

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepatuhan pajak termasuk pilar utama dalam menjaga keberlanjutan fiskal suatu negara. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) memegang peran sentral dalam mengelola administrasi perpajakan sekaligus mengoptimalkan penerimaan negara guna mendukung pelaksanaan rencana keuangan pemerintah tahunan. Di tahun 2021, realisasi setoran pajak berhasil menembus angka 103,9% dari target awal yang dipatok Rp1.229,6 triliun. Capaian ini menunjukkan pertumbuhan sebesar 19,2% dibandingkan tahun 2020 yang hanya mencapai Rp1.072,1 triliun, meskipun perekonomian nasional sebelumnya mengalami tekanan akibat wabah Covid-19 (Kementrian Keuangan Indonesia, 2022).

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang andil besar untuk mendukung perekonomian tanah air. Sumbangan sektor ini bagi pertumbuhan ekonomi daerah maupun pusat berkisar 60,5%, sementara kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja nasional mencapai 96,9% (Susilowati et al., 2025). Tapi nyatanya, keterlibatan besar dari sektor usaha tersebut pada aktivitas ekonomi masih kurang diikuti oleh setoran yang maksimal bagi kas perpajakan. Data menunjukkan bahwa hingga tahun 2023 kontribusi pajak dari

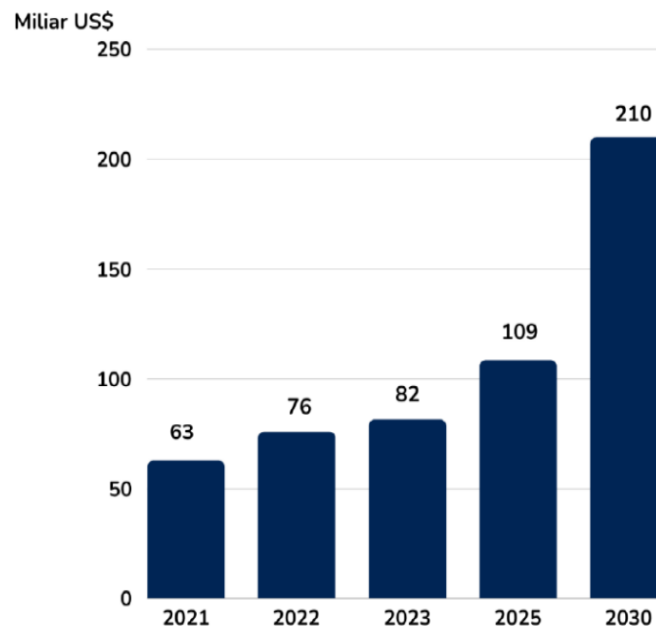
sektor UMKM hanya mencapai sekitar 5% terhadap keseluruhan penerimaan pajak nasional, meskipun jumlah wajib pajak yang terdaftar telah mencapai 69,1 juta (Nabila Rachmad & Murdiawati, 2024). Kesenjangan tersebut mengindikasikan masih rendahnya tingkat partisipasi perpajakan pada sektor UMKM, sehingga menjadi aspek penting yang perlu dikaji lebih mendalam dalam rangka meningkatkan penerimaan negara dan memperkuat keberlanjutan fiskal.

Rendahnya kepatuhan perpajakan pelaku UMKM di Indonesia tercermin dari masih rendahnya partisipasi dalam pemenuhan kewajiban pajak. Dari sekitar 60 juta unit UMKM yang beroperasi, kurang lebih 2 juta pemilik bisnis yang tercatat resmi sebagai pembayar pajak aktif (Rani Nur Fitrianti, Ustman, 2024). Kontribusi penerimaan PPh final UMKM pada tahun 2019 juga relatif kecil, yaitu sekitar 1,1% dari total penerimaan Pajak Penghasilan nasional, sementara lebih dari 61% pelaku UMKM belum menerapkan fasilitas perpajakan berupa tarif PPh final sebesar 0,5% secara efektif (Agung Noe, 2025). Digitalisasi sistem *e-Filing* yang diperkenalkan DJP menunjukkan adanya tren peningkatan pelaporan pajak UMKM secara daring dari 47% pada tahun 2020 menjadi 62% pada tahun 2024, namun fakta bahwa lebih dari sepertiga UMKM belum memanfaatkan sistem ini secara optimal menunjukkan masih adanya *compliance gap* yang signifikan dan perlu dikaji lebih lanjut (Susilowati et al., 2025).

Fenomena rendahnya kondisi kepatuhan pajak juga dapat diamati

dari tingkat daerah, salah satunya di kawasan Kota Surabaya yang populer jadi episentrum bisnis serta industri bagi Jawa Timur. Sektor UMKM di wilayah ini mencakup sekitar 58,17% dari keseluruhan unit usaha, persentase yang lebih tinggi dibandingkan wilayah kabupaten maupun kota lainnya di Jawa Timur (Januar, 2023). Data mencatat tahun 2022 terdapat tercatat 36.716 Wajib Pajak Orang Pribadi non karyawan yang melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT) pajak di Kota Surabaya menurun dibandingkan periode 2021 yang mencapai 39.384 wajib pajak, sehingga menunjukkan adanya penurunan kepatuhan pelaporan yang menjadi perhatian serius bagi otoritas pajak setempat (Nabila Rachmad & Murdiawati, 2024). Kondisi seperti ini bisa di simpulkan bahwa persoalan kepatuhan pajak UMKM bukan hanya problem nasional, melainkan tantangan nyata di tingkat lokal yang memerlukan pendekatan yang lebih tepat sasaran.

Permasalahan kepatuhan pajak pada sektor UMKM menjadi semakin rumit sejalan dengan pertumbuhan ekonomi digital yang terus meningkat di Indonesia, kalau merujuk pada data riset Google, Temasek, dan Bain (2023:86), angka ekonomi digital Indonesia pada tahun 2023 tercatat mencapai USD 82 miliar, mengalami kenaikan sekitar 8% dibandingkan tahun sebelumnya. Selanjutnya, nilai tersebut diprediksi mengalami peningkatan ke angka USD 109 miliar di tahun 2025, bahkan berpotensi terus melonjak hingga di kisaran USD 210 sampai 360 miliar saat memasuki tahun 2030.



Gambar 1. 1 Grafik Ekonomi Digital

Sumber : Google, Temasek, dan Bain (2023)

Sektor e-commerce menjadi kontributor terbesar dalam pertumbuhan ini, dengan angka transaksi menyentuh USD 62 miliar tahun 2023 dan diproyeksikan meningkat hingga USD 160 miliar pada 2030. Jumlah pengguna belanja daring pun telah mencapai 178,9 juta orang pada 2023, meningkat sebesar 12,8% dibandingkan tahun sebelumnya (*We Are Social & Melwater*, 2023).

Besarnya potensi transaksi digital tersebut mendorong pemerintah untuk mempertegas kewajiban perpajakan bagi pelaku usaha daring. Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 37 Tahun 2025, pemerintah menetapkan kewajiban pemungutan pajak bagi pedagang daring dengan omzet melebihi Rp500 juta per tahun, di mana platform *e-commerce* seperti Tokopedia dan Shopee bertindak sebagai pihak pemungut pajak Penghasilan Pasal 22 ditetapkan 0,5% dari setiap nilai transaksi yang dilakukan (hipajak, 2025). Regulasi ini menegaskan bahwa negara secara aktif berupaya mengintegrasikan sektor UMKM digital ke dalam sistem perpajakan formal. Meski demikian, kepatuhan pajak pelaku UMKM digital masih menghadapi hambatan serius, baik dari sisi pemahaman, perilaku, maupun aksesibilitas terhadap sistem administrasi perpajakan yang terus berkembang (Ciptawan et al., 2025).

Menurut penelitian Sari et al.(2025) upaya utama pemerintah dalam mendorong peningkatan kepatuhan perpajakan adalah melalui digital sistem perpajakan. Integrasi teknologi dalam sistem perpajakan masa kini tidak hanya bertujuan memangkas birokrasi, tetapi juga membangun ekosistem yang transparan dan memudahkan masyarakat untuk patuh pajak berbasis pemanfaatan teknologi, yang berkembang dari penerapan e-Filing pada tahun 2004 hingga Coretax pada tahun 2025 yang mampu mengotomatisasi administrasi, mengurangi kesalahan, dan mengintegrasikan data perpajakan secara menyeluruh.(Sari et al.,2025). DJP telah menyediakan berbagai layanan perpajakan berbasis berbasis

elektronik, contohnya *e-Registrasi*, *e-Billing*, *e-Filing*, serta *e-SPT*, buat mempermudah masyarakat wajib pajak waktu mendaftar, membayar, hingga melaporkan pajak mereka lewat internet. Kemajuan ekonomi di platform digital juga ikut mendorong penyatuan sistem pajak elektronik, sehingga masyarakat makin gampang buat menyelesaikan urusan perpajakan mereka (Risti & Putra, 2022).

Banyak hasil riset memperlihatkan kalau penggunaan teknologi digital di dunia perpajakan bawa pengaruh bagus yang nyata untuk mendongkrak tingkat kepatuhan para wajib pajak (Savitri et al., 2025). Masyarakat wajib pajak yang bisa memakai fasilitas pajak digital dengan maksimal biasanya jauh lebih tertib pas mengurus laporan sekaligus menyetor uang pajak mereka (Tambun & Riandini, 2022). Secara prosedural, penguasaan fitur *e-Billing* dan *e-Filing* menjadi keterampilan teknis yang penting dalam pemenuhan kewajiban perpajakan secara elektronik (Edukasindo, 2025). Lebih jauh, kemampuan mendokumentasikan transaksi digital secara sistematis menjadi fondasi bagi penyajian laporan perpajakan yang valid dan akuntabel (Anggraini et al., 2025). Makanya, kalau pemahaman masyarakat tentang sistem pajak digital ini makin bagus, otomatis potensi mereka untuk tetap tertib bayar pajak ke depannya bakal makin besar pula. Namun, sebagai pelaku usaha, wajib pajak seringkali lebih terfokus pada pengembangan bisnis sehingga kurang mendalami ketentuan dan mekanisme perpajakan yang berlaku.

Selain digitalisasi sistem perpajakan, Menurut Juliawan & Urumsah (2024) media sosial juga telah berkembang menjadi instrumen strategis dalam mempengaruhi kepatuhan pajak wajib pajak. Direktorat Jenderal Pajak secara aktif memanfaatkan platform media sosial untuk menyajikan konten perpajakan yang komunikatif dan ramah pengguna, sehingga informasi mengenai kewajiban pajak dapat lebih mudah dipahami oleh masyarakat luas, khususnya para pelaku UMKM yang aktif di ekosistem digital (Juliawan & Urumsah, 2024). Penyebaran informasi perpajakan melalui media sosial memungkinkan sosialisasi yang lebih luas, lebih cepat, dan lebih interaktif dibandingkan pendekatan konvensional. Menurut Penelitian terdahulu Rahmaniasari et al. (2025) secara empiris membuktikan bahwa paparan informasi perpajakan melalui media sosial bawa dampak bagus buat tingkat kepatuhan pajak, soalnya hal ini bisa bikin para wajib pajak makin paham dan sadar sama hak sekaligus kewajiban perpajakan mereka. (Rahmaniasari et al., 2025).

Pemanfaatan media sosial menjadi sarana media edukasi perpajakan yang dapat mendorong peningkatan akses informasi bagi wajib pajak. Melalui platform digital, masyarakat dapat memperoleh informasi terkait kewajiban, prosedur, dan kebijakan perpajakan dengan lebih cepat dan mudah. (Susilowati et al., 2025). Kemudahan akses informasi melalui media sosial dapat mendorong peningkatan tingkat mengerti dan kepedulian masyarakat wajib pajak dalam menyelesaikan urusan perpajakan mereka (Fatmawati et al., 2024). Dengan penguatan

digitalisasi layanan serta dukungan kampanye edukasi melalui media sosial, kesadaran dan sikap nasionalisme wajib pajak menjadi faktor penting dalam menjaga kepatuhan perpajakan secara berkelanjutan (Tambun & Riandini, 2022). Meskipun demikian, keberhasilan media sosial dalam mendukung kepatuhan pajak ditentukan oleh kualitas dan konsistensi informasi yang disampaikan.

Menurut Desya Rahma Fitri & Desya Rahma Fitri (2025) faktor perilaku berupa budaya hedonisme menjadi tantangan nyata yang berpotensi melemahkan kepatuhan pajak, khususnya di kalangan pelaku UMKM digital. Gaya hidup hedonis yang mengutamakan kepuasan instan, pola konsumsi tinggi, dan prioritas kesenangan pribadi semakin diperkuat oleh kemudahan akses teknologi digital (Desya Rahma Fitri & Shandy Puspita, 2025). Kemudahan bertransaksi digital, termasuk penggunaan layanan *paylater*, mendorong perilaku pembelian impulsif yang tidak terencana. Penelitian Widiastuti & Sumastuti (2025) menunjukkan bahwa 68% pelaku UMKM digital melakukan pembelian tidak terencana akibat penggunaan layanan *paylater*. Tekanan keuangan yang muncul dari perilaku konsumtif tersebut memaksa pelaku UMKM untuk memprioritaskan pemenuhan gaya hidup hedonistik dibandingkan kewajiban jangka panjang seperti pajak, sehingga alokasi dana yang seharusnya digunakan untuk memenuhi kewajiban perpajakan justru terserap untuk aktivitas konsumsi (Nabila Rachmad & Murdiawati, 2024).

Kondisi ini menciptakan paradoks yang menarik dalam konteks

kepatuhan pajak pelaku UMKM. Di satu sisi, perkembangan ekosistem digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengakses informasi serta menjalankan aktivitas ekonomi secara online. Namun di sisi lain, keputusan keuangan pelaku UMKM sering kali dipengaruhi oleh pola konsumsi yang tinggi dalam lingkungan platform digital (Anatan & Nur, 2023). Menurut penelitian Suyanto et al., (2025) menemukan bahwa kelompok pelaku UMKM digital mempunyai pemahaman yang terbatas mengenai konsekuensi finansial dari transaksi yang mereka lakukan, termasuk aspek perpajakannya. Gaya hidup hedonis dengan demikian tidak hanya berpengaruh pada menurunnya motivasi membayar pajak, tetapi juga berpotensi menggerus modal usaha yang seharusnya menjadi fondasi keberlanjutan bisnis.

Berdasarkan tinjauan literatur, menurut penelitian yang sudah diteliti oleh Rahmaniasari et al., (2025) dengan judul *"The Influence of Digitalization of the Tax System, Social Media, and Hedonism Culture on Tax Compliance"* telah menjadi rujukan utama yang relevan. Studi tersebut berhasil membuktikan secara empiris bahwa digitalisasi sistem pajak dan media sosial berpengaruh positif, sementara budaya hedonisme berpengaruh negatif (Utami et al., 2025). Namun, objek penelitian dalam studi tersebut masih bersifat umum, yaitu Wajib Pajak Orang Pribadi secara keseluruhan, tanpa membedakan secara spesifik status usaha mereka sebagai pelaku UMKM. Padahal, dinamika keuangan pelaku UMKM jauh lebih kompleks dibandingkan wajib pajak

perorangan biasa, di mana batas antara keuangan pribadi dan modal usaha sering kali tidak terpisah dengan jelas (Suhono et al., 2022).

Research Gap meskipun penelitian terdahulu telah memberikan landasan kuat mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi kepatuhan pajak, terdapat celah signifikan yang belum terjamah secara mendalam, yaitu pada konteks spesifik bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Anggraini et al., 2025). Perbedaan mendasar ini menjadi celah penting karena pelaku UMKM digital menghadapi dinamika keuangan yang jauh lebih kompleks dibandingkan wajib

pajak perorangan biasa, di mana batas antara keuangan pribadi dan modal usaha sering kali kabur (Suhono et al., 2022). Dalam konteks ini, budaya hedonisme tidak hanya menurunkan motivasi membayar pajak, tetapi juga berpotensi mengurangi modal usaha yang seharusnya digunakan untuk pengembangan bisnis. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup hedonis dan kemudahan akses digital terhadap pembentukan kepatuhan pajak UMKM sebagai salah satu pilar ekonomi digital.

Novelty penelitian ini terletak pada analisis mengenai kepatuhan pajak UMKM digital yang dipengaruhi oleh kombinasi faktor eksternal dan internal. Selain kemudahan akses melalui digitalisasi perpajakan, penelitian ini juga mempertimbangkan peran gaya hidup hedonis yang dapat memengaruhi keputusan perpajakan pelaku UMKM. Oleh karena

itu, hasil penelitian diharapkan mampu berkontribusi bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam merumuskan strategi pemberian informasi perpajakan yang lebih tepat sasaran dan adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat berbagai kondisi serta kendala yang sudah diurai di atas, poin pertanyaan dalam riset ini bisa dirinci sebagai berikut:

1. Apakah digitalisasi sistem pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM di Surabaya?
2. Apakah media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM di Surabaya?
3. Apakah budaya hedonisme berpengaruh negatif signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan, adapun tujuan yang hendak di capai melalui penelitian ini meliputi:

1. Untuk menganalisis pengaruh digitalisasi sistem pajak terhadap kepatuhan pajak UMKM di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap kepatuhan pajak UMKM di Surabaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh budaya hedonisme terhadap kepatuhan pajak UMKM di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian berikut ini memperkaya teori kepatuhan pajak dengan mengintegrasikan literasi keuangan sebagai faktor teknologi dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2025), khususnya pada konteks UMKM di era ekonomi digital. Selain itu, penelitian ini mengembangkan pemahaman mengenai gaya hidup hedonis sebagai variabel perilaku konsumtif yang mempengaruhi kepatuhan pajak, sehingga melengkapi keterbatasan studi sebelumnya yang belum berfokus pada UMKM digital. Temuan penelitian ini turut memperluas literatur ekonomi perilaku digital melalui bukti empiris berkaitan dengan pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup hedonis tata kelola keuangan UMKM Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman pelaku UMKM di Kota Surabaya terkait pentingnya pelaksanaan kewajiban perpajakan. Pemanfaatan sistem perpajakan digital serta informasi perpajakan yang tersedia melalui media sosial diharapkan dapat memudahkan akses terhadap informasi terkait prosedur, tarif, dan pelaporan pajak. Dengan pemahaman yang lebih baik, pelaku UMKM diharapkan semakin sadar dan patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakannya, sehingga turut berkontribusi pada peningkatan penerimaan negara dari sektor pajak.