

PERILAKU PENGUSAHA E-COMMERCE TERHADAP KEPATUHAN PEMBAYARAN PAJAK PENGHASILAN (PPH 25)

Yahya Nusa*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jembatan Bulan, Timika Papua



Correspondence Email :
[*yahya.nusa@gmail.com*](mailto:yahya.nusa@gmail.com)

Keywords:
*Perilaku Pengusaha E-Commerce,
Kepatuhan Pembayaran Pajak Penghasilan
(PPH 25), Online Shop dan Selebgram*

A B S T R A C T

The purpose of this study is to determine and analyze the effect of the behavior of S-commerce entrepreneurs on income tax payment compliance and how much influence the behavior of S-commerce entrepreneurs on income tax payment compliance. Type of research in this study uses a quantitative survey research type. The sample in the study was 20 people as respondents. The results showed that the results of the statistical calculation of the t-test. In the behavior of E-commerce entrepreneurs, the value of $t = 11,187$ with p (Sig.) = 0.000. This shows that the p value < 0.05 so that H_0 is rejected, it can be concluded that there is a significant effect of the behavior of s-commerce entrepreneurs (X) on the variable of income tax payment compliance (Y) and the large influence of the behavior of s-commerce entrepreneurs on compliance. income tax payment of 87.4%.

A B S T R A K

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku pengusaha S-commerce terhadap kepatuhan pembayaran pajak penghasilan dan seberapa pengaruh perilaku pengusaha s-commerce terhadap kepatuhan pembayaran pajak penghasilan. Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan tipe penelitian survey. Sampel dalam penelitian sebanyak 20 orang sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan dari hasil perhitungan statistik uji-t. Pada perilaku pengusaha E-commerce diperoleh nilai $t = 11,187$ dengan p (Sig.) = 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai $p < 0,05$ sehingga H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel perilaku pengusaha s-commerce (X) terhadap variabel kepatuhan pembayaran pajak penghasilan (Y) dan besar pengaruh perilaku pengusaha s-commerce terhadap kepatuhan pembayaran pajak penghasilan sebesar 87,4%.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan pasar dengan pertumbuhan E-Commerce yang menarik dari tahun ke tahun. Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebut hingga Juni 2019 tercatat sebanyak 171 juta pengguna internet di Indonesia. Jumlah tersebut hanya selisih sedikit dengan jumlah pengguna internet mobile yang berjumlah 142.8 juta jiwa dengan persentase penetrasi

sebesar 53%. Hal ini memberikan beberapa peluang di berbagai sektor salah satunya adalah di bidang perpajakan (Sitorus & Kopong, 2017).

Direktur Jenderal Pajak menyatakan dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia saat ini yang meningkat seharusnya target penerimaan pajak juga meningkat, tetapi pada kenyataannya pertumbuhan ekonomi di Indonesia meningkat dan target penerimaan pajaknya menurun. Ini menimbulkan masalah baru yang menjadi tanda tanya besar, dan ternyata pemerintah hanya fokus dalam penerimaan pajak dalam beberapa sektor saja. Padahal salah satu faktor pertumbuhan ekonomi yang saat ini meningkat adalah banyaknya pengusaha yang bertransaksi dalam dunia E-commerce. Dan saat ini transaksi dengan elektronik tersebut belum terlalu diperhatikan oleh pemerintah, sehingga ini menjadi salah satu faktor dari menurunnya target penerimaan pajak dari tahun sebelumnya (Hasanudin et al., 2020). Hal ini dapat dilihat dari peningkatan perkembangan teknologi itu sendiri. Pengguna internet di Indonesia menjadi salah satu pengguna internet terbesar di dunia dan pengguna terbesar adalah dari kalangan remaja. Terciptanya internet telah memberikan peran yang sangat besar di dalam memudahkan hubungan antar para pengguna internet di seluruh dunia. Hubungan dalam bentuk komunikasi dan pertukaran data terjadi setiap saat. Dengan adanya interaksi ini kemudian munculah inovasi untuk mengalihkan kegiatan di dunia nyata ke dalam internet, salah satunya yaitu kegiatan ekonomi (sumber: <https://kominfo.go.id/> dalam Hasanudin et al., 2020).

Rao (2000) menyampaikan bahwa meningkatnya jumlah pengguna internet yang berdampak pada meningkatnya omset perdagangan elektronik ini nyatanya menimbulkan beberapa masalah dalam bidang keuangan, salah satunya adalah pajak penjualan internet. Perdagangan elektronik yang tidak mengenal batas geografis menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana peraturan perpajakan dalam mengantisipasi adanya penghasilan dari transaksi E-Commerce, karena tanpa adanya regulasi perpajakan yang tepat atas transaksi E-Commerce menyebabkan potensi penerimaan pajak atas transaksi E-Commerce dapat menjadi hilang. Kemudian tingkat pengetahuan pelaku E-Commerce terhadap perpajakan yang rendah karena kurangnya sosialisasi dan informasi dari KPP setempat kepada pelaku E-Commerce yang mengakibatkan hilangnya pendapatan pajak dari E-Commerce dan kepatuhan wajib pajak menjadi rendah. Penarikan pajak atas Transaksi Bisnis E-Commerce bertujuan untuk menerapkan keadilan bagi semua Wajib Pajak dan juga untuk meningkatkan kepatuhan dalam membayar pajak, baik konvensional maupun E-Commerce (Bhatnagar et al., 2000). Bisnis E-Commerce di Indonesia telah memasuki tahapan baru. Kemajuan teknologi dalam bidang perdagangan E-commerce tidak hanya tumbuh sangat pesat di Indonesia, namun juga ekosistem yang menyertainya akan meningkat pesat. Menjalankan usaha di internet dipercaya akan lebih mudah dan membutuhkan biaya yang lebih sedikit dibandingkan melakukan usaha secara konvensional. Karena perkembangan inilah yang membuat bisnis E-Commerce ramai dilakukan di Indonesia, mulai dari menjual barang hingga menjual jasa (Sari, 2018). Berdasarkan data Lembaga riset asal Inggris, Merchant Machine, merilis daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan e-commerce tercepat di dunia. Indonesia memimpin jajaran negara-negara tersebut dengan pertumbuhan 78% pada 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan yang

mendorong pertumbuhan E-Commerce. Rata-rata uang yangdibelanjakan masyarakat Indonesia di situs belanja daring mencapai US\$ 228 per orang atau sekitar Rp 3,19 juta per orang (databoks.katadata.co.id dalam Hasanudin et al., 2020).

Hipotesis

Penelitian Lestari (2018) menyatakan bahwa E-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pembayaran pajak, hal tersebut sejalan dengan penelitian Hasanuddin (2020). Hasil penelitian tersebut maka dapat disimpulkan :

Perilaku Pengusaha (E-Commerce) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak (PPH 25).

METODE PENELITIAN *(sub bab dan penomoran tidak ditampilkan)*

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian survey. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku pengusaha E-commerce terhadap kepatuhan pembayaran pajak penghasilan. Sekaligus pula guna menguji seberapa pengaruh perilaku pengusaha NPWP E-commerce terhadap kepatuhan pembayaran pajak penghasilan. Populasi dalam penelitian ini adalah perilaku pengusaha E-commerce di makassar. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik insidental sampling. Dalam teknik insidental sampling, penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Kepatuhan pembayaran pajak penghasilan merupakan sikap wajib pajak yang telah memahami dan mau melaksanakan kewajibannya untuk membayar pajak dan telah melaporkan semua penghasilannya tanpa ada yang disembunyikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Adi Purnomo, 2012). Kepatuhan pembayaran pajak penghasilan yang mempunyai tingkat kesadaran yang tinggi maka akan melakukan kewajiban membayar pajak. Untuk mengukur perilaku pengusaha *E-commerce* memiliki indikator yaitu: 1) Tampilan dan Design; 2) Metode Pembayaran; 3) Jaminan Keamanan; 4) Kemudahan pengiriman dan fasilitas. Perilaku pengusaha *E-Commerce* tersebut akan dilihat pengaruhnya terhadap kepatuhan pembayaran pajak penghasilan. Menurut Chaizi Nasucha (2004), dalam Erly Suandy (2014:97) kepatuhan Wajib Pajak penghasilan memiliki indikator yaitu: 1) Patuh terhadap kewajiban intern, 2) Patuh terhadap kewajiban tahunan, 3) Patuh terhadap ketentuan material dan yuridis formal perpajakan.

Tabel 1. Definisi Operasional

Perilaku Pengusaha <i>E-Commerce</i> (X) Indikator; 1) Tampilan dan Design; 2) Metode Pembayaran; 3) Jaminan Keamanan; 4) Kemudahan pengiriman dan fasilitas Menurut Lestari, (2018) dan Hasanudin (2020)		Kepatuhan Pembayaran Pajak Penghasilan (Y) Indikator; 1. Patuh terhadap kewajiban intern; 2. Patuh terhadap kewajiban tahunan; 3. Patuh terhadap ketentuan material dan yuridis formal perpajakan. Menurut Nasucha (2004), dan Suandy (2014:97)
--	---	---

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar perilaku pengusaha E-commerce dalam kepatuhan pembayaran pajak penghasilan berjenis kelamin perempuan sebanyak 11 orang (55%), umur antara 25 sampai 30 tahun sebanyak 10 orang (50%), berlatar belakang pendidikan SMA dan D3 sebanyak 8 orang (40%) dan memiliki masa kerja 2 tahun dan 3 tahun sebanyak 4 orang (20%). Perilaku pengusaha E-commerce diukur menggunakan angket. Dari hasil pengolahan data statistik deskripsi peran akuntansi manajemen menunjukkan bahwa telah dilaksanakan dengan baik dengan sebanyak 20 responden diperoleh skor maksimum 30, skor minimum 15, rentang 15, rata-rata 23,25, standar deviasi 4,27 dan variansi 18,20. Hasil pengolahan data kategori perilaku pengusaha E-commerce menunjukkan bahwa dari 20 responden yang diteliti, jawaban 4 responden (20%) menunjukkan perilaku pengusaha E-commerce yang sangat baik, jawaban 10 responden (50%) menunjukkan perilaku pengusaha E-commerce yang baik, dan jawaban 6 responden (30%) menunjukkan perilaku pengusaha E-commerce yang kurang baik. Selanjutnya kepatuhan pembayaran pajak penghasilan diukur menggunakan angket. Dari hasil pengolahan data statistik deskripsi peran akuntansi manajemen menunjukkan bahwa telah dilaksanakan dengan baik dengan sebanyak 20 responden diperoleh skor maksimum 24, skor minimum 15, rentang 9, rata-rata 20,25, standar deviasi 3,18 dan variansi 10,09.

Hasil pengolahan data kategori kepatuhan pembayaran pajak penghasilan menunjukkan bahwa dari 20 responden yang diteliti, jawaban 15 responden (75%) menunjukkan kinerja strategi perusahaan PT. Juragan Kosmetik Indonesia yang sangat baik, jawaban 12 responden (60%) menunjukkan kepatuhan pembayaran pajak penghasilan yang sangat baik, jawaban 8 responden (40%) menunjukkan kepatuhan pembayaran pajak penghasilan yang baik. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana untuk variabel perilaku pengusaha e-commerce berpengaruh 87,4% terhadap kepatuhan pembayaran pajak penghasilan.

SIMPULAN

Pengaruh perilaku pengusaha E-commerce terhadap kepatuhan pembayaran pajak penghasilan, dari hasil perhitungan statistik uji-t. Pada perilaku pengusaha E-commerce diperoleh nilai $t = 11,187$ dengan $p \text{ (Sig.)} = 0,000$. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai $p < 0,05$ sehingga H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel perilaku pengusaha E-commerce (X) terhadap variabel kepatuhan pembayaran pajak penghasilan (Y). Besar pengaruh perilaku pengusaha E-commerce terhadap kepatuhan pembayaran pajak penghasilan sebesar 87,4%. Untuk wajib pajak (Pengusaha Online Shop dan Selebgram), perlu ditingkatkannya kesadaran dalam diri untuk mau memahami peraturan perpajakan yang ada, mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, dan memenuhi kewajibannya. Karena pengusaha online shop dan selebgram sama halnya dengan pengusaha biasa, sama-sama berpenghasilan. Dan sudah seharusnya membayar pajak terutangnya.

REFERENSI

- Bhatnagar, A., Misra, S., & Rao, H. R. (2000). On risk, convenience, and Internet shopping behavior. *Communications of the ACM*, 43(11), 98–105.
- Cegielski, C. G., & Prince, B. (2015). *Introduction to information systems*. Wiley.
- Gratisya, E. T. (2017). Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kpp Pratama Tasikmalaya. Universitas Widyatama.
- Hasanudin, A. I., Ramdhani, D., & Giyantoro, M. D. B. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak Online Shopping Di Jakarta: Urgensi Antara E-Commerce Dan Jumlah Pajak Yang Disetor. *Tirtayasa Ekonomika*, 15(1), 65–85.
- Indonesia, D. K. R. (2000). Keputusan Menteri Keuangan Nomor 544/KMK. 04/2000 Tentang Kriteria Wajib Pajak yang Dapat Diberikan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak. Jakarta.
- Indonesia, P. R. (2007). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007. Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan.
- Irawan, D., Junaidi, M., Rahsel, Y., & Udin, T. (2017). Perancangan Electronic Commerce Berbasis B2C Pada Toko Atk Sindoro. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 8(1), 58–62.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan e-commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis-ISSN*, 2085, 1375.