

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi di zaman globalisasi kian pesat serta punya peran penting dalam kehidupan manusia. Perkembangan teknologi telah mencakup banyak hal hingga munculnya internet di tengah-tengah masyarakat. Negara berpopulasi *user* internet paling besar ialah Indonesia. Menurut We Are Social, *user* internet di Indonesia Januari 2024 yakni 185 juta. Sedangkan pada tahun 2023 jumlah pengguna tertera 183,5 juta. Perbandingan dua tahun tersebut menunjukkan terdapat kenaikan sebesar 0,8% yaitu 1,5 juta orang (Annur, 2024).

Kehadiran internet telah banyak digunakan dari beragam sektor, yakni sektor ekonomi. Sektor ekonomi di dunia digital ini telah berkembang dengan adanya *e-commerce*. *E-commerce* ialah kegiatan perdagangan, pembelian, penyebaran, dan pemasaran menggunakan jaringan dunia maya yang terkomputerisasi berupa produk berupa barang atau jasa. *e-commerce* ialah perkembangan peralihan barang, pelayanan, dan berita mengenai teknologi terkini (Sugiharto, 2022).

Kemunculan *e-commerce* seperti udara baru untuk dunia perekonomian di Indonesia. E-commerce di Indonesia berkembang dan menjadi penyokong perekonomian digital Indonesia. Menurut laporan e-Conomy SEA 2024, perekonomian digital Indonesia diperkirakan US \$90 miliar atau Rp 1.419,8 triliun tahun 2024 yang meningkat sebesar 13% dari tahun sebelumnya yaitu sebesar US \$80 miliar. Nilai yang diproyeksikan untuk tahun-tahun berikutnya per tahun hingga

pada tahun 2030 mencapai US \$360 miliar (Gosta, 2024). Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat nilai dari sektor dunia digital berkembang pesat.

Sektor perekonomian di dunia digital termasuk dalam bagian sektor perekonomian pada umumnya. Sektor ekonomi dari wilayah dari Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) serta penelitian ini objek berada di Kota Malang. Menurut data BPS Kota Malang tahun 2023, Laju Pertumbuhan PDRB Kota Malang tergolong 3 peringkat teratas di Jawa Timur dengan pertumbuhan ekonomi sebesar 6,07% dengan peringkat pertama yaitu Kota Batu sebesar 6,19% diikuti Kabupaten Sidoarjo sebesar 6,16% (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2023b). Untuk mengetahui sumber pendapatan yang diterima dilihat dari lapangan usaha dari daerah. Salah satu lapangan usaha tersebut yaitu Perdagangan Grosir dan Eceran, Reparasi Mobil, serta Motor yang berkaitan perekonomian di dunia digital. Berikut ini terdapat 5 Lapangan Usaha laju pertumbuhan PDRB di Kota Malang dari tahun 2021 – 2023:

Tabel 1. 1 Laju Pertumbuhan PDRB Kota Malang Menurut Lapangan Usaha Tahun 2021 – 2023 (%)

No	Lapangan Usaha	Pertumbuhan		
		2021	2022	2023
1	Transportasi dan Pergudangan	8,01	16,65	10,76
2	Pengadaan Listrik dan Gas	3,76	7,28	10,64
3	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1,87	11,70	8,80
4	Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil, dan Sepeda Motor	8,21	6,78	5,61
5	Jasa Lainnya	2,79	13,39	7,19

Sumber : (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2023b)

Dilihat dari data laju pertumbuhan PDRB Kota Malang tersebut, menunjukkan beberapa lapangan usaha dengan pertumbuhan yang cenderung naik dengan transportasi dan pergudangan yang mengalami tingkat persentase di 2023 sebesar

10,76%. Meskipun hal tersebut, tidak dapat dipungkiri lapangan usaha pada perdagangan grosir serta eceran, reparasi mobil, serta sepeda motor lebih tinggi di 2021 sebesar 8,21% dibanding transportasi dan pergudangan sebesar 8,01% (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2023b). dua lapangan usaha tersebut erat kaitannya dengan transaksi yang berkaitan dengan perdagangan. Oleh karena itu, dua lapangan memiliki kaitan perdagangan berperan besar pertumbuhan perekonomian di Kota Malang.

Pertumbuhan perekonomian di suatu wilayah tak lepas peran pelaku UMKM. Pelaku UMKM terbagi berbagai jenis usaha seperti kuliner, *fashion*, pertanian, otomotif dll. Jumlah pelaku UMKM di Kota Malang, data dari BPS Kota Malang tahun 2023 yakni 29.058 unit. Jenis usaha *fashion* di Kota Malang berada di dua peringkat teratas UMKM di Kota Malang sejumlah 1.315 unit (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2023a). Karena hal tersebut jenis usaha *fashion* dipilih sebagai objek penelitian. Alasan lainnya tren *fashion* memiliki perubahan yang cukup cepat yang sejalan dengan perkembangan zaman, karena hal tersebut minat pelaku bisnis *fashion* akan selalu ada (Tysara, 2021).

Pelaku UMKM pada masa ini dalam melaksanakan kegiatannya telah menjaring pembeli lebih luas dengan adanya *e-commerce*. Alasan pelaku UMKM memilih hal tersebut karena terdapat tempat/*platform* yang dapat digunakan dan jangkauan pembeli yang lebih luas. Di Kota Malang belum ada informasi mengenai jumlah pengusaha *online shop* secara spesifik akan tetapi pada tahun 2023, Kota Malang meraih predikat transaksi secara *online* atau *e-purchasing* tertinggi se-Jawa Timur. Dalam kurun waktu tersebut telah mencapai 4.000 pesanan di *e-commerce*

dengan nilai hampir Rp 40 miliar dan 260 pelaku UMKM yang terlibat di Kota Malang (Artada, 2023). Karena hal itu peneliti tertarik meneliti *online shop* di Kota Malang.

Kegiatan transaksi secara *online* dari berbagai kebutuhan masyarakat ini menjadikan banyaknya jumlah pebisnis *online* dan meningkatkan sektor perekonomian di Indonesia. Karena hal tersebut perlu adanya undang-undang yang mengatur terkait kegiatan perekonomian secara *online* ini di *e-commerce*. Pemerintah Indonesia di bawah Kementerian Keuangan merumuskan undang-undang berupa PMK. Kemenkeu merilis PMK No. 48/PMK.03/2020 perihal PPN PMSE (2020) sejak 1 Juli 2020. Peraturan terkait PMSE PPN diperbaharui dari sebelumnya 10% jadi 11% sejak 1 April 2022 menurut UU No. 7 Tahun 2021 perihal Harmonisasi Aturan Pajak atau UU HPP BAB IV Pasal 7 ayat 1 tentang PPN (Maulida, 2022).

Pemerintah menangani perpajakan memberikan tugasnya kepada Direktorat Jenderal (Ditjen) Pajak di bawah Kementerian Keuangan. Dalam praktiknya, KPP Pratama selaku unit dari Ditjen Pajak yang bertugas memberikan pelayanan langsung kepada masyarakat di wilayahnya mengenai perpajakan. KPP Pratama dalam menjalankan tugasnya mengalami perubahan tugas dan fungsi sebagai rencana strategis Ditjen Pajak tahun 2020-2024 yaitu untuk meningkatkan efektivitas pengawasan kepatuhan pajak yang telah berlaku sejak 1 Maret 2020 (Direktorat Jenderal Pajak, 2023). Di sisi lain, wajib pajak juga perlu memiliki kesadaran atas tanggung jawab perpajakannya karena kepatuhan memenuhi perpajakan merupakan hal yang diperhatikan wajib pajak (Mianti & Budiwitjaksono, 2021).

Dalam menentukan kepatuhan wajib pajak di suatu wilayah dapat dilihat dari rasio kepatuhan di KPP Pratama wilayah tersebut berada (Dirjen Pajak, 2023). KPP

Pratama di Kota Malang terbagi menjadi 2 yakni KPP Pratama Malang Utara serta Selatan. Dari dua KPP Pratama tersebut mencakup area yang luas di Kota Malang dan pada penelitian ini KPP Pratama Malang Utara jadi tempat penelitian. Alasan dijadikan tempat penelitian sebab menurut data dari KPP Pratama Malang Utara, tingkat kepatuhan pajak per Agustus 2023 hanya sebesar 22,90% dari jumlah WP terdaftar sejumlah 132.363 orang dengan jumlah wajib pajak yang patuh sejumlah 30.324 orang. Alasan lainnya karena menurut BPS Kota Malang, Jumlah UMKM pada kawasan penelitian ini lebih banyak berada di kawasan KPP Pratama Malang Utara dengan 14.795 unit dari 29.058 unit (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2024). Karena alasan tersebut KPP Pratama Malang Utara dipilih sebagai tempat penelitian.

Selaras kondisi tersebut menunjukkan permasalahan perpajakan yakni level kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan yaitu tindakan individu atau kelompok melakukan atau tidak suatu hal sesuai aturan. Kepatuhan dapat dikatakan sebagai seseorang mengikuti perintah. Kepatuhan pajak yakni pelaksanaan kewajiban wajib pajak dengan mematuhi ketentuan pajak tanpa adanya paksaan (Elsani & Tanno, 2023).

Salah satu penyebab kurangnya kepatuhan pajak yaitu pemahaman tentang pajak. Pengertian pemahaman ialah kapabilitas seseorang dalam mengartikan, menjabarkan, dan merumuskan aturan pajak, dan pengetahuan tentang konsekuensi yang bisa terjadi sesuai (Rahayu, 2020:198). Wajib pajak dengan kemampuan memahami yang rendah menciptakan tindakan patuh yang rendah juga (Widyanti et al., 2021). Dalam penelitian oleh Wulandari (2020) pemahaman perpajakan memberi pengaruh kepatuhan pajak. Hasil riset Indriyani & Jayanto (2020) mendukung penelitian tersebut.

Indonesia menganut *self assessment system* termasuk hal penting dalam bentuk kesadaran pajak. *Self assessment system* yakni penentu jumlah pajak terutang yaitu wajib pajak tersebut sendiri sesuai aturan perundangan (Mardiasmo, 2016:9). Sistem ini diberlakukan bertujuan untuk wajib pajak dapat meningkatkan kesadaran dan diberikannya kepercayaan untuk melakukan penyetoran pajaknya (Yunia et al., 2021). Selaras hasil riset dari Nadiyah et al., (2021) yaitu tingkatan kesadaran pajak tinggi maka level kepatuhan pajaknya tinggi.

Sanksi pajak ialah tanggungan atau jaminan dari wajib pajak untuk mematuhi ketentuan perundangan perpajakan (Maxuel & Primastiwi, 2021). Sanksi pajak juga merupakan tindakan preventif supaya wajib pajak tak melanggar norma pajak. Sanksi berjalan ketika tanggungan tersebut tidak terpenuhi. Selaras penelitian Muslimin (2021) terdapat signifikansi sanksi pajak kepatuhan wajib pajak.

Preferensi resiko diambil seseorang dalam memenuhi kewajiban pajak. Preferensi risiko merupakan pilihan-pilihan yang diputuskan seseorang dalam perhitungan skala prioritasnya (Wulandari, 2020). Dalam preferensi risiko dari wajib pajak ditentukan oleh sikap wajib pajak tersebut dalam memilih tindakan perpajakan berdasarkan faktor-faktor yang berkaitan tentang tanggung jawab perpajakannya. Selaras penelitian Putra et al., (2020) dan Fatah & Oktaviani (2021) yaitu terdapat signifikansi preferensi resiko pada kepatuhan wajib pajak sebagai moderasi.

Sesuai konteks kepatuhan perpajakan, penelitian terkait pemahaman, kesadaran, serta sanksi pajak pengusaha *online shop Fashion* di Malang Utara dan dimoderasi oleh preferensi risiko menjadi hal yang penting. Penelitian ini bertujuan membuktikan apakah preferensi risiko mempengaruhi hubungan pemahaman,

kesadaran, serta sanksi pajak. Maka dari itu, peneliti melakukan pengkajian berbentuk skripsi yang berjudul **“Efek Moderasi Preferensi Risiko atas Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Pengusaha *Online Shop Bidang Fashion* di Malang Utara (Studi Pengusaha *Online Shop Bidang Fashion* yang Terdaftar di KPP Pratama Malang Utara)”**

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang, rumusan masalah yakni:

1. Apakah pemahaman pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pengusaha *online shop* bidang *fashion* di Malang Utara?
2. Apakah kesadaran pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pengusaha *online shop* bidang *fashion* di Malang Utara?
3. Apakah sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pengusaha *online shop* bidang *fashion* di Malang Utara?
4. Apakah pemahaman pajak dimoderasi preferensi risiko berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pengusaha *online shop* bidang *fashion* di Malang Utara?

5. Apakah kesadaran pajak dimoderasi preferensi risiko berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pengusaha *online shop fashion* di Malang Utara?
6. Apakah sanksi pajak dimoderasi preferensi risiko berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pengusaha *online shop* bidang *fashion* di Malang Utara?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan yakni:

1. Untuk menguji dan membuktikan pemahaman pajak berpengaruh pada kepatuhan pajak pengusaha *online shop* bidang *fashion* di Malang Utara.
2. Untuk menguji dan membuktikan kesadaran pajak memberi pengaruh pada kepatuhan pajak pengusaha *online shop* bidang *fashion* di Malang Utara.
3. Untuk menguji dan membuktikan sanksi pajak memberi pengaruh pada kepatuhan pajak pengusaha *online shop* bidang *fashion* di Malang Utara.
4. Untuk menguji dan membuktikan pemahaman pajak dimoderasi preferensi risiko berpengaruh pada kepatuhan pajak pengusaha *online shop* bidang *fashion* di Malang Utara.
5. Untuk menguji dan membuktikan kesadaran pajak dimoderasi preferensi risiko berpengaruh pada kepatuhan pajak pengusaha *online shop* bidang *fashion* di Malang Utara.
6. Untuk menguji dan membuktikan sanksi pajak dimoderasi preferensi risiko berpengaruh pada kepatuhan pajak pengusaha *online shop* bidang *fashion* di Malang Utara.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat hasil penelitian ini:

a. Manfaat Operasional (Praktis)

Harapan memberi informasi dan bahan evaluasi bagi pihak yang berkepentingan di Malang dalam meningkatkan kepatuhan perpajakan agar masyarakat paham dan meningkatkan kepatuhan perpajakannya dengan memahami, memiliki kesadaran, dan mengetahui sanksi perpajakan serta pengaruh dari preferensi risikonya.

b. Manfaat Pengembangan Ilmu (Akademis)

Harapan hasil penelitian ini membantu pengembangan teori serta konsep berhubungan pemahaman, kesadaran, serta sanksi pajak pada kepatuhan pajak dimoderasi preferensi resiko. Selanjutnya, harapan penelitian ini membantu mengisi celah dari pengetahuan yang telah ada dan memperbanyak kepustakaan mengenai perpajakan.