roma sebagai berikut, sesudah abad ke 2 penguasa roma memberlakukan pajak tidak langsung yang disebut *vertigalia* seperti *portaria* yakni pungutan atas penggunaan pelabuhan. “Di masa pemerintahan Julius Caesar, memberlakukan pajak penjualan yang disebut *centesima rerum venalium*, dengan tariff 1% dari omzet penjualan (Safri Nurmantu, 1994: 7)”.

Bagi penduduk yang tidak bisa membayar/menyetorkan dalam natura, maka ia diwajibkan melakukan pekerjaan untuk kepentingan umum untuk beberapa hari lamanya dalam satu tahun. Orang-orang yang memiliki status sosial yang tinggi termasuk orang-orang kaya dapat melepaskan diri kewajiban melakukan pekerjaan untuk kepentingan umum tadi dengan cara membayar ganti rugi. “Besarnya pembayaran ganti rugi ini ditetapkan sesuai dengan jumlah yang diperlukan untuk membayar orang lain menggantikan melakukan pekerjaan itu, yang seharusnya dilakukan sendiri oleh orang kaya yang memiliki status sosial yang tinggi dan orang kaya tadi (Soemitro, 1977: 1)”.

Lambat laun sifat permintaannya kemudian berubah menjadi sebuah paksaan yang dimulai setelah kerajaan memperluas wilayahnya dengan cara

menaklukkan suku-suku bangsa yang dijajahnya. Seperti yang erpnah terjadi sejak zaman purbakala yang pada waktu itu Negara mesir merupakan kerajaan besar dunia, maka daerah-daerah yang takluk harus memberi upeti dalam bentuk tenaga manusia (budak) atau harta berharga yang harus diserahkan. Belakangan kerajaan romawi yang kemudian timbul, mengambil alih cara sumber pembiayaan tersebut secara besar-besaran dan bahkan lebih ganas lagi.

Di abad modern dewasa ini pun, masih kita temukan cara semacam itu dalam bentuk ganti kerugian yang disebut “rampasan perang”, yang harus dibayar oleh negara yang kalah perang dunia, seperti Negara jepang yang harus membayar ramsan perang kepada negara-negara yang pernah didudukinya seperti Indonesia, Filipina, dan sebagainya. Pajak pada mulanya dibayar secara natura, seperti dengan gandum, padi, logam mulia, emas, dan perak. Bagi penduduk yang tidak mampu, pembayarannya dilakukan dengan tenaga, yang antara lain berakses dengan timbulnya perbudakan. Dewasa ini pajak telah dibayar dengan uang, walaupun di beberapa Negara masih terlohat “pemaksaan pembayaran dengan tenaga” dalam bentuk wajib militer. “Usaha-usaha untuk memberi dasar atau prinsip-prinsip pemungutannya menjadi “pajak” barulah lahir pada akhir zaman merkantilisme di Eropa dan timbulnya revolusi industry di Inggris, yakni pada awal abad XVIII (Nurmantu, 1994: 11)”.

Pajak sebagai sumber penghasilan Negara dengan segala bentuk dan jenisnya telah berkembang melalui berbagai tingkat perjuangan, di zaman dahulu kala untuk membayar pajak, orang pembayar pajak tersebut harus berlumuran darah dan keringat, sebaliknya bagi para pemungutnya dari hasil pemungutan pajak

tersebut dipergunakan untuk kesenangan, kenikmatan dan kemewahan seperti terjadi di zaman kerajaan yang menganut *monarchi absolute* contohnya Prancis dibawah Lodwyk XIV (1638-1715).

Pemungutan pajak pada mulanya ditugaskan kepada para kepercayaan raja yang kemudian mendelegasikan wewenang pemungutan ini kepada sejumlah orang tertentu, misalnya para pemungut pajak di bidang pertanian di Italia pada zaman Julius Caesar disebut *publican*. Dalam perkembangan selanjutnya, pendelegasian wewenang pemungutan pajak semacam itu rupanya tidak berjalan mulus. Jauh sebelum revolusi perancis dan perang kemerdekaan Amerika seorang raja yang memerintah Roma, Diocletian (284-305) telah mulai menghilangkan peranan berbagai lapisan perantara pemungut pajak, seperti *publican*, karena raja menyadari bahwa pendelegasian tersebut menimbulkan berbagai akses pada bertambahnya beban rakyat, dan akhirnya memerintahkan supaya setiap pemungutan pajak secara langsung harus disetor ke kas Negara, yang disebut *aerarium saturni*.

Kemenangan perang berarti penaklukan dan bertambahnya daerah jajahan serta bertambahnya jumlah penduduk, sehingga bertambah pula *workload* fungsi kas Negara (*aerarium saturni*). Untuk mengantisipasi hal itu, akhirnya *aerarium saturni* dipecah menjadi tiga fungsi khusus, yakni: *patrimonium caesaris* (bendahara kaisar), *fiscus* (bendahara Negara), dan *aerarium militare* (dana untuk kaum veteran).

2.2.1.2 Hak dan Kewajiban Wajib Pajak

Adanya pungutan yang bernama *tributum* yang berlaku sampai dengan tahun 167 sebelum masehi sebagai indikasi yang menunjukkan adanya pengenaan pajak langsung yang sudah terdapat pada zaman romawi kuno sebagai dari cikal

bakal dari pajak penghasilan. Di Inggris, pengenaan pajak penghasilan yang secara eksplisit diatur dalam suatu undang-undang pajak penghasilan baru ditemukan pada tahun 1766. Di Amerika Serikat, pengenaan pajak penghasilan untuk pertama kali dikenal *new Plymouth* pada tahun 1643, di mana dasar pengenaan pajak adalah “*a person’s faculty, personal faculties, and abilities*”.

Di Massachusetts, pada tahun 1646 dasar pengenaan pajak didasarkan pada “*returns and gain*” yang berkonotasi pada pajak penghasilan badan. Sedangkan “*personal faculty and abilities*” berkaitan dengan pengenaan pajak penghasilan orang pribadi. Dalam sejarah perpajakan di Amerika Serikat, undang-undang pajak federal tahun 1861 yang selanjutnya telah beberapa kali mengalami reformasi perpajakan, terakhir dengan *tax reform act* tahun 1986, telah menjadi tonggak sejarah penting dalam perkembangan perpajakan di Amerika Serikat. Surat pemberitahuan pajak penghasilan yang dibuat pada tahun 1860-an berdasarkan undang-undang pajak federal tersebut telah diaplikasikan hingga tahun 1962.

2.2.2 Kepatuhan Perpajakan (*Tax Compliance*)

Kepatuhan identik dengan kedisiplinan, kedisiplinan timbul karena kekhawatiran menerima sanksi hukuman apabila tidak melakukan tindakan sesuai dengan yang ada, jadi ada dorong dari luar dirinya. Berbeda dengan kesadaran di mana motivasi yang kuat untuk melakukan suatu tindakan, justru dari pribadinya sendiri. Dengan demikian, wajib pajak yang patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan berarti wajib pajak tersebut disiplin memenuhi aturan perpajakan yang telah ditetapkan.

Meski diyakini pajak merupakan tulang punggung pembangunan, berbagai kendala perpajakan masih sulit dielakkan termasuk masalah kepatuhan wajib pajak. Pembahasan tentang konsep kepatuhan merupakan elemen yang sangat penting dalam rangka meningkatkan penerimaan Negara dari sektor pajak. Hingga kini, kesadaran masyarakat untuk membayar pajak masih tergolong rendah. Ironisnya, fenomena ini tidak saja dijumpai di kalangan masyarakat kelas bawah yang memiliki keterbatasan wawasan dan pengetahuan soal pajak, tapi juga dikalangan masyarakat kelas atas yang tahu betul fungsi dan peran pajak. Rendahnya kesadaran (yang tentunya mencerminkan rendahnya kepatuhan wajib pajak) akan kewajiban membayar pajak juga terlihat di kalangan intelektual seperti pejabat pemerintahan, politisi, ekonom, tokoh LSM, artis dan lain sebagainya. Rendahnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak ini membuat *ta ratio* kita relative masih rendah di asean.

Belajar dari pengalaman empirik Negara-negara maju yang tingkat kemajuan ekonomi lebih tinggi dari Negara kita, tidak dapat disangkal lagi kesadaran dan kepatuhan wajib pajak ini menjadi factor penting dalam system perpajakan modern sebagai salah satu motor penggerak ekonomi Negara yang berhasil meningkatkan penerimaannya, bahkan keberhasilan sistem *self assessment* sebagai kunci utama pengumpulan pajak adalah terletak pada kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*) dari wajib pajak. Melalui kepatuhan ini administrasi pajak dapat memberdayakan sumber dayanya secara lebih efisien dan efektif.

Isu kepatuhan tetap menjadi isu yang tidak habis-habisnya menarik diperbincangkan dan menjadi salah satu agenda penting agenda dunia perpajakan nasional pokok pembahasan di kalangan akademisi, pakar perpajakan, professional

dan para petinggi di pemerintahan khususnya di direktorat jendral perpajakan, apalagi bila isu ini dikaitkan dengan penyelundupan pajak (*tax evasion*) dan masalah penegakan hukum (*law enforcement*) di bidang perpajakan yang kelihatannya masih berjalan di tempat dan ini satu lagi pekerjaan rumah pemerintah yang masih belum beres-beres.

Banyaknya tokoh dari berbagai kalangan dan profesi yang terbukti mangkir membayar pajak penghasilan merupakan preseden buruk bagi masyarakat wajib pajak secara keseluruhan jika aparat pemerintah, anggota dewan, para pemimpin, dan tokoh-tokoh *public figure* sudah memperlihatkan keingkarannya terhadap kewajiban pajak ini, masyarakat dibawah akan lebih sulit lagi tersadarkan untuk membayar pajak apalagi untuk menjeratnya membayar pajak. Masih rendahnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap kewajiban membayar pajak bukan karena masalah kepuasan pelayanan yang diberikan oleh aparat pajak tetapi salah satunya disebabkan karena masalah keteladanan yang memburuk terutama bila keteladanan yang kurang terpuji tersebut datang dari jajaran pemerintah sendiri sebagai pengelola pajak.

Oleh karena itu, keteladanan dalam melaksanakan kewajiban pajak perlu mendapat perhatian yang serius. Keteladanan ini tentu saja harus dimulai dari jajaran pemerintah sendiri sebagai pengelola pajak. Jika pemerintah mampu memberikan teladan dan juga diikuti tokoh-tokoh dan *public figure* lainnya, agaknya masyarakat akan lebih mudah untuk menyadari betapa pentingnya pajak bagi kehidupan dan masa depan negaranya.

Norman D. Nowak (2003: 31) “peningkatan penerimaan pajak akibat verifikasi aparat perpajakan, aktivitas para ahli hukum, para akuntan, serta teknisi

lainnya dan keputusan peradilan pajak, biasanya hanya merupakan 3-5% dari seluruh penerimaan pajak, sedang sisanya sebesar 95% adalah hasil dari pengembangan iklim perpajakan”. Misi utama dari instansi pajak adalah menciptakan dan mengembangkan iklim perpajakan (*tax climate*) yang bercirikan:

1. Wajib pajak paham atau berusaha untuk memahami semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
2. Mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas.
3. Menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar.
4. Membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya.

Iklim perpajakan itu sendiri adalah suatu faktor yang tidak berwujud (*intangible factor*) dalam keseimbangannya antara usaha bertahan untuk tidak membayar pajak (*tax resistence*) dan kesadaran serta kepatuhan memenuhi kewajiban perpajakan (*tax compliance*). Menurut Zain (2003) “faktor dominan yang berpengaruh atas perkembangan iklim perpajakan yang sehat dan berada di luar jangkauan administrasi perpajakan adalah faktor “*state of mind*” yang mempengaruhi kemauan (*willingness*) wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Kesadaran dan kepatuhan memenuhi kewajiban perpajakan tergantung pada kemauan wajib pajak, sampai sejauh mana wajib pajak tersebut akan mematuhi ketentuan perundang-undangan perpajakan”.

Kepatuhan perpajakan menurut Safri Nurmantu (2005: 148) “dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan di mana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya”. Ada dua macam kepatuhan formal dan kepatuhan material yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kepatuhan Formal

Adalah suatu keadaan di mana wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan secara formal sesuai dengan ketentuan dalam perundang-undangan perpajakan.

2. Kepatuhan Material

Adalah suatu keadaan di mana wajib pajak secara substantive atau hakikat memenuhi semua ketentuan material perpajakan, yakni sesuai isi dan jiwa undang-undang perpajakan.

Wajib pajak patuh adalah wajib pajak yang ditetapkan oleh direktorat jenderal pajak sebagai wajib pajak yang memenuhi kriteria tertentu (sebagaimana yang dimaksud dalam peraturan menteri keuangan nomor 192/pmk.03/2007 tentang tata cara penetapan wajib pajak dengan kriteria tertentu dalam rangka pengembalian pendahuluan kelebihan pembayaran pajak). Penetapan wajib pajak patuh berlaku untuk jangka waktu 2 (dua) tahun kalender (perdirjen pajak nomor 1/pj/2008).

2.2.3 Perdagangan Elektronik atau *Electronic Commerce (E-Commerce)*

Electronic commerce atau yang disingkat dengan *E-Commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *services providers* dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan computer (*computer network*) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spectrum kegiatan komersial.

Hal ini disebabkan internet merupakan jaringan komputerisasi yang sifatnya sangat global, yakni dapat diakses ke seluruh dunia pada waktu yang tidak terbatas

atau dengan kata lain *online* 24 jam setiap hari dalam 7 hari seminggu. Segala informasi dapat diakses kapanpun, di manapun dan saat apapun. Sehingga dengan kecanggihan jaringan komputer yang dinamakan internet ini dikreasikan oleh para usahawan dan *provider* dari internet untuk memanfaatkan lahan ini menjadi ajang komersialisasi, yakni menarik keuntungan sebesar-besarnya. Walaupun hal ini dapat dikatakan suatu hal yang sangat klise, akan tetapi masing-masing *provider* internet akan menyikapi usaha yang dijalankannya dengan sangat kreatif yakni berbelanja atau melakukan transaksi di dunia maya yang dikenal dengan berbelanja di internet. Berbelanja di dunia internet inilah yang dikenal dengan istilah *E-Commerce*.

Istilah *E-Commerce* yang didefinisikan oleh Julian Ding adalah sebagai berikut:

“Electronic Commerce or E-Commerce as it is also known, is a commercial transaction between a vendor and a purchaser or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of “rights”. This commercial transaction is executed or entered into electronic medium (or digital medium) where the physical presence or parties is not required, and medium exist in a public network system as opposed to private network (closed system). The public network system must considered on open system (e.g the internet or world wide web). The transaction included regardless of the national boundaries or local requirement (Julian Ding, 1999:25)”.

E-Commerce merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak dan keberadaan media ini dalam *public network* atas sistem yang berlawanan dengan *private network* (sistem tertutup). Dan sistem *the public network* ini harus mempertimbangkan sistem terbuka.

Dalam kamus *Black’s Law Dictionary Seventh Edition E-Commerce* didefinisikan:

“E-Commerce; The practice of buying and selling goods and services through online consumer services on the internet. The e, a shortened form of electronic, has become a popular prefix for other terms associated with electronic transaction (Bryan A Garner, 1999: 530)”.

Pengertian *E-Commerce* yang dimaksud adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa konsumen *online* di internet. Model transaksi seperti ini dikenal dengan istilah *electronic transaction*. Adapun pengertian *electronic transaction* dalam kamus yang sama dijelaskan pula bahwa *electronic transaction* adalah:

“A transaction formed by electronic messages in which the messages of one or both parties will not be reviewed by an individual as an expected step in forming a contract (Bryan A Garner, 1999: 530)”.

Menurut ECEG-Australia (*Electronic Commerce Expert Group*) *E-Commerce* adalah:

“Electronic Commerce is a broad concept that covers any commercial transaction that is effected via electronic means and would include such means as facsimilie, telex, EDI, internet and telephone”.

Berdasarkan pengertian yang diberikan ECEG-Australia, maka pengertian *E-Commerce* meliputi transaksi perdagangan melalui media elektronik. Dalam arti kata tidak hanya media internet yang dimaksudkan, tetapi juga melingkupi semua transaksi perdagangan melalui media elektronik lainnya.

Istilah *E-Commerce* baru memperoleh perhatian beberapa tahun belakangan ini ditandai dengan banyaknya seminar-seminar yang diadakan oleh beberapa instansi di bidang teknologi serta beberapa pengamat yang terkait dengan *E-Commerce* seperti pengamat ekonomi, pengamat teknologi informasi, pengamat hukum yang dihadirkan dalam membahas permasalahan yang akan timbul serta menyasati persoalan yang telah timbul, akan tetapi belum juga ditemukan jalan

keluarnya, yang menjadi pokok bahasan yang sangat menarik di kalangan pebisnis pada umumnya.

E-Commerce sebagai lahan pebisnis dan para pelaku usaha menjadi tren yang sangat menarik perhatian public. Kaitanya dengan periklanan, yang juga digeluti sebagai ajang promosi bagi perusahaan yang bergerak dibidang *E-Commerce*, ini sangat menarik untuk diamati. Penggunaan peralatan elektronik untuk melaksanakan transaksi komersial yang telah dirancang sedemikian rupa membuat para peminat melupakan atau mengacuhkan implikasi-implikasi yang akan ditimbulkannya.

Panggih P. Dwi Atmojo (2002: 6) “segmentasi atau ruang lingkup *E-Commerce* itu meliputi 3 sisi, yakni:

1. Bisnis ke bisnis (*Business to Business*)
2. Bisnis ke konsumen (*Business to Consumer*)
3. Konsumen ke konsumen (*Consumer to Consumer*)”

Pada dasarnya *E-Commerce* adalah melakukan bisnis *online*. Dalam bentuknya yang paling jelas, *E-Commerce* menjual produk kepada konsumen secara *online* tapi faktanya jenis bisnis apapun yang dilakukan secara elektronik adalah *E-Commerce*. Sederhananya *E-Commerce* adalah membuat, mengelola, dan meluaskan hubungan komersial secara *online*.

Usaha *E-Commerce* yang sukses mungkin melibatkan pembayaran, pengembangan dan prencanan produk, mengelola produksi atau manufaktur, pemasaran, dan perwakilannya, penjualan, layanan, kolaborasi di antara sesama bisnis atau afiliasi, distribusi produk, riset, penyebaran informasi, penyusunan

komunitas komersial, pendidikan, hiburan, dan mungkin juga semua jenis bisnis lain belum terpikirkan.

Barangkali karena ini merupakan industry yang sedang berkembang, maka *E-Commerce* menimbulkan banyak mitos. Orang-orang baru dalam *E-Commerce* mungkin berpikir bahwa itu semua menyangkut pengambilan pemesanan online dan jika orang menyusun pajangan, sejumlah pelanggan akan memborong seluruh isi gudang. Tidak demikian, bisnis yang sukses di dunia virtual membutuhkan upaya yang sama bersarnya dengan sukses bisnis di dunia 'nyata'. Beberapa orang lagi mengira *E-Commerce* mahal karena bersifat teknis, juga tidak demikian. Situs *E-Commerce* yang hebat tidak selalu menumbuhkan pemrogram yang mahal, tapi juga tidak bisa dilakukan oleh lulusan kursus yang sekadarnya dan asal murah. Akhirnya, usaha *E-Commerce* yang solid tidak harus mencakup semua fasilitas teknik terbaru perlengkapan *Java*, *Flash*, *Extensive*, *Markup Language*, dan apapun yang akan muncul lagi.

2.2.3.1 E-Commerce di Indonesia

Mengingat Indonesia adalah Negara yang memiliki jumlah penduduk yang sangat besar, bisa menjadi *market* (pasar) di dunia. Sekarang ini banyak sekali situs-situs *E-Commerce* di Indonesia yang menjual berbagai barang dan jasa yang bervariasi, mulai dari perbankan sampai dengan kerajinan tangan.

Ketika *E-Commerce* mulai bergulir, Indonesia tidak ketinggalan mengikuti trend ini. Beberapa pelaku bisnis Indonesia mencoba membuka situs *E-Commerce* yang menyediakan pelayanan *online*, meskipun belum memuaskan mengingat pelayanan yang belum sepenuhnya 24 jam, dan operator yang belum maksimal

dalam melayani keluhan dan pertanyaan konsumen. Saat ini pemahaman pelaku bisnis dan masyarakat mengenai *E-Commerce* semakin bertambah, sehingga sekarang sudah banyak situs-situs *E-Commerce* Indonesia mulai tumbuh di dunia maya.

Tetapi dalam penerapan *E-Commerce* di Indonesia, masih ada beberapa kendala yaitu masih banyak masyarakat Indonesia yang pemahamannya masih kurang dalam dunia teknologi dan informasi, krisis ekonomi dan lemahnya ekonomi masyarakat, acaman virus dan program-program pengganggu lainnya, ketegasan peraturan dan perundang-undangan, krisis ekonomi dan lemahnya daya beli masyarakat, masih banyak penduduk yang berpendidikan rendah, serta mahalnnya infrastruktur jaringan.

2.2.4 Peraturan Perundang-undangan

Indonesia sudah memperkirakan percepatan zaman akan berlangsung, maka dari itu perlu adanya penertiban diwilayah telekomunikasi yang mana dunia maya berinteraksi sebagaimana dijelaskan dalam Undang-undang nomor 36 tahun 1999 tentang “Telekomunikasi” pasal 1, yaitu:

“Telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman, dan atau penerimaan setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio, atau sistem elktromagnetik lainnya. Alat telekomunikasi adalah setiap alat perlengkapan yang digunakan dalam bertelekomunikasi, perangkat telekomunikasi adalah sekelompok alat telekomunikasi yang memungkinkan bertelekomunikasi”.

Pemerintah sangat serius untuk terus berevolusi untuk menghindari tindak penyelewengan dan tindak kecurangan dari transaksi elektronik tersebut, hal ini

tercermin dalam Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang “Informasi dan Transaksi Elektronik” pasal 1 dan 17 yang berbunyi:

“Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya (pasal 1). Penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik atau privat, para pihak yang melakukan transaksi elektronik sebagaimana dimaksud wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung (pasal 17)”.

Belajar dari pengalaman empirik negara-negara maju yang tingkat kemajuan ekonomi lebih tinggi dari negara kita, tidak dapat disangkal lagi kesadaran dan kepatuhan wajib pajak ini menjadi faktor terpenting dalam sistem perpajakan *modern* sebagai salah satu motor penggerak ekonomi negara yang berhasil meningkatkan penerimaan pajaknya, bahkan keberhasilan sitem *self assessment* sebagai kunci utama pengumpulan pajak adalah terletak pada kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*) dari wajib pajak. Melalui kepatuhan ini, administrasi pajak dapat memberdayakan sumber dayanya secara lebih efisien dan efektif.

Menurut Norman D. Nowak (Zain, 2003: 31) peningkatan penerimaan pajak akibat verifikasi aparat perpajakan, aktivitas para ahli hukum, para akuntan serta teknisi lainnya dan keputusan peradilan pajak, biasanya hanya merupakan 3-5% dari seluruh penerimaan pajak sedang sisanya sebesar 95% adalah hasil dari pengembangan iklim perpajakan.

Transaksi *e-commerce* merupakan salah satu jenis transaksi yang kompleks dan berkembang sangat pesat di Indonesia. Pada praktiknya, terdapat beberapa model dalam penyelenggaraan transaksi *e-commerce*. Berdasarkan Surat Edaran Direktorat Jendral Pajak Nomor 62 Tahun 2013 tentang penegasan ketentuan perpajakan atas transaksi *e-commerce* memberikan gambaran tentang proses bisnis, *revenue* model, dan contoh penerapan ketentuan-ketentuan sebagaimana dimaksud dalam UU Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, UU PPh, dan UU PPN terkait dengan 4 (empat) model transaksi *e-commerce*, yaitu:

- 5) *Online Marketplace* adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa toko internet di *Mall* internet sebagai tempat *Online Marketplace Merchant* menjual barang dan/atau jasa.
- 6) *Classified Ads* adalah kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa bagi pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada pengguna iklan melalui situs yang disediakan oleh penyelenggara *Classified Ads*.
- 7) *Daily Deals* adalah merupakan kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* sebagai tempat *Daily Deals Merchant* menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan *Voucher* sebagai sarana pembayaran.
- 8) *Online Retail* adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh penyelenggara *Online Retail* kepada pembeli di situs *Online Retail*.

Terdapat perbedaan antara gambaran model, detail proses bisnis, dan beberapa istilah yang dipergunakan dalam Surat Edaran Dirjen Pajak ini dengan praktik yang terjadi di dunia usaha yang terus-menerus mengalami modifikasi dan perkembangan, maka diperlukan analisis lebih lanjut sesuai dengan situasi dan kondisi yang secara nyata terjadi. Proses bisnis dan *revenue* model atas keempat model bisnis transaksi *e-commerce* di atas serta penerapan ketentuan peraturan perpajakan yang terkait dijelaskan lebih lanjut dalam uraian Surat Edaran tersebut.

2.2.5 Integrasi Islam

Pada masa pemerintahannya, Rasulullah SAW menerapkan jizyah yakni pajak yang dibebankan kepada orang-orang non muslim, khususnya ahli kitab sebagai jaminan perlindungan jiwa, harta milik, kebebasan menjalankan ibadah, serta mengecualikan dari wajib militer. Besarnya jizyah adalah satu dinar per tahun untuk setiap orang laki-laki dewasa yang mampu membayarnya. Perempuan, anak-anak, pengemis, pendeta, orang tua, penderita sakit jiwa, dan semua yang menderita penyakit dibebaskan dari kewajiban ini. Di antara ahli kitab yang harus membayar pajak adalah orang najran yang beragama Kristen pada tahun keenam hijriyah dan penduduk Allah, adzruh, serta adzirat pada perang tabuk. Dalam system pajak yang terus berlangsung hingga masa pemerintahan khalifah Harun ar-rasyid (170-193 H/786-809 M) ini, pembayaran tidak harus berupa uang tunai, tetapi dapat juga berupa berbagai barang lainnya, seperti termaktub dalam isi perjanjian Rasulullah SAW dengan orang-orang najran:

“Setelah dinilai, dua ribu pakaian/garmen masing-masing bernilai satu aukiyah, seribu garmen dikirim pada bulan rajab tiap tahun, seribu lagi pada

bulan safar tiap tahun. Tiap garmen bernilai satu aukiyah, jadi bila ada yang bernilai lebih atau kurang dari satu aukiyah, kelebihan atau kekurangan itu harus diperhitungkan. Nilai dari kuda atau barang lainnya yang digunakan sebagai pengganti garmen harus diperhitungkan.”

Di samping itu, Rasullulah juga menerapkan system kharaj, yakni pajak tanah yang dipungut dari kaum non muslim ketika wilayah Khaibar ditaklukkan. Tanah hasil taklukan diambil alih oleh kaum muslimin dan pemilik lamanya diberikan hak untuk mengolah tanah tersebut dengan status sebagai penyewa dan bersedia memberikan sebagian hasil produksinya kepada Negara. Jumlah kharaj dari tanah ini adalah tetap yakni setengah dari hasil produksi. Untuk memastikan system tersebut berjalan dengan baik dan benar, Rasullulah SAW mengirim orang-orang yang memiliki pengetahuan dalam masalah ini untuk menaksir jumlah keseluruhan hasil produksi. Setelah mengurngi sepertiga sebagai kompensasi dari kemungkinan kelebihan penaksiran, sisanya yang berjumlah dua per tiga dibagi-bagikan setengah untuk Negara dan setengah lainnya untuk para penyewa yang disertai hak kebebasan untuk memilih apakah menerima pembagian tersebut atau menolaknya. System dan prosedur yang sama juga diterapkan di berbagai daerah lain yang berhasil ditaklukkan kaum muslimin. Dalam perkembangan berikutnya, kharaj menjadi sumber pendapatan Negara yang terpenting.

Pada hakikatnya, kedua sistem pajak tersebut, yakni jizyah dan kharaj sudah ada pada zaman kekaisaran romawi dalam bentuk yang sama dan hal ini merupakan fakta bahwa pembayaran pajak adalah hal yang sudah biasa diterapkan pada masa kekaisaran sasanid dan Persia. Oleh kaum muslimin diawal pemerintahan islam,

kedua system pajak tersebut diadopsi dan dimodifikasi sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan. Kharaj dibayar oleh orang-orang non muslim seperti halnya dengan kaum muslimin membayar ushr dari hasil pertanian. Jizyah dibayar sebagai pajak perlindungan dan pengecualian orang-orang non muslim dari wajib militer. Dalam hal ini, penting untuk diketahui bahwa orang-orang non muslim hanya membayar tiga jenis pajak sementara kaum muslimin membayar lebih banyak lagi jenis pajak, seperti yang akan dibahas pada bagian selanjutnya.

Sistem pajak yang diadopsi Rasulullah adalah ushr, sebuah jenis pajak yang telah berlangsung pada masa arab jahiliyah, khususnya di Makkah yang merupakan pusat perdagangan terbesar saat itu. Pada masa pemerintahannya, Rasulullah menerapkan ushr sebagai bea impor yang dikenakan kepada semua pedagang dan dibayar hanya sekali dalam setahun serta hanya berlaku terhadap barang-barang yang bernilai lebih dari 200 dirham. Tingkat bea yang dikenakan kepada para pedagang non muslim yang dilindungi (ahl al-dzimmi) adalah sebesar 5% sedangkan pedagang muslim sebesar 2,5%. Dalam perkembangan berikutnya, Rasulullah berinisiatif mempercepat volume perdagangan sekalipun menjadi beban pendapatan Negara. Ia menghapuskan bea masuk dan hal tersebut dituangkan dalam banyak perjanjian dengan berbagai suku. Barang-barang milik utusan dibebaskan dari bea impor di wilayah muslim bila sebelumnya telah terjadi tukar menukar barang.

Di antara sumber-sumber pendapatan Negara pada masa pemerintahan Rasulullah, zakat dan ushr(zakat atas hasil pertanian dan buah-buahan) merupakan dua pendapatan yang paling utama dan penting. Keduanya berbeda dengan pajak dan tidak diperlakukan seperti pajak. Zakat atau ushr merupakan kewajiban agama

dan termasuk salah satu rukun islam. Pengeluaran keduanya telah diuraikan secara jelas dan eksplisit di dalam Al-Quran. Oleh karena itu, pengeluaran untuk zakat tidak dapat dibelanjakan untuk pengeluaran umum Negara. Lebih jauh lagi, zakat secara fundamental adalah pajak lokal. Dalam hal ini, Rasulullah berkata kepada Muadz ketika ia mengirimnya ke yaman sebagai petugas zakat, “Katakanlah kepada mereka (penduduk yaman) bahwa Allah telah mewajibkan mereka untuk membayar zakat yang akan diambil dari orang kaya di antara mereka dan memberikannya kepada orang miskin di antara mereka.” Dengan demikian, pemerintah pusat hanya berhak menerima keuntungan bila terjadi surplus yang tidak dapat didistribusikan lagi kepada orang-orang yang berhak, dan ditambah kekayaan yang dikumpulkan di Madinah sebagai ibukota Negara.

Abu Hanifah (80-150 H/699-767 M) merupakan seorang fuqaha terkenal yang juga seorang pedagang di kota kufah yang ketika itu merupakan pusat aktivitas perdagangan dan perekonomian yang sedang maju dan berkembang. Semasa hidupnya, salah satu transaksi yang sangat populer adalah salam, yaitu menjual barang yang akan dikirimkan kemudian sedangkan pembayaran dilakukan secara tunai pada waktu akad disepakati. Abu Hanifah meragukan ke absahan akad tersebut yang dapat mengarah kepada perselisihan. Ia mencoba menghilangkan perselisihan ini dengan merinci lebih khusus apa yang harus diketahui dan dinyatakan dengan jelas di dalam akad, seperti jenis komoditi, mutu, dan kuantitas serta waktu dan tempat pengiriman. Ia memberikan persyaratan bahwa komoditi tersebut harus tersedia di pasar selama waktu kontrak dan tanggal pengiriman sehingga kedua

belah pihak mengetahui bahwa pengiriman tersebut merupakan sesuatu yang dapat mungkin dilakukan.

Pengalaman dan pengetahuan tentang dunia perdagangan yang didapat langsung Abu Hanifah sangat membantunya dalam menganalisis masalah tersebut. Salah satu kebijakan Abu Hanifah adalah menghilangkan ambiguitas dan perselisihan dalam masalah transaksi. Hal ini salah satu tujuan syariah dalam hubungannya dengan jual beli. Pengalamannya di bidang perdagangan memungkinkan Abu Hanifah dapat menentukan aturan-aturan yang adil dalam transaksi ini dan transaksi yang sejenis.

Di samping itu, Abu Hanifah mempunyai perhatian yang besar terhadap orang-orang yang lemah. Ia tidak akan membebaskan kewajiban zakat terhadap perhiasan dan sebaliknya, membebaskan pemilik harta yang dililit hutang dan tidak sanggup menebusnya dari kewajiban membayar zakat. Ia juga tidak memperkenankan pembagian hasil panen (*muzara'ah*) dalam kasus tanah yang tidak menghasilkan apapun. Hal ini dilakukan untuk melindungi para penggarap yang umumnya adalah orang-orang yang lemah.

Secara bahasa, *salam* (سلم) adalah *al-I'tha'* (الإعطاء) dan *at-taslif* (التسليف). Keduanya bermakna pemberian, ungkapan *aslama ats tsauba lil al-khayyath* bermakna dia telah menyerahkan baju kepada penjahit.

Sedangkan secara istilah syariah, akad *salam* sering didefinisikan oleh *fuqaha* secara umumnya mejadi (بيع موصوف في الذمة ببدل يعطى عاجلا) jual beli barang yang disebutkan sifatnya dalam tanggungan dengan imbalan (pembayaran) yang dilakukan saat itu juga.

Penduduk Hijaz mengungkapkan akad pemesanan barang dengan istilah *salam*, sedangkan penduduk Irak menyebutnya *salaf*. Jual beli *salam* adalah suatu benda yang disebutkan sifatnya dalam tanggungan atau memberi uang didepan secara tunai, barangnya diserahkan kemudian/untuk waktu yang ditentukan. Menurut ulama syafi'iyah, akad *salam* boleh ditangguhkan hingga waktu tertentu dan juga boleh diserahkan secara tunai.

Secara lebih rinci *salam* didefinisikan dengan bentuk jual beli dengan pembayaran dimuka dan penyerahan barang di kemudian hari (*advanced payment* atau *forward buying* atau *future sale*) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian.

Fuqaha menamakan jual beli ini dengan “penjualan butuh” (*bai' al-muhawij*) sebab ini adalah penjualan yang barangnya tidak ada, dan didorong oleh adanya kebutuhan mendesak pada masing-masing penjual and pembeli. Pemilik modal membutuhkan untuk membeli barang, sedangkan pemilik barang butuh kepada uang dari harga barang. Berdasarkan ketentuan-ketentuan penjual bisa mendapatkan pembiayaan terhadap penjualan produk sebelum produk tersebut benar-benar tersedia.

Bai' as-salam atau disingkat *salam* disebut juga dengan *salaf* secara bahasa berarti pesanan atau jual beli dengan melakukan pesanan terlebih dahulu. *Salam* ialah pembeli memesan barang dengan memberitahukan sifat-sifat serta kualitasnya kepada penjual dan setelah ada kesepakatan. Dengan kata lain, pembelian barang dengan membayar uang lebih dahulu dan barang yang di beli diserahkan kemudian

(*dow payment*) artinya penyetoran harga baik lunas maupun sebagian harga pembelian sebagai bukti kepercayaan, sehubungan dengan transaksi yang telah dilakukan.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ.....

“hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya (Q.S Al-Baqarah: 282)

Dalam kaitan ayat tersebut, Ibnu Abbas menjelaskan keterkaitan ayat tersebut dengan transaksi *ba'I as-salam*. Hal ini tampak jelas dari ungkapan beliau, “saya bersaksi bahwa *salaf(salam)* yang dijamin untuk jangka waktu tertentu telah dihalalkan oleh Allah SWT pada kitab-Nya dan diizinkan. “ia lalu membaca ayat tersebut”.

عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا - قَالَ: قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ، وَهُمْ يُسْلِفُونَ فِي النَّمَارِ السَّنَةَ وَالسَّنَتَيْنِ، فَقَالَ: (مَنْ أَسْلَفَ فِي تَمْرٍ فَلْيُسْلِفْ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ، إِلَىٰ أَجَلٍ مَعْلُومٍ) مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ. وَلِلْبَخَارِيِّ: مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ

Ibnu Abbas berkata: Nabi *shallallaahu'alaihi wa sallam* datang ke madinah dan penduduknya biasa meminjamkan buahnya untuk masa setahun dua, dan tiga tahun, lalu beliau bersabda:

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مَعْلُومٍ

“barang siapa yang melakukan *salaf(salam)*, hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula untuk jangka waktu yang diketahui”.(HR. Bukhari)

وَعَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ أَبِي أَوْفَى - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا - قَالَ: (كُنَّا نُصِيبُ الْمَغَانِمَ مَعَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَكَانَ يَأْتِينَا أَنْبَاطٌ مِنْ أَنْبَاطِ الشَّامِ فَنُسَلِفُهُمْ فِي الْجَنْطَةِ وَالشَّعِيرِ وَالزَّبِيبِ - وَفِي رِوَايَةٍ: وَالزَّبِيبِ - إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى. قِيلَ: أَكَانَ لَهُمْ زَرْعٌ؟ قَالَا: مَا كُنَّا نَسْأَلُهُمْ عَنْ ذَلِكَ) رَوَاهُ الْبَخَارِيُّ

“Abdurrahman Ibnu Abza dan Abdullah Ibnu Aufa *radliyaallaahu'anhu* berkata: kami menerima harta rampasan bersama Rasulullah *shallallaahu'alaihi wa sallam* dan datanglah beberapa petani dari Syam,

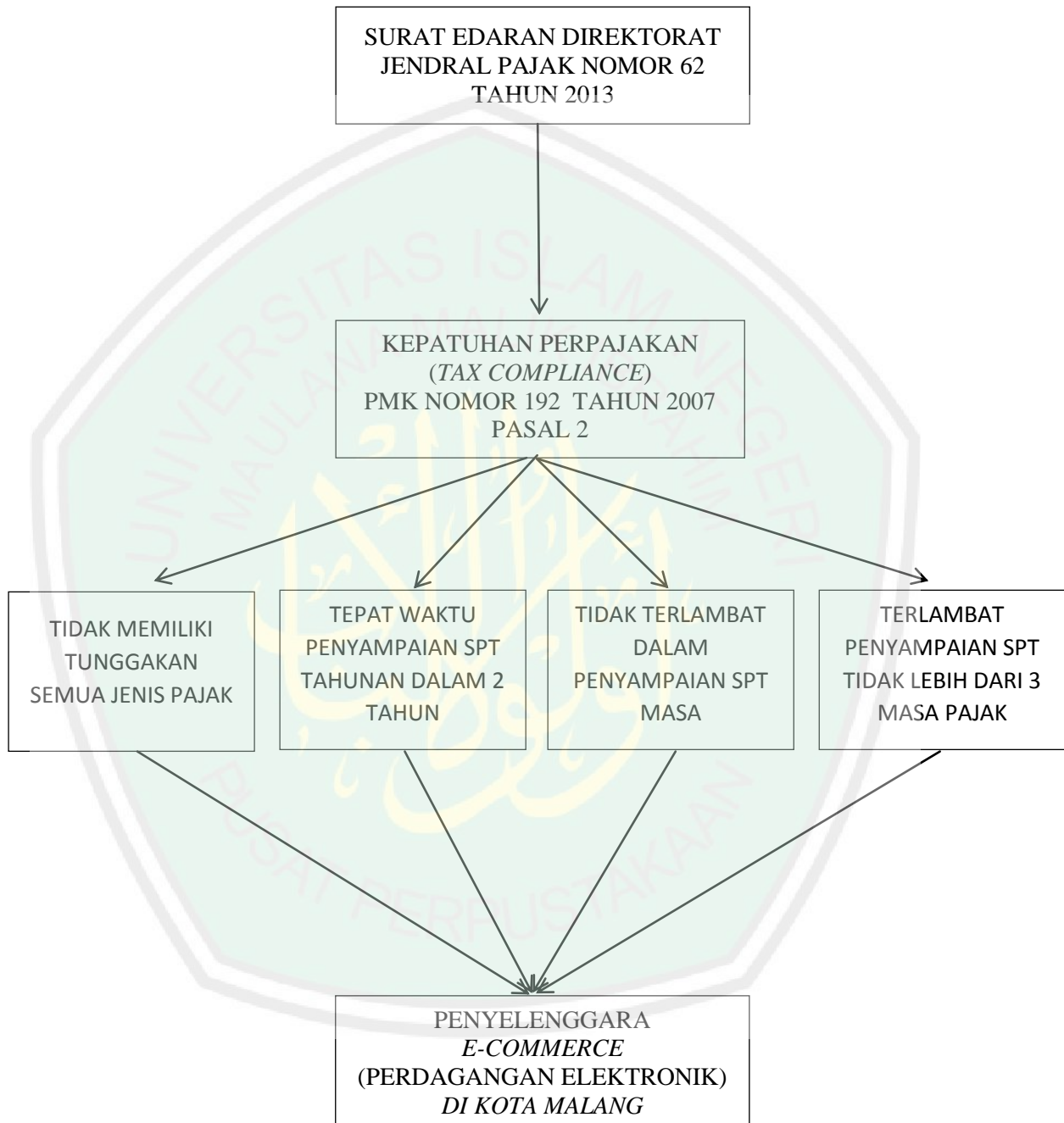
lalu kami beri pinjaman kepada mereka berupa gandum, *sya'ir*, dan anggur kering dalam suatu riwayat dan minyak untuk suatu masa tertentu, ada orang bertanya: apakah mereka mempunyai tanaman? Kedua perawi menjawab: kami tidak menanyakan hal itu kepada mereka.”(HR. Bukhari)

Abdullah bin Abu Mujalid r.a berkata, Abdullah bin Syadad bin Haad pernah berbeda pendapat dengan Abu Burdah tentang *salaf*. Lalu mereka utus saya kepada Ibnu Abi Aufa, lantas saya tanyakan kepadanya perihal itu. Jawabannya: ‘sesungguhnya pada masa Rasulullah SAW pada masa Abu Bakar, pada masa Umar, kami pernah mensalafkan gandum, *sya'ir*, buah anggur, dan kurma. Dan saya pernah pula bertanya kepada Ibnu Abza jawabannya pun seperti itu juga’.(HR.Bukhari)

Dengan demikian selama belum jatuh tempo, penjual dapat menggunakan uang pembayaran tersebut untuk menjalankan usahanya dan mencari keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa ada kewajiban apapun. Penjual memiliki keleluasaan dalam memenuhi permintaan pembeli, karena biasanya tenggang waktu antara transaksi dan penyerahan barang pesanan berjarak cukup lama. Jual beli dengan cara *salam* merupakan solusi tepat yang ditawarkan oleh islam guna menghindari riba. Dan mungkin ini merupakan salah satu hikmah disebutkannya syariat jual beli *salam* sesuai larangan memakan riba.

2.3 Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan *grounded theory*, Sugiyono (2016) penelitian kualitatif sebagai penelitian dengan beberapa karakteristik yaitu dilakukan pada kondisi yang alamiah, bersifat deskriptif, menekankan pada proses, analisis data secara induktif, serta menekankan pada makna.

Grounded Theory adalah untuk bergerak ke luar dari deskripsi dan untuk memunculkan atau menemukan teori. “penjelasan teoretis gabungan” bagi proses atau aksi. Para partisipan dalam studi tersebut semuanya akan mengalami proses ini, dan pengembangan teori tersebut dapat membantu menjelaskan praktik atau menyediakan kerangka bagi riset lebih lanjut. Ide pentingnya adalah pengembangan teori ini tidak muncul dengan sendirinya, tetapi dimunculkan atau didasarkan pada data dari partisipan yang telah mengalami proses tersebut. Maka dari itu, *grounded theory* merupakan desain riset kualitatif yang penelitiannya memunculkan penjelasan umum (teori) tentang proses, aksi, atau interaksi yang dibentuk oleh pandangan dari sejumlah besar partisipan (Creswell, 2015: 115).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada *E-Commerce* secara acak dengan berbagai produk dan jasa yang memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), dan memiliki tempat/lokasi/lapak yang berada di Kota Malang, Jawa Timur.

3.4 Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah studi kepatuhan para penyelenggara *E-Commerce* yang telah menjalankan bisnisnya terhadap peraturan Direktorat Jendral Pajak yang telah dikeluarkan dan berlaku umum terhadap bisnis yang sedang dilaksanakannya.

3.5 Data dan Jenis Data

Dalam hal pengumpulan data, peneliti mempunyai sumber data yaitu primer dan sekunder. Sugiyono (2012: 402) bila dilihat dari sumber data maka pengumpulan data dapat menggunakan:

1. Data Primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul. Untuk mendapatkan data primer bisa dilakukan dengan wawancara yang diwakilkan dengan kuisisioner.
2. Data Sekunder yang digunakan peneliti adalah dilakukan melalui literatur-literatur, buku-buku serta sumber-sumber lain yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2013: 199) metode kusioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan memberi seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab.

1. Observasi, peneliti melakukan pengamatan awal untuk mengetahui objek yang akan diteliti agar memahami sistem kerja lapangan yang berlaku dengan bertemu dengan beberapa informan.
2. Dokumentasi, peneliti melakukan pengumpulan data atau dokumentasi dan catatan subyek yang akan diteliti guna memperoleh data untuk penelitian ini dengan melalui kusioner yang akan dikirim via *online* kepada responden.
3. Tinjauan Literatur, peneliti membaca buku-buku dan referensi lainnya guna menunjang teori dalam penelitian ini dan bisa dapat memperoleh informasi yang relevan untuk dibandingkan dengan lapangan.

3.7 Analisis Data

Menurut Winarno (1999: 139) analisis kualitatif adalah menentukan dan menafsirkan data yang ada, misalnya situasi yang dialami, satu hubungan, kegiatan, pandangan, sikap yang nampak atau tentang suatu proses yang sedang muncul, kecenderungan yang nampak, pertentangan yang meruncing dan sebagainya. Sunyoto (2013) sesuai data yang diperoleh, analisis kualitatif untuk menjelaskan hubungan antara variable terpengaruh dengan yang mempengaruhi.

Analisis deskriptif adalah 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 gambar akan kondisi objek yang diteliti, hasil analisis ini akan memberikan gambaran umum terhadap keadaan yang dihadapi peneliti.



BAB IV

PEMAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Pemaparan Data Hasil Penelitian

Bisnis *E-Commerce* di Indonesia semakin tumbuh, beragam produk sekarang sudah semakin mudah dibeli secara *Online* mulai dari hasil produksi rumahan seperti; produk kerajinan, makanan, produk *furniture*, dan lain sebagainya. Semakin mengikatnya pengguna bisnis *Online* ini tidak bisa terlepas dari semakin berkembangnya teknologi internet, produk ber- *genre 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 *E-Commerce* yang telah dikelola *personal* atau kelompok juga semakin bermunculan *Marketplace* atau tempat jualan bersama. Kalau dulu mungkin orang hanya mengenal Tokobagus, Berniaga, dan Amazon, namun seiring potensi bisnis *E-Commerce* yang semakin menggiurkan oleh pelaku usaha tahun 2018 ini semakin ramai *Marketplaces* di Indonesia. Misalkan Bukalapak, Lazada, Olx, Tokopedia, dan masih banyak lagi lainnya, Kondisi ini menunjukkan perkembangan *E-Commerce* di Indonesia sangat bagus bagi pelaku usaha.

Terciptanya aplikasi media sosial baru seperti *Instagram*, menjadi pilihan utama media jualan pengusaha *E-Commerce*, aplikasi gratis dengan pengoprasian yang mudah menjadi pertimbangan bagi pengguna usaha *E-Commerce*. Beda halnya dengan menggunakan *websites*, setiap pemilik harus membayar sekian rupiah agar

bisa memiliki *websites* sendiri. Hampir seluruh pemilik usaha *E-Commerce*, memiliki akun *instagram*, apalagi didukung dengan bermunculannya para artis *instagram* atau biasa disebut istilah *selebgram*, membantu pengusaha *E-Commerce* memasarkan dagangannya. *System Endorse* dan *Paid Promote* adalah cara pemasaran usaha *E-Commerce* yang paling efektif melalui media sosial.

Sejak 1 Januari 2014, Pemerintah telah menetapkan aturan mengenai batasan Pengusaha Kena Pajak (PKP) yaitu pengusaha yang omzetnya Rp 4,8 Miliar, dengan demikian semua pelaku usaha termasuk pebisnis *E-Commerce* yang omzetnya mencapai jumlah tersebut wajib memungut PPN (Pajak Pertambahan Nilai) atas setiap transaksinya. Tidak hanya pungenan PPN dalam transaksi *E-Commerce*, tetapi pengusaha tentunya wajib dikenakan juga Pajak Penghasilan (PPH). Hasil Pengamatan yang dilakukan peneliti di *instagram*, ada lebih dari 1000 *E-Commerce* yang beroperasi, data ini peneliti peroleh dari pengamatan langsung di *instagram*.

Ada banyak kendala yang dihadapi untuk pengenaan pajak atas transaksi *E-Commerce*, transaksi 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*, *music*, *e-magazine*, sehingga cukup menyulitkan dalam penentuan objek pajaknya, di samping itu bukti transaksinya adalah bukti elektronik sehingga membuat transaksi *E-Commerce* semakin susah dideteksi. Dan kendala yang terakhir adalah bahwa transaksi *E-Commerce* tidak hanya didalam 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 pelaku 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 *iE-Commerce* orang pribadi dikenakan PPh sebesar 0,75% dari omzet setiap bulannya. Dengan berlakunya PP 46 tahun 2013, maka perlakuan pajak pengusaha *E-Commerce* dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp 4,8 Miliar dikenakan pajak sama dengan pajak UMKM yaitu 1% dari omzet. Namun persoalan akan muncul 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 kedudukan di Indonesia.

Penyebaran kuisisioner ini penulis lakukan dengan beberapa tahapan yaitu dengan mencari secara acak *E-Commerce* yang ada diberbagai media sosial seperti *Facebook, Instagram, Websites*, dan aplikasi *online marketplace*. Penulis lalu menghubungi satu per satu responden melalui kontak yang tersedia lewat aplikasi *Whatsapp*, yang kemudian penulis melakukan sedikit wawancara sebelum nanti diberikan kuisisioner *online* untuk verifikasi kesepakatan responden untuk mengisi kuisisioner yang telah penulis siapkan dengan melalui *link online* kuisisioner atau lebih dikenal dengan *Google Form* yang nanti akan berisi beberapa pertanyaan untuk responden isi dan menjadi data primer penelitian ini. Berikut hasil penyebaran kuisisioner *online* yang telah dilakukan :

Tabel 4.1
Hasil Penyebaran Kuisisioner Online

No.	Keterangan Kuisisioner	Jumlah	Prosentase
1.	Kuisisioner yang disebar	100	100%
2.	Kuisisioner yang direspon	65	65%
3.	Kuisisioner yang tidak direspon	35	35%
4.	Kuisisioner yang digunakan untuk data	60	100%
5.	Kuisisioner yang tidak sesuai kualifikasi	5	5%

Sumber : Data Primer (Diolah)

Kuisisioner yang disebar sebanyak 100 kuisisioner dan jumlah kuisisioner yang direspon sebanyak 65 kuisisioner atau 65%, kuisisioner yang tidak direspon sejumlah 35 kuisisioner atau 35%, kuisisioner yang tidak sesuai kualifikasi sejumlah 5 kuisisioner atau 5% dan kuisisioner yang digunakan sebagai data primer sejumlah 65 kuisisioner atau 65%. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa kuisisioner yang direspon berjumlah 65 kuisisioner, tidak semua merespon kuisisioner yang telah diberikan dikarenakan banyak responden yang tidak bersedia mengisi kuisisioner dengan alasan yang berbagai macam mulai dari menjaga privasi data yang diminta sampai tidak ada jawaban sama

sekali atas permintaan tersebut sehingga penulis menggolongkan ke dalam kuisisioner yang tidak direspon.

Tabel 4.2
Daftar Responden

No.	NAMA PEMILIK	INSTAGRAM	LAMA USAHA	OMZET Per TAHUN
1.	Fuji Kartika	@Ziehijab	1-5 Tahun	1 M – 3 M
2.	Suci	@Sbbiyahmuslimfashion	1-5 Tahun	1 M – 3 M
3.	Lathifah Rahmiati	@Ivashijab	1-5 Tahun	300 Jt – 1 M
4.	Siti Nur Hudha	@Snhijab_	1-5 Tahun	300 Jt – 1 M
5.	Anindya Dena	@Azzuraattire	1-5 Tahun	300 Jt – 1 M
6.	Dewi	@Superbinder	1-5 Tahun	< 300 Jt
7.	Lidya Putri	@Langitbirucorp	1-5 Tahun	< 300 Jt
8.	Suci Damayanti	@Kinustuff	1-5 Tahun	< 300 Jt
9.	Agnes Santyavi	@Jelly_Os	1-5 Tahun	< 300 Jtv
10.	Anisa Ayuningtya	@Nisayu_Hijab	1-5 Tahun	< 300 Jt
11.	Qumi Nahril	@Jilbabgrosirann	1-5 Tahun	< 300 Jt
12.	Houseofiv	@Houseofvin	1-5 Tahun	< 300 Jt
13.	Reisha	@Noeraskincare	1-5 Tahun	< 300 Jt
14.	Afrinda	@Susanshopp	1-5 Tahun	< 300 Jt
15.	Rihandina	@Chlarisboutique	1-5 Tahun	< 300 Jt
16.	Enno Winanda	@Mejikuhijab	1-5 Tahun	< 300 Jt
17.	Angggriz	@Iwearbunch_Hijab	1-5 Tahun	< 300 Jt
18.	Tiya	@Farisoutlet	1-5 Tahun	< 300 Jt
19.	Yanti	@Dmalikas	1-5 Tahun	< 300 Jt
20.	Umi Laily	@Harumimi22	1-5 Tahun	< 300 Jt
21.	Miranti	@Dressmenyusui	1-5 Tahun	< 300 Jt
22.	Delyma Putri	@Cottontrend	1-5 Tahun	< 300 Jt
23.	Ismi	@Berribernice	1-5 Tahun	< 300 Jt
24.	Putri Ratna	@Putriratnasavitri	6-10 Tahun	< 300 Jt
25.	Amanda Sylvia	@Skyveil	1-5 Tahun	< 300 Jt
26.	Futya Rakhmah	@Arwa_Scraf	1-5 Tahun	< 300 Jt
27.	Suci Rahmah	@Suci Collection	1-5 Tahun	< 300 Jt
28.	Rizky Kurniawan	@Inori_Shop	1-5 Tahun	< 300 Jt
29.	Nina Yuliantri	@Adorablechick_	1-5 Tahun	< 300 Jt
30.	Yuliza	@Valizastuff	1-5 Tahun	< 300 Jt
31.	Rizki Randa	@Aurora_Aksesoris	> 1 Tahun	> 100 Jt
32.	M. Adriansyah	@Aroonahijab	> 1 Tahun	> 100 Jt
33.	Nur Fadillah	@Sweetminestuff	> 1 Tahun	> 100 Jt

Tabel 4.1
(Lanjutan)
Daftar Responden

No.	NAMA PEMILIK	INSTAGRAM	LAMA USAHA	OMZET Per TAHUN
34.	M. Fauzan	@Pijarscraf	> 1 Tahun	> 100 Jt
35.	M. Farhan	@Lecheeboutique	> 1 Tahun	> 100 Jt
36.	Nayla Ramadhanti	@Nimahijab	> 1 Tahun	> 100 Jt
37.	Mozha	@Dyn_Clothingline	> 1 Tahun	> 100 Jt
38.	Rachel	@Hijabofdesy	> 1 Tahun	> 100 Jt
39.	Inggrid Pratama	@Hicoll	> 1 Tahun	> 100 Jt
40.	Al Ansha Kresnu	@Aisheegallery	> 1 Tahun	> 100 Jt
41.	Kresna Moti	@Eureka.Co	> 1 Tahun	> 100 Jt
42.	Zaky Haidar	@Outfitm	> 1 Tahun	> 100 Jt
43.	Rafid Muqsith	@Moshefhijab	> 1 Tahun	> 100 Jt
44.	Anwar	@Enggarbakery_Id	> 1 Tahun	> 100 Jt
45.	Nurdina	@Omamie.Malang	> 1 Tahun	> 100 Jt
46.	Amran	@Naminasae_Wakoelinary	> 1 Tahun	> 100 Jt
47.	Nurmala Dewi	@Milagrosmalang	> 1 Tahun	> 100 Jt
48.	Azwar	@Nyemil.Kane	> 1 Tahun	> 100 Jt
49.	Nurhaliza	@Moohawkfood	> 1 Tahun	> 100 Jt
50.	Nurmailis	@Melaticemal	> 1 Tahun	> 100 Jt
51.	Sri Mulyani	@Maspukis	> 1 Tahun	> 100 Jt
52.	Deri Maradona	@Dapur_Ponty	> 1 Tahun	> 100 Jt
53.	Bunga Ismillah	@Nasinandos_Mlg	> 1 Tahun	> 100 Jt
54.	Mashur	@Sabsabthaidrinks	> 1 Tahun	> 100 Jt
55.	Agus Salim	@Kusuma_Malang	> 1 Tahun	> 100 Jt
56.	Nenny Agustina	@Bravorista	> 1 Tahun	> 100 Jt
57.	Donald Ramadhan	@Cwiemieinstant	> 1 Tahun	> 100 Jt
58.	Ade Andre	@Vebakulkue	> 1 Tahun	> 100 Jt
59.	Razika Fatir	@Basita.Id	> 1 Tahun	> 100 Jt
60.	M. Roudlo	@Mbakmenir	> 1 Tahun	> 100 Jt

Sumber : Data Primer (Diolah)

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini memiliki karakteristik yang mana telah dijabarkan pada kuisisioner *online* yang terdiri dari tolak ukur patuh menurut PMK Nomor 192 Tahun

2007, Omzet per Tahun, dan Lama Operasional. Berikut penjelasan masing-masing karakteristik :

A. Karakteristik menurut PMK Nomor 192 Tahun 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
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak
3. Laporan keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama (3) Tahun berturut – turut, dan
4. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir.

Tabel 4.3
Karakteristik Wajib Pajak Patuh

KATEGORI	JAWABAN	JUMLAH RESPONDEN	PROSENTASE
Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan	YA	30	50%
	TIDAK	30	50%
JUMLAH		60	100%

Sumber : Data Primer (Diolah)

Pasal 2 menjelaskan bahwa tepat waktu dalam penyampaian Surat Pemberitahuan sebagaimana yang dimaksud pasal 1 adalah meliputi penyampaian Surat Pemberitahuan Tahunan tepat waktu dalam 3 (tiga) tahun terakhir, penyampaian Surat Pemberitahuan Masa yang terlambat dalam tahun terakhir untuk Masa pajak Januari sampai November tidak lebih dari 3 (tiga) Masa pajak untuk setiap jenis pajak dan tidak berturut – turut, dan Surat Pemberitahuan Masa yang terlambat sebagaimana yang dimaksud pada penjelasan sebelumnya telah disampaikan tidak lewat dari batas waktu penyampaian Surat Pemberitahuan Masa masa pajak berikutnya.

Dari tabel 4.3 dapat kita lihat dari semua responden yang berjumlah 60, prosentase nya berimbang yaitu 50% dan 50% belum termasuk karakteristik karena terhitung mulai 3 (tiga) tahun terakhir, sementara yang tidak termasuk kategori adalah *e-commerce* yang baru berdiri lebih dari 1 (satu) tahun. Kesadaran wajib pajak terhadap ketepatan waktu penyampaian SPT masih sangat minim sekali dikarenakan kebanyakan responden tidak ingin terlalu dipersulit dengan adanya pemajakan yang berlaku, mereka beranggapan bahwa usaha yang tidak terlalu besar tidak harus mematuhi peraturan perpajakan.

Tabel 4.4
Karakteristik Wajib Pajak Patuh

KATEGORI	JAWABAN	JUMLAH RESPONDEN	PROSENTASE
Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak,	YA	30	50%

Tabel 4.4 (Lanjutan)
Karakteristik Wajib Pajak Patuh

KATEGORI	JAWABAN	JUMLAH RESPONDEN	PROSENTASE
kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak			
	TIDAK	30	50%
JUMLAH		60	100%

Sumber : Data Primer (Diolah)

Menurut pasal 2 PMK Nomor 192 tahun 2007 yang dimaksud dengan tidak memiliki tunggakan pajak untuk semua jenis pajak kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak adalah tidak mempunyai tunggakan pajak sebagaimana dimaksud dalam pasal 1 adalah keadaan pada tanggal 31 desember tahun sebelum penetapan sebagai wajib pajak patuh dan tidak termasuk utang pajak yang belum melewati batas akhir pelunasan.

Berdasarkan data diatas masih kita lihat perolahan datanya sama yaitu 50% atau 30 responden yang termasuk dalam kategori dan 50% atau 30 responden lagi tidak termasuk kategori dikarenakan baru berdiri tidak lebih dari 1 (satu) tahun, jadi belum bisa dihitung berdasarkan pajak tahun sebelumnya yang mana terhitung dari 31 desember. Seharusnya ini menjadi fokus Direktorat Jendral Pajak untuk massiv kan gerakan dalam sosialisasi kepada wajib pajak yang sewajarnya bisa lebih dilibatkan dalam pembayaran pajak untuk Negara.

Tabel 4.5
Karakteristik Wajib Pajak Patuh

KATEGORI	JAWABAN	JUMLAH RESPONDEN	PROSENTASE
Laporan keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama (3) Tahun berturut – turut	YA	20	25%
	TIDAK	40	75%
JUMLAH		60	100%

Sumber : Data Primer (Diolah)

Menurut pasal 2 Laporan keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama (3) Tahun berturut – turut adalah Laporan Keuangan yang diaudit oleh atau lembaga pengawas keuangan pemerintah sebagaimana dimaksud dalam pasal 1 harus disusun dalam bentuk panjang (*long form report*) dan menyajikan rekonsiliasi laba rugi komersial dan fiskal bagi Wajib Pajak yang wajib menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan. Lalu pada ayat berikutnya dijelaskan bahwa pendapat Akuntan atas Laporan Keuangan yang diaudit oleh Akuntan Publik sebagaimana dimaksud sebelumnya ditandatangani oleh Akuntan Publik yang tidak sedang dalam pembinaan lembaga pemerintah pengawas Akuntan Publik.

Dari data tabel 4.5 diatas menghasilkan bahwa 25% responden yang hanya diaudit oleh Akuntan Publik atau Lembaga Pengawas Keuangan Pemerintah tetapi tidak semua yang mendapat opini Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) 3 (Tiga) kali berturut-turut, dan 75% responden yang tidak diaudit oleh Akuntan Publik atau Pengawas Lembaga Keuangan Pemerintah. Hasil yang sangat mengejutkan sekali diperoleh untuk kategori yang ini dikarenakan tidak banyak sekali *e-commerce* mengetahui cakupan sampai dengan diauditnya Laporan Keuangan dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian 3 (tiga) kali berturut-turut, dan dapat disimpulkan bahwa semua responden tidak dapat dikategorikan dalam tolak ukur kepatuhan ini.

Jika dilihat dari hasil diatas memang masih terlalu banyak wajib pajak yang tidak terlalu memperdulikan Laporan Keuangan yang diaudit oleh Kantor Akuntan Publik yang akan lebih menguntungkan apabila para pelaku usaha ini melaksanakannya, tetapi memang banyak pelaku usaha ini yang tidak memahami dan tidak peduli dengan manfaat yang pasti dari dampak yang akan dirasakan sehingga kebanyakan dari responden yang peneliti mintai keterangan tidak respond an menjawab ketidaktahuan mereka terhadap peraturan perpajakan.

Tabel 4.6
Karakteristik Wajib Pajak Patuh

KATEGORI	JAWABAN	JUMLAH RESPONDEN	PROSENTASE
Tidak pernah dipidana karena melakukan tidak pidana di bidang perpajakan berdasarkan	YA	60	100%

Tabel 4.6 (Lanjutan)
Karakteristik Wajib Pajak Patuh

KATEGORI	JAWABAN	JUMLAH RESPONDEN	PROSENTASE
putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir.	TIDAK	0	0%
JUMLAH		60	100%

Sumber : Data Primer (Diolah)

Berdasarkan data diatas hampir semua responden menyatakan tidak pernah terlibat dalam pidana di bidang perpajakan, tetapi sebagian responden tidak termasuk dalam kategori yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir dikarenakan beberapa responden baru berdiri lebih dari 1 tahun berjalan, akan tetapi responden meyakini bahwa tidak pernah terlibat ataupun terpidana dan dipidana di bidang perpajakan.

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Per Tahun

No.	Omzet	Jumlah Responden	Prosentase
1.	>100 Jt	16	10%
2.	<300Jt	39	70%
3.	300 Jt – 1 Milyar	3	5%
4.	1 Milyar – 3 Milyar	2	5%
5.	3 Milyar – 4,8 Milyar	0	0%
JUMLAH		60	100%

Sumber : Data Primer (Diolah)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa responden yang memiliki omzet lebih dari 100 Juta sebanyak 10%, responden dengan omzet kurang dari 300 Juta sebanyak 70%, responden dengan omzet 300 Juta – 1 Milyar sebanyak

5%, responden dengan omzet 1 Milyar – 3 Milyar sebanyak 5%, dan responden dengan omzet 3 Milyar – 4,8 Milyar sebanyak 0%. Maka responden paling banyak adalah yang memiliki omzet lebih dari 300 Juta.

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Operasional

No	Lama Operasional	Jumlah Responden	Prosentase
1.	>1 Tahun	30	50%
2.	1 – 5 Tahun	29	48%
3.	6 – 10 Tahun	1	2%
4.	>10 Tahun	0	0%
JUMLAH		60	100%

Sumber : Data Primer (Diolah)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki lama operasional lebih dari 1 Tahun sebanyak 50%, responden dengan lama operasional 1 – 5 Tahun sebanyak 48%, responden dengan lama operasional 6 – 10 Tahun sebanyak 2%, dan responden dengan lama operasional lebih dari 10 Tahun sebanyak 0%. Menurut data tersebut, maka tingkat lama operasional responden yang paling banyak adalah lebih dari 1 Tahun. Lama operasional usaha sangat mempengaruhi pemahaman pelaku usaha atau wajib pajak bisnis *online* yang saat ini sedang berkembang pesat dan terus berinovasi dengan berbagai jenis produk yang mereka jual belikan kepada konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Putri (2015), dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa pengetahuan peraturan pajak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Perbedaan dari penelitian ini adalah pada objeknya, dalam penelitian ini objek yang digunakan adalah *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 pemenuhan administrasi 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 rendah, mayoritas dari responden tidak memiliki NPWP. Sebagian responden tidak mau mendaftarkan sebagai wajib pajak

dikarenakan mereka tidak mau 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 mengenai PTKP dan PKP. Pengenaan kewajiban perpajakan pengusaha *e-commerce* sama halnya dengan pengusaha biasa, pengusaha *e-commerce* adalah wajib pajak berpenghasilan kena pajak yang sudah seharusnya dipungtu pajaknya, namun karena jaringan internet yang luas, pengusaha *e-commerce* ini sulit diidentifikasi. Misalnya pengusaha yang memiliki usaha *e-commerce* didalam negeri dan luar negeri, maka dari itu perlu adanya peraturan khusus mengenai *pe-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-Quran Surah Al-Alaq yang berbunyi:

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (١) خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (٢) اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (٣) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (٤)
(5) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ

Yang artinya “(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 perantara kalam (5) dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”.

Surah ini adalah surah yang pertama kali turun kepada Rasullullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam turun pada awal-awal kenabian ketika beliau tidak mengetahui apa itu kitab dan apa itu iman. Lalu Malaikat Jibril ‘alaihi salam datang

kepada beliau membawa wahyu dan menyuruh beliau membaca, ia berkata “Bacalah”. Dengan terperanjat Nabi 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 Nabi Muhammad shallallahu ‘alaihi wa sallam masih tetap menjawab “aku tidak dapat membaca” begitulah keadaan berulang sampai tiga kali dan pada ketiga kalinya Malaikat Jibril berkata “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. Yakni yang menciptakan semua makhluk, pada ayat selanjutnya disebutkan secara khusus manusia diantara sekian ciptaannya. Oleh karena itu, yang telah menciptakan manusia dan memperhatikannya dengan mengurusnya, tentu akan mengaturnya dengan perintah dan larangan, yaitu dengan diutusnya Rasul dan diturunkannya kitab suci Al-Quran. Yakni banyak dan luas sifatnya, banyak kemuliaan dan ihsannya, luas kepemurahannya, dimana diantara kemurahannya adalah mengajarkan berbagai ilmu kepada manusia. Maksudnya, Allah SWT mengajar manusia dengan perantaraan tulis baca. Hal itu, karena manusia dikeluarkannya 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 kepada Al-Quran, mengajarkan kepadanya hikmah dan mengajrkan kepadanya denga perantaraan pena, dimana dengannya terjaga ilmu-ilmu. Maka segala puji bagi Allah SWT yang telah mengaruniakan nikmat-nikmat itu yang tidak

dapat mereka balas karena banyaknya, selanjutnya Allah SWT yang telah 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 tuhan, dan tidak takut kepadapembalsan yang akan diberikan kepadanya, bahkan keadannya sampai meninggalkan petunjuk dengan keinginan sendiri dan mengajak manusia untuk meninggalkannya dan sampai melarang orang lain menjalankan sholat yang merupakan amal yang paling utama.

Perintah untuk mempelajari ilmu-ilmu melalui membaca sangat penting. Memahami peraturan perpajakan merupakan salah satu ilmunya yang seharusnya dipelajari oleh seluruh lapisan masyarakat. Karena kita ketahui sendiri, dari himpunan pajak ini sendirilah 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.

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 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 emnunjng 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 unuk 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 SWT Berfirman dalam Surah 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

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

Dalam 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 Utsman bin Abd al-Dar, beliau mengunci ka’bah maka Abbas mengambil dengan paksa kunci tersebut lalu Rasulullah mengutus Ali Ra untuk meminta Abbas mengembalikan kunci tersebut dan meminta maaf kepada Utsman bin Abd al-Dar, setelah itu Ali Ra pun menceritakan pada Utsman bin Abd al-Dar bahwa ayat ini diturunkan kepadanya, maka Utsman bin Abd al-Dar 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 ahli 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 apayang 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 DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis tingkat kepatuhan pajak berdasarkan Surat Edaran Direktorat Jendral pajak nomor 62 Tahun 2013 atas model bisnis *e-commerce* di Kota Malang. responden dalam penelitian ini berjumlah 60 responden, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil data diatas sangat mengejutkan sekali bahwa hampir semua *e-commerce* di Kota Malang tidak termasuk kategori wajib pajak patuh menurut PMK Nomer 192 Tahun 2007 pasal 1 dikarenakan beberapa faktor yaitu pemahaman peraturan perpajakan, kepatuhan perpajakan, dan kesadaran kewajiban membayar pajak. Padahal beberapa responden memiliki omzet yang diluar dugaan sehingga bisa menjadi potensi pemasukan Negara yang akan dikembalikan lagi fungsinya untuk masyarakat.

Pemahaman perturan pajak sangat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, artinya semakin tinggi pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perpajakan maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dan pemahaman peraturan perpajakan ini juga ditunjang pula dari tingkat pendidikan responden.

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 terlalu berpengaruh karena disebabkan masyarakat masih sinis dan kurang percaya terhadap keberadaan pajak karena masih merasa sama dengan upeti, memberatkan, pembayarannya sering mengalami kesulitan, ketidakmengertian masyarakat apa dan bagaimana pajak dan ribet menghitung dan melaporkannya.

5.2 Saran dan Rekomendasi

Untuk wajib pajak pengusaha *e-commerce* khususnya di Kota Malang, perlu ditingkatkannya kesadaran dalam diri untuk mau memahami peraturan perpajakan yang ada, mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, dan memenuhi kewajibannya. Karena pengusaha *e-commerce* sama halnya dengan pengusaha biasa yang sama-sama berpenghasilan dan sudah seharusnya membayar pajak terutang.

Untuk penelitian selanjutnya bisa menambahkan aspek perpajakan lainnya. Kemudian cakupan dari pada responden yang seharusnya lebih luas lagi, misalkan *e-commerce* di Jawa Timur karena menurut peneliti responden saat ini belum *representative* dari yang diharapkan bisa mewakili hasil yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya.

Diana, Anastasia., Setiawati, Lilis. (2009). *Perpajakan Indonesia: Konsep, Aplikasi, dan Penuntun Praktis*. Yogyakarta: ANDI

Arisandy, Nelsi. (2017). *Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Saksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Bisnis Online Di Pekanbaru*. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis. UIN Sutan Syarif Kasim, Riau. Diperoleh tanggal 11 Mei 2018 dari <http://www.scholar.google.co.id/>.

Barakatullah, Abdul Halim., Prasetyo, Teguh. (2006). *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Creswell, Jhon W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches, Third Edition*. Thousand Oaks, CA: SAGE. Lazuardi, Ahmad Lintang (penerjemah, 2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih diantara lima pendekatan*. Edisi ketiga. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.

Endeshaw, Assafa. (2001). *Internet and E-Commerce Law: with a focus on Asia-Pacific*, Prentice Hall., London. Terjemahan oleh Purwandi, Siwi., Hananto, Mursyid Wahyu. (2007). *Hukum E-Commerce dan Internet dengan Fokus di Asia Pasifik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.

Hasanah, Rifa Arbangatin. (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*. Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Hidayati, Devin Nurul. (2014) **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Badan (Studi Kasus pada UMKM di Kota Malang)**. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Kamayanti, Ari. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi Pengantar Religiositas Keilmuan*. (cet. ke-2). Jakarta: Yayasan Rumah Peneleh.

Karim, Adiwarmaz Azwar. (2014). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (jilid 3, cet. ke-6). Jakarta: Rajawali Pers.

Kienan, Brenda. (2000). *Small Business Solution E-Commerce*, Microsoft Press. Terjemah oleh Frans Kowa. (2001). *E-Commerce untuk Perusahaan Kecil*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

MADCOMS. (2011). *Sukses Membangun Toko Online dengan E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Offset.

Makalalang, Leonard. (2016). *Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha Dalam Transaksi Perdagangan Online (E-Commerce)*. Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion. Diperoleh tanggal 11 Mei 2018 dari <http://www.scholar.google.co.id/>.

Makalah Akad Salam. (2016). Diperoleh tanggal 21 Mei 2018 dari <http://makalahqw.blogspot.co.id/2016/11/makalah-akad-salam.html>

Makalah Jual Beli Salam. (2013). Diperoleh tanggal 21 Mei 2018 dari <http://rizkyelguaje.blogspot.co.id/2013/05/makalah-jual-beli-salam.html>

Makalah Salam. (2013). Diperoleh tanggal 21 Mei 2018 dari <http://kaharazisp.blogspot.co.id/2013/06/salam.html>

Mardiasmo. (2009). *Perpajakan Edisi Revisi 2009*. Yogyakarta: ANDI

Markus, Muda. (2005). *Perpajakan Indonesia Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Gramedia Utama

Ocktaviani, Oky. (2015) **Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Sebelum Dan Sesudah Diterapkan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 di UMKM Onyx Tulungagung**. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192 Tahun 2007 Tentang Kriteria Wajib Pajak yang dapat Diberikan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak.

Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 Tentang Pajak Penghasilan Penghasilan dari usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang memiliki Peredaran Bruto tertentu.

Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012 Tentang PPN dan PPnBM

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 38 Tahun 2013 Tentang Nilai Lain Sebagai Dasar Pengenaan Pajak

Pohan, Chairil Anwar. (2017). *Pembahasan Komprehensif Pengantar Perpajakan Teori dan Konsep Hukum Pajak* (jilid 2). Jakarta: Mitra Wacana Media.

Surat Edaran Direktorat Jendral pajak Nomor 62 Tahun 2015 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi E-Commerce.

Susanti, Noviatul Riska. (2018). **Relevansi Keadilan Dan Kepatuhan Pajak Perspektif Ibnu Khaldun Dalam Rangka Pencapaian Target Pajak.** *Skripsi.* Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan

Undang-undang Nomor 42 Tahun 2009 Tentang PPN Barang dan Jasa dan PPnBM

Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Utomo, Eviera Maharani. (2016). *Transaksi E-Commerce Sebagai Potensi Penerimaan Pajak Di Indonesia.* Jurnal. Universitas Negeri Surabaya. Diperoleh tanggal 11 Mei 2018 dari <http://www.scholar.google.co.id/>.

<http://www.apjii.or.id/>, Diakses tanggal 14 Mei 2018

<http://www.emarketer.com/>, Diakses tanggal 14 Mei 2018

<http://www.pajak.go.id/>, Diakses tanggal 7 Mei 2018

<http://www.bps.go.id/>, Diakses tanggal 31 Mei 2018

Lampiran 01 : Bukti Konsultasi

BUKTI KONSULTASI

Nama : Mastrio Novaldi
NIM/Jurusan : 14520140/Akuntansi
Pembimbing : Sri Andriani, SE., M.Si
Judul Skripsi : ANALISIS TINGKAT KEPATUHAN PAJAK
BERDASARKAN SURAT EDARAN DIREKTORAT JENDRAL PAJAK NOMOR
62 TAHUN 2013 ATAS MODEL BISNIS E-COMMERCE DI KOTA MALANG

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	5 April 2018	Pengajuan Outline	1. 
2.	9 Mei 2018	Acc Judul	2. 
3.	4 Juni 2018	Konsultasi Proposal	3. 
4.	25 Juni 2018	Revisi dan Acc Proposal	4. 
5.	13 Juli 2018	Seminar Proposal	5. 
6.	30 Agustus 2018	Konsultasi Bab I-IV	6. 
7.	1 September 2018	Konsultasi Bab I-V	7. 
8.	4 Oktober 2018	Revisi Bab V	8. 
9.	7 November 2018	ACC Keseluruhan	9. 

Malang, 23 November 2018

Mengetahui,
Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. H. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 19720322 200801 2 005

Lampiran 02 : Hasil Wawancara

HASIL WAWANCARA			
NO.	NAMA	TANGGAL WAWANCARA	HASIL WAWANCARA
1.	Larasitha Haniva	05-11-2018 (14.30-16.00 WIB)	<p>P: bisnis online apa yang anda miliki?</p> <p>R: kosmetik perawatan kulit</p> <p>P: apa sudah punya NPWP?</p> <p>R: kalo pribadi sih udah punya, tapi kalo usahanya belum</p> <p>P: kenapa belum?</p> <p>R: usahaku kan baru 1 tahun lebih kayaknya belum memenuhi buat NPWP</p> <p>P: tapi sudah didaftarkan sebagai PTKP?</p> <p>R: belum juga, soalnya belum mau berurusan sama pajak sih, haha</p> <p>P: sudah tau Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor 62 Tahun 2013?</p> <p>R: belum tau, apa itu?</p> <p>P: jadi itu adalah surat edaran yang dikeluarkan oleh dirjen pajak untuk pengenaan pajak bagi usaha online</p> <p>R: oalah gitu toh,</p> <p>P: apakah dalam sistem pembelian atau transaksi yang dilakukan sudah dilakukan pengenaan pajak?</p> <p>R: kan biasanya kalo pembeli luar kota itu kita pake sistem ongkir dan kalo yang dekat kita langsung pake uang tunai</p> <p>P: jadi belum ada pemungutan pajak langsung ya?</p> <p>R: sejauh ini sih ga ada ya, karena kita juga ga tahu ada sistem kayak gitu</p> <p>P: makasih mbak atas waktunya, lain kali kita sambung lagi ngobrolnya</p> <p>R: sama-sama</p>
2.	Gita Puspita	17-11-2018 (09.00-11.00 WIB)	<p>P: bisnis online apa yang anda miliki?</p> <p>R: saya ga punya bisnis online mas, saya lebihke distributornya aja</p>

			<p>P: tapi dari bisnis itu mbak sudah menerapkan sistem pemajakan ekpada pembeli?</p> <p>R: nah kalo itu saya kurang paham ya mas, mungkin dari pusatnya yang potong atau gimananya</p> <p>P: maksudnya mbak produk yang dijual ini sudah dipotong pajak sebelum dijual belikan?</p> <p>R: mungkin kayak gitu mas</p> <p>P: jadi prosesnya seperti apa mbak?</p> <p>R: hampir sama sih mas kayak semua bisnis online yang lainnya, jadi kalo misalkan diluar jangkauan kita pake sistem ongkir sebelumnya transfer uang dulu mas dan kalo sekitar sini kita langsung anter barang</p> <p>P: brarti kemungkinannya pemotongan pajak itu sudah dilakukan sebelum produk dijual belikan atau belum dikenakan pajak sama sekali ya mbak?</p> <p>R: ya mungkin kira-kira kayak gtiu mas</p> <p>P: oh iya mbak, samean tahu Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor 62 Tahun 2013?</p> <p>R: baru denger mas, hehe</p> <p>P: isi dari surat edaran itu menjelaskan tetang tata cara pemajakan untuk jenis bisnis online mbak dan macam-macam jenis bisnis online</p> <p>R: makasih mas infonya</p> <p>P: selain itu mbak juga bisa tahu gimana cara pengenaan pajak yang benar terhadap jenis bisnis online yang samean jalankan</p> <p>R; iya mas</p> <p>P: makasih mbak atas waktunya</p> <p>R: iya mas</p>
3.	Amalia Hidayah	25-11-2018 (19.00-20.00 WIB)	<p>P: bisnis online apa yang ibu miliki?</p> <p>R: jilbab grosiran mas</p> <p>P: apakah sudah memiliki NPWP</p>

			<p>bu?</p> <p>R: sudah mas</p> <p>P: Pribadi atau badan bu?</p> <p>R: masih pribadi mas, saya juga baru tahu kalo ada NPWP badan juga</p> <p>P: iya bu selain NPWP pribadi ibu juga harus mendaftarkan usaha ibu ke petugas pajak agar bisa dikatakan legal usahanya</p> <p>R: tapi nanti malah kena pajak tambah banyak dong mas</p> <p>R: tanggungan pajak saya</p> <p>P: untuk pribadi kan tergantung profesi ibu, tapi kalo untuk usaha itu juga akan dilihat omzet ibu per tahun</p> <p>R: ealah gitu toh mas</p> <p>P: usaha ibu sudah memiliki Laporan Keuangan?</p> <p>R: sekedar pencatatan biasa sih ada mas</p> <p>P: apakah sesuai standard bu?</p> <p>R: boro-boro mas, wong usahanya bukan kayak perusahaan gede gitu kok jadi yang sederhana aja mas</p> <p>P: tapi itu juga penting bu untuk mengetahui arus kas usaha ibu</p> <p>R: iya mas, tapi kan kita namanya orang pasar gini ya maennya sesuai pengalaman aja jadi ga ribet mas dan kita juga gam au diribetin orang pajak dengan menata Laporan Keuangan</p> <p>P: ibu pernah tau Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor 62 Tahun 2013?</p> <p>R: waduhh mas aku ga paham masalah pelajaran kuliah eh mas, hehe</p> <p>P: bukan bu, jadi itu peraturan yang menjelaskan soal pengenaan pajak buat bisnis online yang mana sedang ibu jalankan</p> <p>R: hahaha... tak kira samean nanya pelajaran kuliah mas.</p>
--	--	--	---

			<p>P: hehe bukan bu, R: saya malah ga tahu sama sekali eh mas, ini aja saya coba-coba kan sekarang lagi zamannya mas dagang pake sosial media ternyata lebih mudah memasarkannya P: makasih banyak ibu atas waktunya berbincang-bincang R: sama-sama mas</p>
--	--	--	--



Lampiran 03



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

PERATURAN MENTERI KEUANGAN
NOMOR 192/PMK.03/2007
TENTANG

TATA CARA PENETAPAN WAJIB PAJAK DENGAN KRITERIA TERTENTU DALAM RANGKA
PENGEMBALIAN PENDAHULUAN KELEBIHAN PEMBAYARAN PAJAK

MENTERI KEUANGAN,

Menimbang : bahwa dalam rangka melaksanakan ketentuan Pasal 17C ayat (7) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, perlu menetapkan Peraturan Menteri Keuangan tentang Tata Cara Penetapan Wajib Pajak Dengan Kriteria Tertentu Dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak;

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1983 Nomor 49, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3262) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 85, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4740);
2. Keputusan Presiden Nomor 20/P Tahun 2005;

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN MENTERI KEUANGAN TENTANG TATA CARA PENETAPAN WAJIB PAJAK DENGAN KRITERIA TERTENTU DALAM RANGKA PENGEMBALIAN PENDAHULUAN KELEBIHAN PEMBAYARAN PAJAK.

Pasal 1

Wajib Pajak dengan kriteria tertentu yang selanjutnya disebut sebagai Wajib Pajak Patuh adalah Wajib Pajak yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan;
- tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak;
- Laporan Keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama 3 (tiga) tahun berturut-turut; dan
- tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir.

Pasal 2

- (1) Tepat waktu dalam penyampaian Surat Pemberitahuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 huruf a meliputi:



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

- 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 (tiga) Masa Pajak untuk setiap jenis pajak dan tidak berturut-turut; dan
 - c. Surat Pemberitahuan Masa yang terlambat sebagaimana dimaksud pada huruf b telah disampaikan tidak lewat dari batas waktu penyampaian Surat Pemberitahuan Masa Masa Pajak berikutnya.
- (2) Tidak mempunyai tunggakan pajak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 huruf b adalah keadaan pada tanggal 31 Desember tahun sebelum penetapan sebagai Wajib Pajak Patuh dan tidak termasuk utang pajak yang belum melewati batas akhir pelunasan.
 - (3) Laporan Keuangan yang diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 huruf c harus disusun dalam bentuk panjang (*long form report*) dan menyajikan rekonsiliasi laba rugi komersial dan fiskal bagi Wajib Pajak yang wajib menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan.
 - (4) Pendapat Akuntan atas Laporan Keuangan yang diaudit oleh Akuntan Publik sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ditandatangani oleh Akuntan Publik yang tidak sedang dalam pembinaan lembaga pemerintah pengawas Akuntan Publik.

Pasal 3

- (1) Direktur Jenderal Pajak menetapkan Wajib Pajak berdasarkan hasil penelitian terhadap pemenuhan persyaratan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 paling lambat tanggal 20 Januari.
- (2) Penetapan Wajib Pajak Patuh sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlaku untuk jangka waktu 2 (dua) tahun kalender.

Pasal 4

Terhadap permohonan pengembalian kelebihan pembayaran pajak dari Wajib Pajak Patuh sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 dilakukan penelitian atas:

- a. kelengkapan Surat Pemberitahuan dan lampiran-lampirannya;
- b. kebenaran penulisan dan penghitungan pajak;
- c. kebenaran Kredit Pajak atau Pajak Masukan berdasarkan hasil konfirmasi dalam sistem aplikasi Direktorat Jenderal Pajak atau konfirmasi dengan menggunakan surat;
- d. kebenaran pembayaran pajak yang telah dilakukan oleh Wajib Pajak; dan
- e. kebenaran alamat yang tercantum dalam Surat Pemberitahuan tersebut atau dalam surat pemberitahuan perubahan alamat.

Pasal 5

- (1) Direktur Jenderal Pajak setelah melakukan penelitian atas permohonan pengembalian kelebihan pembayaran pajak dari Wajib Pajak Patuh, menerbitkan Surat Keputusan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak paling lama 3 (tiga) bulan sejak permohonan diterima secara lengkap untuk Pajak Penghasilan, dan paling lama 1 (satu) bulan sejak permohonan diterima secara lengkap untuk Pajak Pertambahan Nilai.



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

- (2) Surat Keputusan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak diterbitkan apabila hasil penelitian menyatakan tidak lebih bayar, lampiran Surat Pemberitahuan tidak lengkap, pembayaran pajak tidak benar, atau alamat tidak sesuai dengan yang tercantum dalam Surat Pemberitahuan atau dengan pemberitahuan perubahan alamat.
- (3) Dalam hal Surat Keputusan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak tidak diterbitkan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), kepada Wajib Pajak diberitahukan secara tertulis.

Pasal 6

- (1) Surat Keputusan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 tidak dapat diterbitkan kepada Wajib Pajak Patuh apabila dalam masa berlakunya jangka waktu sebagai Wajib Pajak Patuh:
 - a. terhadap Wajib Pajak tersebut dilakukan tindakan penyidikan tindak pidana di bidang perpajakan;
 - b. Wajib Pajak terlambat menyampaikan Surat Pemberitahuan Masa untuk suatu jenis pajak tertentu 2 (dua) Masa Pajak berturut-turut;
 - c. Wajib Pajak terlambat menyampaikan Surat Pemberitahuan Masa untuk suatu jenis pajak tertentu 3 (tiga) Masa Pajak tidak berturut-turut dalam 1 (satu) tahun kalender;
 - d. Wajib Pajak terlambat menyampaikan Surat Pemberitahuan Masa tidak lebih 3 (tiga) Masa Pajak secara berturut-turut dan terdapat penyampaian Surat Pemberitahuan Masa yang lewat dari batas waktu penyampaian Surat Pemberitahuan Masa Masa Pajak berikutnya; atau
 - e. Wajib Pajak terlambat menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan.
- (2) Terhadap Wajib Pajak Patuh sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diberitahukan secara tertulis bahwa kepada Wajib Pajak yang bersangkutan tidak dapat diterbitkan Surat Keputusan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak.

Pasal 7

Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara penetapan Wajib Pajak dengan kriteria tertentu dan prosedur dalam rangka pengembalian pendahuluan kelebihan pembayaran pajak, diatur dengan Peraturan Direktur Jenderal Pajak.

Pasal 8

Pada saat berlakunya Peraturan Menteri Keuangan ini:

1. Penetapan Wajib Pajak Patuh berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 544/KMK.04/2000 tentang Kriteria Wajib Pajak yang Dapat Diberikan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 235/KMK.03/2003 masih tetap berlaku sesuai dengan jangka waktu penetapan paling lama sampai dengan tanggal 31 Desember 2008.
2. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 544/KMK.04/2000 tentang Kriteria Wajib Pajak yang Dapat Diberikan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 235/KMK.03/2003, dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.



MENTERI KEUANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Pasal 9

Peraturan Menteri Keuangan ini mulai berlaku pada tanggal 1 Januari 2008.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengumuman Peraturan Menteri Keuangan ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 28 Desember 2007

MENTERI KEUANGAN,

td

SRI MULYANI INDRAWATI

Salinan sesuai dengan aslinya,
Kepala Biro Umum
u.b.
Kepala Bagian T.V. Departemen



Anto Suharto
NIK 30041107