

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penerimaan utama negara salah satunya berasal dari pajak, Pajak merupakan pembayaran dari masyarakat yang diwajibkan oleh undang - undang untuk diterima dan diterapkan oleh pemerintah, tanpa mengharap imbalan dan berpotensi mendukung pembangunan (Khair et al., 2024). *Undang-Undang Nomer 28 Tahun 2007* menyatakan pajak adalah kontribusi wajib yang harus dibayarkan oleh orang pribadi atau badan kepada negara yang bersifat memaksa, tidak mendapatkan imbalan langsung, dan digunakan untuk kepentingan negara. Hal ini, berarti Pajak sebagai kontribusi wajib bagi individu maupun badan usaha oleh negara sesuai dengan ketentuan undang-undang, tanpa adanya imbalan secara langsung. Pajak berperan sebagai sumber penerimaan negara yang dimanfaatkan untuk pelayanan publik dan program kesejahteraan bagi masyarakat.

Namun, dalam meningkatkan penerimaan pajak tidak begitu mudah, karena adanya tantangan dalam hal kepatuhan pajak. Kepatuhan pajak merupakan kesediaan wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya dan menggunakan hak - hak perpajakannya (Yulia et al., 2020). Dirjen Pajak telah mencatat bahwa kepatuhan formal wajib pajak dalam pelaporan SPT mengalami peningkatan dari tahun 2019 – 2023 dimana pada tahun 2019 rasio kepatuhan formal tercatat sebesar 73,06%, kemudian meningkat menjadi 77,63% di tahun 2020, 84,07% pada tahun 2021, 86,8% tahun 2022 dan pada tahun 2023 meningkat 88% (Wildan, 2024). Hal senada juga

ditegaskan oleh (Anggiani, 2024) seorang wajib pajak diharapkan untuk memenuhi kewajibannya, seperti membayar pajak sesuai dengan waktu yang ditetapkan, menghitung jumlah pajak yang harus dibayarkan, serta memahami peraturan yang berlaku. Menurut *Undang-Undang Nomer 28 Tahun 2007* Pasal 4 ayat 1 menyatakan wajib pajak mengisi dan menyampaikan surat pemberitahuan dengan benar, lengkap, jelas dan menandatangani. Kepatuhan ini sangat mempengaruhi penerimaan pajak.

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepatuhan pajak adalah bagaimana persepsi wajib pajak memandang atau menilai pajak itu sendiri. Menurut Ariyanto & Nuswantara (2020) persepsi merupakan sejauh mana seseorang memahami suatu informasi berdasarkan cara pandang atau perspektif pribadinya. Persepsi pajak dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti pandangan mengenai keadilan sistem perpajakan, persepsi terhadap transparansi dan efisiensi penggunaan dana pajak oleh pemerintah, manfaat langsung dari pajak yang dibayarkan mereka akan cenderung patuh dalam melaksanakan kewajiban pajaknya (Sitanggang & Pramesthi, 2019). Sebaliknya, jika wajib pajak memiliki persepsi negatif mereka mungkin akan tidak patuh untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

Pendapatan pajak memiliki peran penting dalam pengembangan dan pemeliharaan infrastruktur dan pelayanan publik. Namun, kepatuhan pajak sering kali menjadi masalah, dan penggunaan Inovasi Digital merupakan hal yang penting untuk mengurangi celah-celah penghindaran pajak yang mengakibatkan ketidakpatuhan pajak dan dapat meningkatkan transparansi serta kemudahan dalam administrasi perpajakan. Inovasi Digital dapat

menciptakan sistem yang lebih efisien serta mudah diakses, sehingga dapat mendorong kesadaran serta kepatuhan wajib pajak.

Perkembangan Inovasi Digital terus mengalami kemajuan pesat salah satunya yaitu layanan perpajakan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hajering (2024) Inovasi digital mempermudah akses terhadap individu maupun pelaku usaha untuk melakukan proses administrasi perpajakan serta dengan sistem perpajakan seperti *E-Filing*, *E-Billing*, Dan *E-SPT* dapat meningkatkan kepatuhan perpajakan. Inovasi digital dalam layanan perpajakan dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan kepatuhan pajak sehingga dapat meningkatkan penerimaan pajak.

Dalam laporan “*Kementerian Keuangan Direktorat Jendral Pajak (2024)*” Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai melalui perdagangan sistem elektronik terdapat 166 PMSE telah melakukan pemungutan dan penyetoran PPN PMSE sebesar 22,3 triliun. Jumlah tersebut berasal dari setoran Rp 731,4 miliar pada tahun 2020, yang kemudian meningkat di tahun 2021 sebesar Rp 3,90, Rp5,51 triliun tahun 2022, mencapai Rp 6,76 triliun tahun pada 2023, dan sebesar Rp 5,39 triliun di tahun 2024.

Salah satu fenomena yang muncul di tengah pesatnya digitalisasi adalah pertumbuhan *e-commerce* dibidang jasa titip. Bisnis Jastip merupakan model bisnis individu yang memberikan layanan titip barang melalui *platform Online* kepada orang lain dengan mengenakan tarif atau imbalan atas jasa mereka. Jasa titip atau yang dikenal dengan istilah *personal shopper*, merupakan aktivitas yang melibatkan seseorang untuk keluar masuk pusat perbelanjaan, toko ataupun pedagang besar guna membeli barang sesuai pesanan pelanggan. Jenis barang yang diinginkan atau dibutuhkan sangat

beraneka ragam mulai dari tas, make up, aksesoris, sepatu, barang elektronik, pakaian, hingga makanan.

Berdasarkan survei “jakpat” Databooks.Kadata.co.id, (2024) pengguna jastip terbesar adalah perempuan dengan produk favorit pakaian sebesar 57% dan kosmetik sebesar 46%. Berikut data survei produk favorit jasa titip

Tabel 1.1 Data Survei Produk Favorit Jasa Titip

No.	Nama Data	Laki-Laki	Perempuan
1	Pakaian	62	57
2	Kosmetik	22	46
3	Elektronik	52	23
4	Furniture	27	26
5	Produk anak-anak	15	21
6	Aksesoris	37	26
7	Sepatu / Tas / Dompot	36	43
8	Lain -Lainnya	5	11

Sumber : Databooks, 2024

Dari data di atas, bahwa terdapat banyak jenis barang yang dicari oleh masyarakat, sesuai dengan minat dan kebutuhan masing-masing. Dari sisi konsumsi rumah tangga, terlihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) dan kementerian Perdagangan menunjukkan, impor produk makanan dan minuman untuk rumah tangga mengalami kenaikan dalam beberapa tahun terakhir. Tahun 2019 impor makanan dan minuman olahan yang dikonsumsi langsung oleh rumah tangga berkisar 1.347 ribu ton dan terus meningkat sampai tahun 2022 di mana impor makanan dan minuman mencapai 1.9517,7 ribu juta ton (Kompas.id, 2024). Kenaikan tersebut menunjukkan makin tingginya permintaan masyarakat Indonesia pada produk impor. Maka, dapat disimpulkan bahwa bisnis jasa titip sangat populer di kalangan Wanita yang memiliki keterbatasan waktu untuk berbelanja sendiri.

Menurut Eka et al.(2020) bahwa Peluang bisnis ini dianggap menguntungkan tanpa harus mempunyai modal yang besar apalagi *jastiper* suka jalan-jalan di mall ataupun berburu diskon. Bisnis ini menguntungkan karena *jastiper* memberikan *fee* per barang. Kegiatan bisnis jasa titip ini dilakukan melalui platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan aplikasi pesan instan yang menjadikan proses transaksi lebih mudah dan cepat. Namun, di balik kemudahan tersebut, bisnis jasa titip dapat memunculkan tantangan baru dalam aspek kepatuhan pajak.

Rendahnya tingkat kepatuhan pajak di kalangan pelaku jasa titip menjadi permasalahan yang cukup serius. Sebagian besar pelaku jasa titip tidak memiliki legalitas usaha, tidak memiliki Nomor Pajak Wajib Pajak (NPWP), dan tidak melaporkan penghasilan dari kegiatan bisnisnya kepada otoritas pajak (Widyasari & Satria, 2022). Aktivitas ini memunculkan isu terkait regulasi perpajakannya, seperti Pengenaan pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), dan Bea Masuk terhadap barang yang dibawa masuk dari luar negeri. Dalam praktiknya pengusaha jasa titip yang tidak ingin pendapatannya berkurang pasti tidak akan melaporkan kepada petugas Bea Cukai. Biasanya, ketika terjadi pemeriksaan, pengusaha jasa titip tidak akan mengungkapkan bahwa tujuan mereka ke luar negeri adalah untuk berdagang. Mereka biasanya mengklaim bahwa barang titipan yang dibawa adalah untuk keperluan pribadi, sebagai oleh-oleh, atau memisahkan barang agar tidak melewati batas ketentuan bea masuk (Rabbani et al., 2024). Strategi tersebut mencerminkan rendahnya kepatuhan pajak para pelaku jasa titip terhadap kewajiban perpajakan yang seharusnya dipenuhi.

Tingkat kepatuhan pelaku jasa titip tidak hanya terlihat dari ketidakpatuhan dalam pelaporan penghasilan dan kepemilikan NPWP, tetapi juga dapat dilihat dari banyaknya pelanggaran yang terjadi. Salah satu kasus yang terjadi dari penindakan yang dilakukan oleh pihak Kantor pelayanan Bea dan Cukai Soekarno-Hatta, di mana tercatat sebanyak 422 kasus pelanggaran yang dilakukan oleh para pelaku jasa titip. Akibat pelanggaran tersebut negara mengalami kerugian sekitar Rp 4 miliar karena tidak terpenuhinya kewajiban pembayaran bea masuk (Asmarani, 2019) Kasus tersebut menunjukkan sebagian besar pelaku jasa titip masih belum menjalankan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Di sisi lain, pengusaha jasa titip tidak sadar akan hal ini merupakan tindakan yang dapat merugikan negara. Salah satu yang menjadi tantangan dalam penerapan pajak bagi pelaku bisnis jasa titip adalah persepsi mereka terhadap sistem perpajakan yang berlaku. Menurut Lestari Nanik et al.(2023) pelaku usaha yang merasa beban pajak dan bea masuk terlalu tinggi, sehingga mereka akan cenderung menghindari kewajiban pajak. Selain itu persepsi keadilan dalam sistem perpajakan sangat mempengaruhi kepatuhan pajak mereka. Hal ini sesuai menurut penelitian Febiola (2024) tingkat kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh persepsi terhadap keadilan, di mana wajib pajak akan merasa bahwa sistem perpajakan tersebut adil apabila tarif pajak yang dikenakan disesuaikan dengan besarnya penghasilan yang diperoleh. Selain itu, ketidaktahuan atau kurang pahamnya pelaku usaha jasa titip mengenai peraturan perpajakan yang berlaku. Menurut Eka et al. (2020) banyak dari mereka tidak menyadari bahwa aktivitas usaha mereka sudah

termasuk dalam kategori yang wajib dikenakan pajak, baik PPh, PPN, serta Bea Masuk.

Hal ini dibuktikan pernyataan dari Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) dalam sebuah wawancara yang dimuat oleh *antaranews.com* yang menyatakan bahwa sebagian besar transaksi *online* yang terjadi tidak membayar pajak padahal sebagian besar transaksinya per tahun diperkirakan mencapai sekitar 100 triliun (Vebrianto, F., 2014). Selain itu, penelitian oleh Utomo (2013) penelitian tersebut menunjukkan bahwa transaksi e commerce memiliki nilai cukup besar dan selalu mengalami peningkatan, namun tidak sebanding dengan realisasi penerimaan pajak di Indonesia, di mana pada tahun 2012 pendapatan pajak masih di bawah target anggaran negara. Di mana Indonesia menerapkan perhitungan *self-assesment system* sebagaimana diatur dalam Undang - Undang No.28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan yaitu sistem pemungutan pajak yang memberikan kewenangan penuh kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri jumlah pajak yang terutang . Salah satu aspek terpenting dalam dalam *self-assesment system* adalah kepatuhan yang bersifat sukarela karena seluruh proses perhitungan pajak diserahkan kepada wajib pajak Saad (2012). Hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan pajak, karena memberikan peluang bagi wajib pajak untuk menunda pembayaran pajak.

Kepatuhan wajib pajak dalam usaha jastip *online* penting untuk dipahami oleh para pengusaha jastip karena potensi kepatuhan yang masih rendah. Terutama karena sifat transaksinya yang fleksibel dan sering kali tidak terpantau secara formal. Maka fenomena ini menarik untuk diteliti

karena pelaku usaha jasa titip memiliki model bisnis unik yang mengandalkan transaksi lintas negara dan memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan pemesanannya. dari penelitian Hajering (2024) digitalisasi perpajakan dengan menggunakan sistem perpajakan berpengaruh dalam meningkatkan kepatuhan perpajakan dengan mempermudah proses pelaporan dan pembayaran secara transparan. Ariyanto & Nuswantara (2020) dalam penelitiannya yang membahas tentang pengaruh persepsi wajib pajak terhadap tarif pajak mempengaruhi tingkat kepatuhan mereka, khususnya dalam konteks Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini berarti semakin tinggi persepsi atas Tarif pajak maka akan mendorong wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka.

Di samping itu, alasan dalam penelitian ini memilih kota Surabaya sebagai lokasi penelitian karena Surabaya menjadi pusat ekonomi, perdagangan, serta bisnis di Jawa Timur. Di mana jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang cukup tinggi di Surabaya. Berikut ini disajikan data mengenai jumlah UMKM di kota Surabaya

Tabel 1.2 jumlah UMKM Kota Surabaya Tahun 2020 - 2023

Tahun	Jumlah UMKM
2020	4.000
2021	4.083
2022	9.911
2023	12.320

Sumber : Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kota Surabaya

Berdasarkan tabel di atas, bahwa jumlah UMKM di Surabaya terus mengalami peningkatan, selain itu Surabaya memiliki infrastruktur digital yang memadai yang menunjukkan adanya potensi besar dalam pemanfaatan inovasi digital untuk meningkatkan kepatuhan pajak. Dalam bisnis jasa titip yang cenderung bersifat informal, dengan pemanfaatan inovasi digital dalam

sistem perpajakan berperan penting untuk menciptakan transparansi dan kemudahan dalam pelaporan pajak. Selain itu, perbedaan persepsi pelaku bisnis jasa titip terhadap pengenaan pajak atas usahanya juga dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan para pelaku jasa titip dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana inovasi digital dan persepsi pajak dapat mempengaruhi keputusan pelaku jasa titip dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Inovasi Digital berpengaruh terhadap kepatuhan pajak?
2. Apakah persepsi terhadap Pajak Penghasilan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak?
3. Apakah persepsi terhadap Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap kepatuhan pajak ?
4. Apakah persepsi pengenaan Bea Masuk berpengaruh terhadap kepatuhan pajak ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengukur pengaruh Inovasi Digital terhadap kepatuhan pajak .
2. Mengukur pengaruh Persepsi Pajak penghasilan (PPh) terhadap kepatuhan pajak.
3. Mengukur pengaruh persepsi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap kepatuhan pajak.
4. Mengukur persepsi Bea Masuk terhadap kepatuhan pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah serta tujuan penelitian, maka manfaat dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi pengusaha jastip *online*

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada pelaku usaha jasa titip tentang kewajiban pajak dan membantu mereka untuk memahami pentingnya kepatuhan pajak. Hal ini dapat membantu mereka mematuhi peraturan perpajakan dengan lebih baik dan menghindari masalah hukum. Selain itu penelitian ini mengidentifikasi bagaimana Inovasi Digital dapat mempengaruhi persepsi pelaku usaha jasa titip terhadap kepatuhan pajak. Dengan penggunaan Inovasi Digital terutama dalam bidang perpajakan yang tepat, pelaku usaha jasa titip dapat lebih mudah memahami dan memenuhi kewajiban pajak mereka.

2. Bagi pemerintah

Penelitian ini dapat memberikan sumber informasi yang berguna bagi pemerintah dalam menerapkan kebijakan perpajakan yang efektif dalam sektor e-commerce, terutama untuk pelaku usaha jasa titip.

3. Bagi Akademik

Penelitian memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmiah di bidang perpajakan, khususnya yang berkaitan dengan perilaku kepatuhan pajak pada sektor informal seperti pelaku jasa titip dan temuan dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian berikutnya.