

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) adalah bagian dari Kementerian Keuangan yang memiliki tingkat eselon I. DJP terdiri dari dua unit kerja, yaitu kantor pusat dan kantor operasional. Kantor pusat terdiri atas Sekretariat Direktorat Jenderal, direktorat, dan posisi jabatan sebagai tenaga pengkaji. Sementara itu, kantor operasional terdiri atas Kantor Wilayah (Kanwil) DJP, Kantor Pelayanan Pajak (KPP), Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP), Pusat Pengolahan Data dan Dokumen Perpajakan (PPDDP), dan Kantor Pengolahan Data dan Dokumen Perpajakan (KPDDP) ([www.edukasi.pajak.go.id](http://www.edukasi.pajak.go.id)).

Kantor Pelayanan Pajak (KPP) memiliki fungsi membantu masyarakat dalam melakukan pelayanan perpajakan dan berhubungan langsung dengan wajib pajak tersebut dan telah tersebar di berbagai kota dan daerah. Menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 184/PMK.01/2020 pada pasal 53 ayat (1) menjelaskan bahwa Kantor Pelayanan Pajak (KPP) terbagi menjadi empat jenis yaitu KPP Wajib Pajak Besar, KPP Khusus, KPP Madya, dan KPP Pratama. KPP Pratama adalah kantor layanan pajak yang bertanggung jawab menangani wajib pajak di suatu lokasi dan memiliki jumlah wajib pajak terbesar dibandingkan dengan kantor layanan pajak lainnya. Tugas KPP Pratama meliputi menyelenggarakan edukasi, pelayanan, pengawasan, serta penegakan hukum terhadap wajib pajak dalam bidang Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Tidak Langsung Lainnya, dan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB). KPP Pratama juga bertanggung jawab mengumpulkan informasi mengenai subjek dan objek pajak di wilayah kerjanya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan, sebagaimana dijelaskan dalam (Peraturan Menteri Keuangan Nomor 184/PMK.01/2020).

Pada penelitian ini, objek yang akan diambil oleh peneliti ialah KPP Pratama Bandung Tegallega karena memiliki jumlah Wajib Pajak UMKM yang lebih besar daripada KPP Pratama lainnya yang ada di Kanwil DJP Jawa Barat I. Berikut merupakan tabel perbandingan jumlah Wajib Pajak UMKM pada KPP Pratama yang berada di Kanwil DJP Jawa Barat I:

**Tabel 1. 1 Perbandingan Jumlah Pelaporan SPT Tahunan UMKM Tahun 2020-2021**

<b>Nama KPP</b>	<b>Jumlah Pelaporan SPT UMKM tahun 2020</b>	<b>Jumlah Pelaporan SPT UMKM tahun 2021</b>
KPP Pratama Sukabumi	2.930	2.872
KPP Pratama Cianjur	1.151	1.065
KPP Pratama Purwakarta	1.204	1.113
KPP Pratama Cimahi	2.918	2.818
KPP Pratama Bandung Tegallega	3.928	4.112
KPP Pratama Bandung Cibeunying	2.330	2.243
KPP Pratama Tasikmalaya	1.836	1.555
KPP Pratama Bandung Cicadas	1.765	1.788
KPP Pratama Bojonagara	2.803	2.759
KPP Pratama Ciamis	2.757	2.588
KPP Pratama Garut	3.337	3.070
KPP Pratama Majalaya	1.420	1.395
KPP Pratama Soreang	2.114	2.121
KPP Pratama Sumedang	1.465	1.456

*Sumber: Kanwil DJP Jawa Barat I dan telah diolah oleh penulis (2022)*

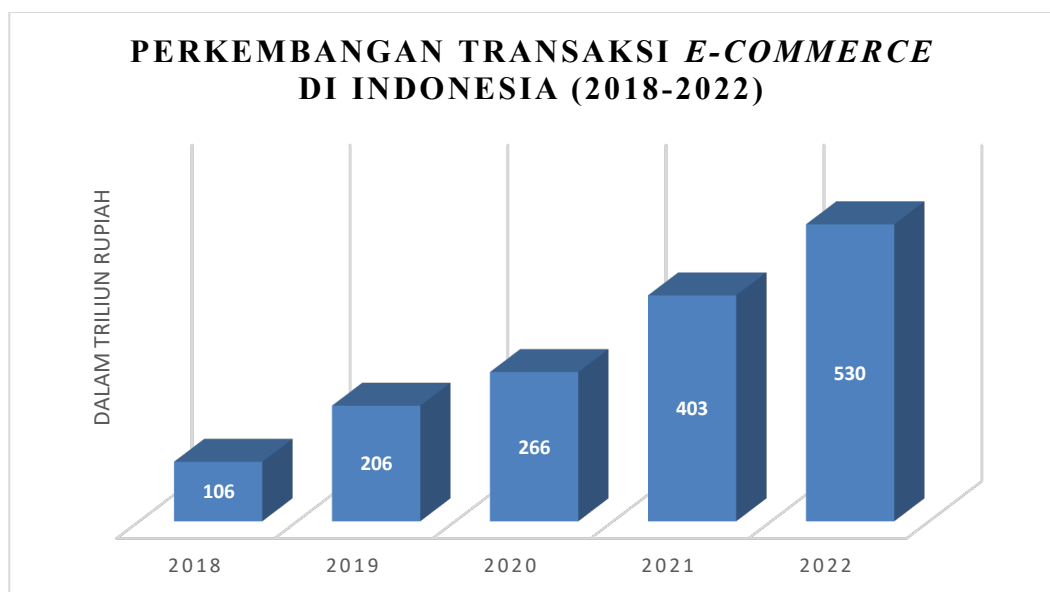
Berdasar tabel 1.1 diatas bisa disimpulkan bila peneliti tertarik untuk memilih KPP Pratama Bandung Tegallega sebagai objek penelitian untuk

mengetahui berbagai faktor yang bisa berpengaruh terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak pada KPP Pratama Bandung Tegallega.

## 1.2. Latar Belakang Penelitian

Era Globalisasi yang terjadi di dunia pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi beberapa tahun terakhir ini semakin meningkat terutama pada penggunaan internet. Pesatnya perkembangan penggunaan internet memberikan dampak positif terhadap perekonomian di Indonesia. Sehingga dengan perkembangan yang terjadi di era globalisasi ini terbentuklah sebuah sistem perdagangan dunia maya. Sebagian besar pengguna internet terutama masyarakat Indonesia memilih untuk memanfaatkannya pada *e-commerce* sebagai peralihan transaksi perdagangan konvensional (Maxuel & Primastiwi, 2021). *E-commerce* atau perdagangan elektronik dapat diartikan sebagai suatu kegiatan transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli dalam media internet atau *online*.

Kementerian Koordinator (Kemenko) Bidang Perekonomian mengatakan bahwa nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia menjadi semakin meningkat seiring dengan akseptasi dan preferensi masyarakat dalam transaksi *online* ([www.money.kompas.com](http://www.money.kompas.com)). Menurut laporan Pertemuan Tahunan Bank Indonesia dalam lima tahun terakhir mencatat bahwa transaksi *e-commerce* di Indonesia selalu meningkat. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



## **Gambar 1. 1 Perkembangan Transaksi *E-Commerce* di Indonesia (2018-2022)**

*Sumber: databoks.katadata dan data telah diolah penulis (2022)*

Berdasarkan dari gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa transaksi *e-commerce* di Indonesia setiap tahunnya meningkat. Peningkatan pada tahun 2018 s.d 2020 terjadi secara bertahap, pada tahun 2018 tercatat transaksi *e-commerce* sebesar Rp 106 triliun, lalu pada tahun 2019 tercatat sebesar Rp 206 triliun, kemudian pada tahun 2020 tercatat sebesar Rp 266 triliun, pada tahun 2021 tercatat sebesar Rp 403 triliun atau sebesar 51,6% dari tahun sebelumnya, dan pada tahun 2022 tercatat sebesar Rp 530 triliun atau sebesar 31,4%.

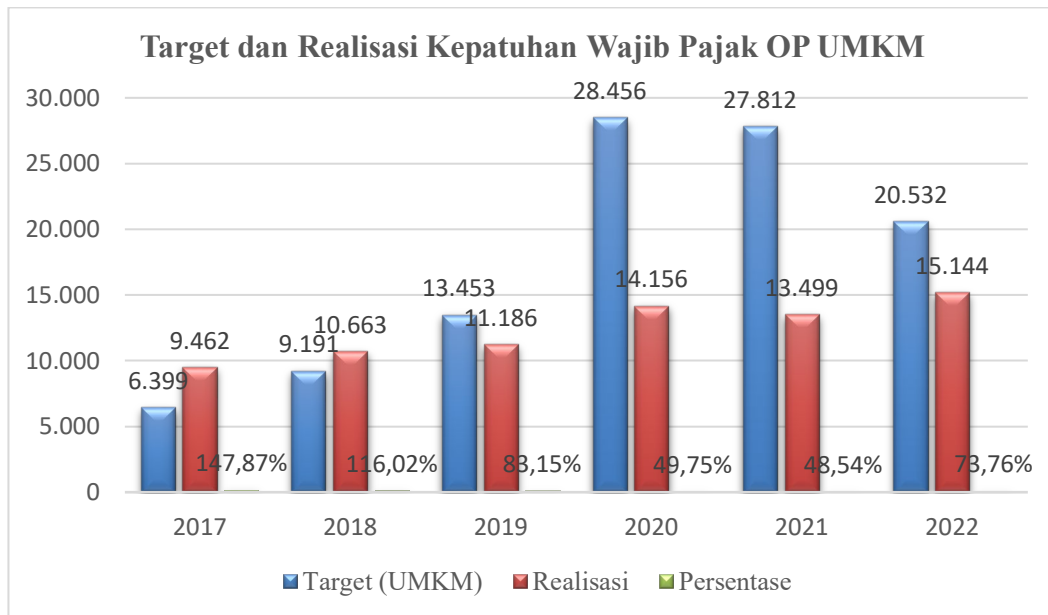
Oleh karena itu, *e-commerce* dapat memberikan keuntungan kepada penjual maupun pembeli, sebab masyarakat dapat memilih barang yang diminati dengan cara mengakses *e-commerce* melalui *website*, aplikasi belanja seperti shopee, tokopedia, lazada, blibli, dan sosial media seperti instagram dengan mudah menggunakan *handphone*. Sehingga dengan kemudahan *e-commerce* membuat masyarakat terutama para pelaku bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tertarik untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Kementerian Koperasi Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (Kemenkop UKM) mengatakan bahwa pada bulan Juni 2022 tercatat 19,5 juta atau 30,4% pelaku UMKM yang telah menggunakan platform *e-commerce* ([www.sobatpajak.com](http://www.sobatpajak.com)).

Bagi pemerintah melalui pelaku UMKM yang telah menggunakan platform *e-commerce* dapat menjadi aspek baru dan berpotensi menjadi sumber penerimaan negara dari perpajakan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 Angka 1, Pajak merupakan kontribusi wajib oleh Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan secara terutang pada negara yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk memenuhi keperluan negara bagi sebesar-besarnya

kemakmuran rakyat. Oleh karena itu Negara memiliki hak dan wewenang untuk memungut pajak terutang yang akan dibayarkan oleh wajib pajak, karena pajak mempunyai peranan yang penting bagi negara terutama dalam membiayai keperluan negara seperti pembangunan, kemakmuran, dan kesejahteraan rakyat Indonesia. Pemerintah juga menjadikan pajak sebagai sumber pemasukan utama dan menjadikan pajak sebagai salah satu tolak ukur keberhasilan ekonomi Negara.

Namun tidak sedikit penerimaan pajak UMKM berbasis *E-Commerce* yang tidak patuh dalam membayarkan kewajibannya, hal ini membuat kontribusi dari pelaku UMKM berbasis *e-commerce* masih tergolong rendah dan belum mencapai 100% (Maxuel & Primastiwi, 2021). Tingkat keberhasilan pemerintah dalam penerimaan pajak begitu tergantung dengan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak, ketika wajib pajak tidak patuh dalam membayar pajak maka dapat menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan seperti melakukan penghindaran, pengelakan, dan kelalaian pajak (Subarkah & Dewi, 2017). Hal ini dapat menyebabkan penerimaan pajak menjadi berkurang dan belum maksimal. Menurut Nilla & Widyawati (2021), Kepatuhan Wajib Pajak terbagi ke dalam dua kepatuhan, yaitu kepatuhan formal serta kepatuhan materil. Kepatuhan formil merupakan kepatuhan atau ketaatan wajib pajak terhadap ketentuan dalam undang-undang perpajakan yang berlaku, sedangkan kepatuhan materil merupakan kepatuhan dalam melakukan perhitungan penetapan jumlah utang pajak dengan sebenar-benarnya.

Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada UMKM di KPP Pratama Bandung Tegallega masih termasuk cukup rendah sampai saat ini, dalam empat tahun terakhir KPP Pratama Bandung Tegallega melaporkan bahwa SPT Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi pada UMKM masih belum melebihi target yang telah ditentukan oleh Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Hal ini bisa dilihat dalam gambar 1.2 dibawah ini:



**Gambar 1. 2 Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada UMKM dalam Melaporkan SPT tahun 2017 s.d 2022**

*Sumber: KPP Pratama Bandung Tegallega (2023)*

Berdasarkan gambar 1.2, bisa dilihat bila di tahun 2017-2018 tingkat kepatuhan penyampaian SPT UMKM di KPP Pratama Bandung Tegallega mengalami peningkatan dan mencapai lebih dari target yang ditentukan, namun pada tahun 2019-2022 terlihat mengalami penurunan dan realisasi tersebut masih jauh dari target yang ditentukan. Hal tersebut menunjukkan bila meskipun jumlah wajib pajak pada KPP Pratama Bandung Tegallega meningkat tetapi tingkat kepatuhan dalam melaporkan SPT nya masih rendah sehingga belum dapat dikatakan stabil. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki keterbatasan dalam pengumpulan data yaitu pada KPP Pratama Bandung Tegallega tidak bisa membandingkan UMKM berbasis *e-commerce*, sehingga data yang telah didapat hanya berupa kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM. Namun, pada penelitian ini peneliti tetap akan mengarah pada UMKM berbasis *E-Commerce* yang terdaftar pada KPP Pratama Bandung Tegallega.

Dalam memenuhi kewajibannya, pada 1 Juli 2013 pemerintah melakukan upaya melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 46

Tahun 2013 Tentang pajak Penghasilan Atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. Tarif yang diberikan pada PP Nomor 46 Tahun 2013 ini ialah sebesar 1% dari omzet atau peredaran bruto yang kurang dari 4,8 milyar dalam satu tahun dari tahun pajak terakhir. Dengan berlakunya PP Nomor 46 Tahun 2013 pemerintah berharap dapat memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM terutama berbasis *e-commerce* dalam melakukan kewajiban perpajakannya. Namun realisasi pada penerapan PP Nomor 46 Tahun 2013 ternyata tidak efektif sehingga tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan pemerintah (Bulutoding et al., 2020).

Sehingga pada tanggal 1 Juli 2018 pemerintah mulai membentuk kebijakan baru yaitu melalui Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. Tarif pajak yang diberikan pada PP Nomor 23 Tahun 2018 ini ialah sebesar 0,5% dari omzet kurang dari 4,8 milyar. Dengan upaya pemerintah menurunkan tarif pajak final dari 1% menjadi 0,5% dalam meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak faktanya masih banyak UMKM yang belum melakukan kewajiban perpajakannya khususnya berbasis *e-commerce*, sehingga realisasi tingkat kepatuhan bagi UMKM masih belum maksimal (Chanita & Sitinjak, 2021). Beberapa faktor yang mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak yaitu Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Penerapan Sistem *E-Filing*, dan Metode Pembayaran *E-Billing*.

Faktor pertama yang mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak ialah Pemahaman Wajib Pajak. Menurut Fatma Ridhotin (2022) Pemahaman Wajib Pajak merupakan suatu keadaan ketika wajib pajak dapat memahami semua ketentuan dan peraturan perpajakan yang berlaku dengan baik. Menurut Wirawan et al., (2021) terdapat empat indikator dalam pemahaman wajib pajak yang meliputi:

1. Paham dengan Undang-Undang Perpajakan.
2. Paham dengan hak dan kewajiban sebagai wajib pajak.



3. Paham dengan sanksi-sanksi perpajakan.
4. Paham dengan tarif pajak.

Ketika Wajib Pajak memiliki pemahaman yang baik tentang peraturan perpajakan, hal tersebut dapat memengaruhi tingkat kepatuhan mereka terhadap kewajiban perpajakan. Dengan pemahaman yang mendalam, Wajib Pajak cenderung lebih termotivasi untuk mematuhi dan menjalankan kewajiban perpajakan yang dimiliki. Sebagai hasilnya, tingkat kepatuhan Wajib Pajak juga akan meningkat secara proporsional. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Indrawan & Binekas (2018) yang menyatakan bila tingkat kepatuhan wajib pajak dapat ditingkatkan jika wajib pajak memiliki pemahaman yang baik terhadap semua peraturan perpajakan serta telah didukung hasil penelitian dari Fitria & Supriyono (2019) dan Indrawan & Binekas (2018) yang menyatakan bila pemahaman perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Namun berbeda dengan hasil penelitian dari Widyanti et al., (2022) dan Setyani & Harimurti (2022) yang menyatakan bila pemahaman peraturan perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Sosialisasi Perpajakan merupakan salah satu faktor penting yang berkontribusi terhadap tingkat kepatuhan Wajib Pajak. Menurut Windiarni et al., (2020) Sosialisasi Perpajakan adalah inisiatif yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan informasi kepada wajib pajak mengenai pemahaman dan pengetahuan seputar peraturan dan undang-undang perpajakan. Menurut Safitri & Silalahi (2020) terdapat tiga indikator dalam sosialisasi perpajakan yang meliputi:

1. Penyuluhan.
2. Informasi secara langsung dari Fiskus kepada Wajib Pajak.
3. Informasi secara tidak langsung yang dilakukan lewat media elektronik seperti *talkshow* di berbagai TV dan radio serta melalui media cetak

dengan melakukan pemasangan *billboard* seperti spanduk, poster, brosur dll.

Sosialisasi perpajakan dapat mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak karena dengan sosialisasi perpajakan diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran wajib pajak agar menyadari pentingnya pajak dan pelaporan pajak yang jujur, benar dan tepat waktu. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Nugroho & Kurnia (2020) yang menyatakan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak dapat mengalami peningkatan jika wajib pajak mampu mengikuti setiap sosialisasi perpajakan dengan baik dan memahami semua informasi perpajakan yang telah diberikan, sehingga dapat terhindar dari kelalaian pajak dan telah didukung dari hasil penelitian Dewi & Asalam (2021) ditemukan bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara sosialisasi perpajakan dengan tingkat kepatuhan wajib pajak di sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan penelitian lain yang dilakukan oleh Widyanti et al., (2022) juga menyimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak di sektor UMKM yang beroperasi dalam industri *e-commerce*. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Yosi et al., (2020) dan Aqiila & Furqon (2021) menunjukkan hasil yang berbeda. Mereka menyimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak di sektor UMKM.

Penerapan Sistem *E-Filing* adalah faktor ketiga yang berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan Wajib Pajak. Sesuai dengan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor Per-02/PJ/2019, Penerapan Sistem *E-Filing* merupakan sebuah sistem yang digunakan untuk mengisi, menghitung, dan melaporkan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) Wajib Pajak dengan menggunakan internet secara real-time melalui situs web yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Penerapan ini merupakan suatu upaya Direktorat Jenderal Pajak dalam memodernisasi sistem administrasi perpajakan di Indonesia. Menurut Jayanto (2019) terdapat enam indikator dalam Penerapan Sistem *E-Filing* yang meliputi:

1. Persepsi Kegunaan.
2. Persepsi Kemudahan.
3. Keamanan dan Kerahasiaan.
4. Kesiapan Teknologi Informasi.
5. Kepuasan Pengguna berdasarkan hemat biaya dan waktu.
6. Persepsi pada kecepatan dalam pelaporan SPT.

Penerapan Sistem *E-Filing* dapat memengaruhi tingkat kepatuhan Wajib Pajak karena kemudahan yang diberikan oleh sistem ini serta memfasilitasi Wajib Pajak dalam melaporkan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) hanya dengan menggunakan internet. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Rifana et al., (2021) yang menyatakan bila tingkat kepatuhan Wajib Pajak dapat meningkat jika mereka mampu memanfaatkan sistem *e-filing* dengan baik. Temuan tersebut juga didukung oleh hasil penelitian Aryawan et al., (2022) dan Aqiila & Furqon (2021) yang menemukan bahwa penerapan sistem *e-filing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak di sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Namun, terdapat perbedaan temuan dalam penelitian Nurchamid & Sutjahyani (2018) dan Arta & Khoiriawati (2022) menemukan bahwa penerapan sistem *e-filing* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak di sektor UMKM.

Metode Pembayaran *E-Billing* adalah faktor keempat yang berpotensi mempengaruhi tingkat kepatuhan Wajib Pajak. Sesuai dengan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor Per-05/PJ/2017, Metode Pembayaran *E-Billing* adalah sebuah metode pembayaran pajak secara online yang menggunakan kode billing, sehingga tidak memerlukan pembuatan Surat Setoran Pajak (SSP) secara fisik. Menurut Husnurrosyidah (2018) terdapat lima indikator dalam Metode Pembayaran *E-Billing* yang meliputi:

1. Kemudahan dalam melakukan pengisian data.
2. Meminimalisir terjadinya *human error*.

3. Keakuratan saat melakukan perhitungan.
4. Kemudahan dalam membayar pajak.
5. Kecepatan dalam membayar pajak.

Metode Pembayaran *E-Billing* dapat berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak karena dengan sistem ini dapat mempermudah Wajib Pajak dalam membayar pajak seperti perhitungan menjadi lebih cepat dan menghemat waktu karena dilakukannya secara *online*. Hal ini sesuai dengan pernyataan Aryawan et al., (2022) yang menyatakan bahwa dengan kemudahan sistem *e-billing* dapat mendorong wajib pajak untuk memenuhi perpajakannya sehingga kepatuhan wajib pajak pun dapat meningkat dan telah didukung dari hasil penelitian Nasrullah et al., (2021) dan Ardiansyah et al., (2020) yang menyatakan bahwa metode pembayaran *e-billing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Namun berbeda dengan hasil penelitian dari Fadilah & Sapari (2021) dan Nurchamid & Sutjahyani (2018) yang menyatakan bahwa metode pembayaran *e-billing* tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Berdasarkan uraian fenomena diatas dan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Penerapan Sistem *E-Filing*, dan Metode Pembayaran *E-Billing* dalam Peningkatan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada UMKM berbasis *E-Commerce* yang Terdaftar sebagai Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Bandung Tegallega)”**.

### **1.3. Perumusan Masalah**

Pemerintah menjadikan pajak sebagai sumber pemasukan utama dan menjadikan pajak sebagai tolak ukur dalam keberhasilan ekonomi Negara. Hal ini telah dibuktikan dalam Anggaran Penerimaan dan Belanja Negara (APBN) yang menyatakan bahwa penerimaan negara terbesar berasal dari pajak. Oleh karena itu, kepatuhan wajib pajak sangat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan

negara. Namun faktanya dengan terus bertambahnya Wajib Pajak setiap tahunnya ternyata tidak seimbang dengan realisasi tingkat kepatuhan wajib pajak, hal ini membuat tingkat kepatuhan wajib pajak di Indonesia masih tergolong rendah.

Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Humas DJP mengatakan bahwa jumlah wajib pajak orang pribadi yang diwajibkan melapor SPT sebanyak 17,35 juta, namun tercatat sebanyak 11,87 juta saja yang melaporkan SPT, sehingga kepatuhan pajaknya hanya mencapai 68,46% ([www.pajakku.com](http://www.pajakku.com)). Sedangkan menurut Senior Partner DDTC Danny Septriadi mengatakan bahwa jumlah UMKM di Indonesia tercatat sebanyak 64,2 juta namun hanya 2,31 juta UMKM yang terdaftar sebagai wajib pajak, sehingga kepatuhan pajaknya hanya mencapai 15% ([www.news.ddtc.co.id](http://www.news.ddtc.co.id)). Sehingga dengan kondisi tersebut DJP memikirkan alternatif lain dengan membuat skema kerjasama antara DJP dengan *e-commerce*, menurut DDTC (2021) tingkat kepatuhan secara umum berdasarkan skenario kerjasama melalui rekapitulasi data *e-commerce* memiliki potensi peningkatan sebesar 67,6%.

Rendahnya kepatuhan wajib pajak dapat disebabkan oleh kurangnya pemahaman wajib pajak dalam memahami dan melaksanakan kewajiban perpajakannya. Selain itu, berbagai upaya telah dilakukan Direktorat Jenderal Pajak dengan memodernisasi administrasi perpajakan seperti sistem *e-filing*, dan *e-billing* untuk memudahkan wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya, namun faktanya sistem *e-filing* dan *e-billing* juga belum maksimal karena kurangnya sosialisasi terkait tata cara penggunaannya. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak seperti Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Penerapan Sistem *E-Filing* dan Metode Pembayaran *E-Billing*.

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat memperoleh pertanyaan terkait dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana Kepatuhan Wajib Pajak, Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Penerapan Sistem *E-Filing*, dan Metode Pembayaran *E-Billing* Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce* di KPP Pratama Bandung Tegallega Tahun 2022?
2. Apakah Pemahaman Wajib Pajak berpengaruh positif secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce* di KPP Pratama Bandung Tegallega Tahun 2022?
3. Apakah Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce* di KPP Pratama Bandung Tegallega Tahun 2022?
4. Apakah Penerapan Sistem *E-Filing* berpengaruh positif secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce* di KPP Pratama Bandung Tegallega Tahun 2022?
5. Apakah Metode Pembayaran *E-Billing* berpengaruh positif secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce* di KPP Pratama Bandung Tegallega Tahun 2022?
6. Apakah pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Penerapan Sistem *E-Filing*, dan Metode Pembayaran *E-Billing* berpengaruh secara simultan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce* di KPP Pratama Bandung Tegallega Tahun 2022?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui Kepatuhan Wajib Pajak, Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Penerapan Sistem *E-Filing*, dan Metode Pembayaran *E-Billing* Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce* di KPP Pratama Bandung Tegallega Tahun 2022.

2. Untuk mengetahui pengaruh Pemahaman Wajib Pajak berpengaruh positif secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce* di KPP Pratama Bandung Tegallega Tahun 2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce* di KPP Pratama Bandung Tegallega Tahun 2022.
4. Untuk mengetahui pengaruh Penerapan Sistem *E-Filing* berpengaruh positif secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce* di KPP Pratama Bandung Tegallega Tahun 2022.
5. Untuk mengetahui pengaruh Metode Pembayaran *E-Billing* berpengaruh positif secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce* di KPP Pratama Bandung Tegallega Tahun 2022.
6. Untuk mengetahui pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Penerapan Sistem *E-Filing*, dan Metode Pembayaran *E-Billing* berpengaruh secara simultan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce* di KPP Pratama Bandung Tegallega Tahun 2022.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

1. Untuk kalangan Akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman dan pengetahuan tentang perpajakan terkait pemahaman perpajakan, sosialisasi perpajakan, implementasi sistem *e-filing*, dan metode pembayaran *e-billing* dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak UMKM yang berbasis *E-Commerce*.

2. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi dalam penulisan karya ilmiah terutama yang berkaitan dengan Kepatuhan Wajib Pajak UMKM berbasis *E-Commerce*. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan memperluas variabel-variabel yang diteliti dan objek yang berbeda, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan kepatuhan Wajib Pajak UMKM berbasis *E-Commerce* di masa yang akan datang.

#### **1.5.2. Manfaat Praktis**

1. Bagi KPP Pratama Bandung Tegallega, dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan untuk evaluasi dalam hal meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak terutama pada UMKM berbasis *E-Commerce*.
2. Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM berbasis *E-Commerce*, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman peraturan perpajakan, dapat mengikuti penyuluhan atau sosialisasi yang telah diberikan, dan memaksimalkan pemanfaatan penerapan sistem *e-filing* dan metode pembayaran *e-billing* dalam melakukan kewajiban perpajakannya agar dapat meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak terutama pada UMKM berbasis *E-Commerce*.

#### **1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan tugas akhir ini dibuat untuk memberikan penjelasan secara singkat tentang penelitian yang akan dilakukan. Hal ini juga dilakukan sebagai bantuan untuk pembaca dalam memahami isi dan masalah yang disajikan dalam penelitian ini. Sistematika penulisan ini dibuat menjadi lima bab yang terdiri dari:

##### **a. BAB I PENDAHULUAN**



Bab ini menjelaskan terkait gambaran umum dari objek penelitian yang akan dilakukan, latar belakang penelitian yang disertai dengan fenomena dan masalah-masalah yang terjadi, perumusan masalah dan tujuan dilakukan penelitian ini, dan manfaat dari penelitian ini secara teoritis dan praktik dan sistematika penulisan secara umum.

**b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan secara singkat dan jelas tentang landasan teori yang berkaitan dengan pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, penerapan sistem *e-filing*, dan metode pembayaran *e-billing* dan kepatuhan wajib pajak. Serta peneliti juga menguraikan penelitian-penelitian terdahulu sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini kerangka pemikiran, dan pembuatan hipotesis penelitian sebagai jawaban sementara atas rumusan masalah.

**c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan terkait jenis penelitian yang akan digunakan, variabel operasional seperti indikator dan skala perhitungannya, tahapan penelitian, menjelaskan populasi dan menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, dan menentukan cara pengumpulan data serta teknik yang akan dipakai untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan.

**d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan terkait karakteristik dari responden, serta menguraikan pembahasan hasil dari penelitian yang sudah dijalankan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan terkait kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dijalankan, serta memberikan saran kepada pembaca dari hasil penelitian yang dilakukan. Hasil penelitian ini juga bisa menambah wawasan dan referensi bagi

peneliti berikutnya yang membahas terkait Kepatuhan Wajib Pajak UMKM berbasis *E-Commerce*.