

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini era digital telah menyebabkan transformasi yang signifikan dalam kegiatan ekonomi, yang salah satunya tercermin dari pertumbuhan pesat sektor *e-commerce*. *E-commerce* sendiri merujuk pada transaksi yang berlangsung secara elektronik dan berfungsi sebagai perantara dalam aktivitas jual beli produk maupun layanan (P. R. Dewi 2024). Seiring dengan kemajuan ekonomi digital, *e-commerce* telah menjadi bagian krusial dalam perekonomian dunia. Perbedaannya terletak pada fokusnya, di mana *e-commerce* lebih berorientasi pada transaksi perdagangan yang memanfaatkan teknologi digital, sedangkan ekonomi digital mencakup berbagai interaksi bisnis serta perkembangan pasar dalam ekosistem internet. Ekonomi digital sendiri merujuk pada fase ekonomi saat ini yang ditandai dengan meningkatnya transaksi lintas negara melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Ciri-ciri utama dari era ini meliputi peran yang lebih dominan dari aset tidak berwujud, inovasi yang cepat dalam model bisnis, pengembangan produk teknologi digital yang pesat, serta peningkatan komunikasi dan kemudahan dalam memperoleh akses pendanaan (Lesiana wahyu 2022). Selain itu, penggunaan dan pengelolaan data dalam skala besar (big data) juga menjadi aspek penting dalam ekonomi digital. Data ini dapat dengan mudah diakses lintas negara untuk menganalisis pola perilaku konsumen serta menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

Menurut temuan dari (Mumtaha & Khoiri 2019), transformasi teknologi yang berlangsung sejak era Revolusi Industri 1.0 hingga mencapai Revolusi Industri 4.0 yang telah membawa perubahan besar dalam struktur sosial masyarakat. Perkembangan Revolusi Industri 4.0 tidak hanya sekadar memodernisasi pola pikir dan cara manusia berinteraksi, tetapi juga memberikan pengaruh yang luas terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk di dalamnya bidang teknologi, hubungan sosial, dinamika politik,

hingga sistem bisnis dan ekonomi. Revolusi ini merevolusi tatanan kehidupan secara menyeluruh, mendorong masyarakat untuk beradaptasi dengan perubahan yang cepat dan kompleks. Perubahan ini turut mendorong peralihan dari sistem konvensional ke sistem berbasis digital di berbagai sektor. Di Indonesia, transformasi digital telah memberi dorongan yang signifikan terhadap pertumbuhan *e-commerce*. 77% warga negara Indonesia adalah pengguna internet, seperti yang dilaporkan oleh Asosiasi Asosiasi Layanan Internet Java (APJIA) pada tahun 2023. Hal ini menjadikan sektor *e-commerce* sebagai salah satu yang paling memanfaatkan perkembangan tersebut. Sejalan dengan hal tersebut, Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEA) memproyeksikan bahwa nilai transaksi *e-commerce* akan mencapai Rp401 triliun pada tahun 2025, Laju pertumbuhannya tercatat mencapai kurang lebih 26% setiap tahunnya (APJII 2024).

Perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) merupakan bentuk aktivitas jual beli yang dilakukan menggunakan perangkat dan mekanisme berbasis teknologi digital. Jenis transaksi ini semakin marak seiring dengan perkembangan Revolusi Industri 4.0, di mana akses terhadap internet menjadi semakin mudah dan luas. Pada tahun 2019, pemerintah mengatur secara khusus Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019. Meskipun regulasi ini tidak secara langsung mengatur tentang perpajakan PMSE, namun pada Pasal 11 ditegaskan bahwa pelaku usaha yang menjalankan kegiatan PMSE wajib memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Hal ini berarti bahwa apabila penghasilan yang diperoleh melebihi batas Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP), maka pelaku usaha diwajibkan untuk melakukan pembayaran dan pelaporan pajak secara tepat waktu (Alifah et.al 2023). PP ini juga menyatakan bahwa pelaku usaha PMSE tidak hanya terbatas pada pelaku dari dalam negeri, melainkan juga dapat berasal dari luar negeri. Lebih rinci, Pasal 6 menjelaskan bahwa pelaku PMSE domestik dapat berupa individu maupun badan usaha. Sementara itu, Pasal 7 menetapkan kriteria tertentu agar pelaku usaha PMSE dari luar negeri dianggap memiliki kehadiran fisik dan

menjalankan kegiatan usaha tetap di Indonesia, seperti jumlah atau nilai transaksi, jumlah paket yang dikirimkan, serta tingkat kunjungan atau lalu lintas situs.

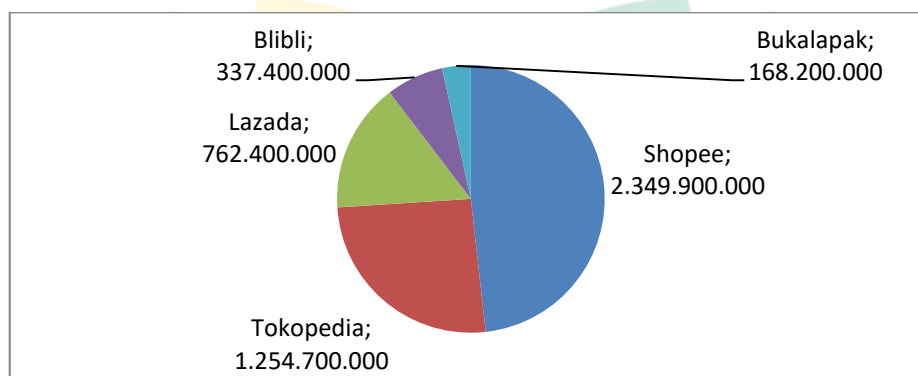
PP Nomor 80 Tahun 2019 merupakan peraturan turunan dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, bukan dari regulasi perpajakan. Oleh karena itu, perlunya perhatian khusus dari pemerintah dalam mengatur aspek perpajakan PMSE. Di sisi lain, Kementerian Keuangan semakin aktif dalam menerapkan kebijakan perpajakan terhadap pelaku usaha PMSE, khususnya selama masa pandemi Covid-19. Fokus utama diberikan pada pelaku usaha dari luar daerah pabeas, seiring dengan meningkatnya aktivitas transaksi digital akibat imbauan pemerintah untuk melaksanakan kegiatan dari rumah. Penerapan pajak terhadap sektor PMSE menjadi salah satu langkah kebijakan fiskal untuk merespon dampak pandemi, terutama dalam menjaga stabilitas keuangan negara (Nur Aini & Meikhati 2022).

Pesatnya digitalisasi telah mengubah cara masyarakat dalam bertransaksi, menjadikan *e-commerce* sebagai salah satu inovasi paling berpengaruh dalam bisnis global. Keberadaan *platform e-commerce* menawarkan solusi yang lebih efisien dan praktis bagi konsumen dalam berbelanja secara fleksibel dan mudah (Sulistyawati 2024). Kemudahan dalam memilih produk, melakukan pembayaran, serta mendapatkan barang dengan cepat menciptakan pengalaman belanja yang lebih nyaman. Selain memberikan keuntungan bagi konsumen, *e-commerce* juga menciptakan peluang bagi pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk memperbesar jangkauan pasar dapat dilakukan tanpa perlu adanya pengeluaran tambahan biaya tinggi untuk membangun infrastruktur fisik. *Platform* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak berperan sebagai perantara yang menghubungkan penjual dengan pembeli, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, sehingga daya saing bisnis semakin diperkuat. Dalam perkembangan era digital masa kini, *e-commerce* bukan lagi sekadar pilihan, melainkan telah menjadi kebutuhan yang turut menggerakkan inovasi dalam dunia bisnis dan perdagangan (Orinaldi 2020). Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan

penggunaan internet, banyak pelaku UMKM yang mulai beralih ke *platform* digital untuk memperluas pasar mereka. Menurut Zuhrah et al. (2024), pemanfaatan *e-commerce* telah memberikan peluang yang lebih menyeluruh bagi para pelaku usaha. dari berbagai sektor, seperti makanan dan minuman, fashion, hingga perlengkapan rumah tangga, untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Melalui *platform* digital ini, para pelaku usaha tidak hanya mampu mencapai lebih banyak konsumen dari berbagai daerah, tetapi juga memiliki kesempatan untuk meningkatkan kompetitifitas mereka di tengah persaingan usaha yang semakin sengit. Digitalisasi perdagangan ini menjadi strategi penting dalam memperkuat eksistensi usaha di era modern.

Gambar 1. 1

5 Platform *E-commerce* Terbesar di Indonesia Tahun 2023



Sumber: Adi Ahdiat, 2024

Gambar 1.1 memperlihatkan data perbandingan jumlah pengunjung lima *e-commerce* paling populer di Indonesia. Shopee menempati posisi teratas dengan jumlah transaksi tertinggi, yakni 2.349.900.000, yang mencerminkan dominasinya sebagai *marketplace* paling populer di kalangan masyarakat Indonesia. Sementara itu, Tokopedia berada di peringkat kedua dengan total transaksi mencapai 1.254.700.000. Meskipun terpaut cukup jauh dari Shopee, Tokopedia tetap menjaga eksistensinya sebagai pemimpin pasar di bidang *e-commerce*. Selanjutnya, Lazada berada di urutan ketiga dengan total transaksi 762.400.000, yang mengalami penurunan dibandingkan Tokopedia. Di posisi keempat dan kelima, Blibli dan Bukalapak memiliki

jumlah transaksi yang jauh lebih rendah. Blibli mencatat 337.400.000 transaksi, sementara Bukalapak menjadi *platform* dengan transaksi paling sedikit, yaitu 168.200.000. Data ini mencerminkan perbedaan signifikan dalam tingkat popularitas dan penggunaan *platform e-commerce* di Indonesia, di mana Shopee masih menjadi pilihan utama konsumen dibandingkan dengan *platform* lainnya (Adi Ahdiat 2024).

Perkembangan pesat *e-commerce* telah membawa berbagai peluang bagi pelaku usaha, tetapi di sisi lain juga menimbulkan tantangan baru, khususnya dalam aspek perpajakan. Sejumlah pelaku usaha *e-commerce* hingga kini masih menghadapi kendala dalam memahami secara menyeluruh tanggung jawab mereka terkait kewajiban perpajakan. Ketidaktahuan ini umumnya disebabkan oleh berbagai faktor utama, seperti kurangnya sosialisasi perpajakan, rendahnya literasi pajak di kalangan pelaku usaha digital, serta kompleksitas regulasi pajak yang terus berkembang seiring kemajuan teknologi dan pola bisnis daring. Kurangnya pemahaman ini dapat berdampak pada tingkat kepatuhan pajak yang rendah di sektor *e-commerce*. (Dewi & Setiawan 2023). Selain itu, minimnya sosialisasi dan edukasi perpajakan, terutama bagi pelaku UMKM, mengakibatkan rendahnya kesadaran akan pentingnya membayar pajak. Sebagian besar pelaku *e-commerce* masih memandang pajak sebagai beban yang bisa menurunkan pemasukan mereka, sehingga mereka keberatan untuk melaporkan pendapatan (Amalia et al. 2024).

Sebagian besar pelaku bisnis berpendapat bahwa sistem perpajakan yang menggunakan mekanisme self-assessment, yang mengharuskan wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan kewajiban pajaknya secara mandiri, masih dianggap rumit dan membingungkan. Kompleksitas proses ini sering kali menjadi hambatan, khususnya bagi para pelaku UKM yang masih belum memiliki pemahaman mendalam mengenai prosedur administrasi pajak. Kondisi ini dapat memengaruhi efektivitas penerapan sistem perpajakan dan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya. Lemahnya pengawasan serta minimnya insentif yang diberikan

turut berkontribusi terhadap rendahnya tingkat kepatuhan pajak dalam sektor ini. Oleh sebab itu, perlu adanya upaya peningkatan literasi perpajakan, pengawasan yang lebih intensif, dan pemberian insentif yang lebih menarik agar pelaku *e-commerce* lebih terdorong untuk patuh terhadap kewajiban pajak mereka (Fadila 2023).

Hingga kini, aturan perpajakan yang diterapkan terhadap kegiatan usaha di sektor *e-commerce* masih mengandalkan ketentuan pajak yang bersifat umum, seperti ketentuan mengenai Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Belum terdapat regulasi khusus yang dirancang secara eksplisit untuk mengakomodasi karakteristik unik dan perkembangan pesat dari aktivitas perdagangan digital ini. Menurut Rosmayati (2023) ketiadaan aturan yang spesifik tersebut berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha *e-commerce* dalam hal memenuhi kewajiban perpajakan mereka cepat dan juga sesuai. Meningkatnya kepatuhan pajak di sektor ini tentu akan berkontribusi pada penerimaan negara. Sekitar 75% penerimaan negara berasal dari pajak, namun Indonesia masih memiliki rasio pajak yang tergolong rendah, yaitu sekitar 11%, yang merupakan salah satu rasio terendah di dunia Hajrah (2022).

Menurut penelitian Lubis & Sinaga (2022), bahwa kepatuhan perpajakan di kalangan pebisnis *e-commerce* sangat bergantung pada pemahaman mereka terhadap aturan perpajakan. Tingkat kepatuhan pajak akan meningkat seiring dengan tumbuhnya kesadaran dan pemahaman yang dimiliki wajib pajak terhadap tanggung jawab perpajakannya. Dalam konteks pertumbuhan pesat bisnis berbasis digital di Indonesia, setiap transaksi yang dilakukan melalui *platform* online tetap dibebani dengan kewajiban perpajakan yang tidak boleh diabaikan. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif serta kesadaran yang tinggi mengenai ketentuan pajak menjadi hal yang sangat penting guna mendorong terciptanya kepatuhan perpajakan yang lebih maksimal (Lestari & Darmawan 2023). Secara umum, perilaku patuh wajib pajak dipengaruhi oleh dua kategori utama, yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal meliputi elemen-elemen di luar kendali

individu wajib pajak, seperti efektivitas sistem administrasi perpajakan, mutu layanan yang diberikan otoritas pajak, penerapan hukum yang tegas, pelaksanaan audit pajak, serta struktur tarif yang diberlakukan. Sementara itu, faktor internal mencakup dimensi pribadi dari wajib pajak sendiri, seperti pengetahuan mengenai peraturan perpajakan, kesadaran akan pentingnya membayar pajak, serta sikap dan perilaku dalam menjalankan kewajiban perpajakan secara sukarela dan bertanggung jawab (Indriyani 2020).

Untuk meningkatkan tingkat kepatuhan perpajakan di sektor *e-commerce*, Direktorat Jenderal Pajak telah mengambil langkah-langkah strategis dengan menerbitkan berbagai surat edaran yang menekankan pentingnya pelaksanaan kewajiban pajak atas transaksi digital. Salah satu upaya awal dilakukan melalui Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor 429/PJ.22/1998 yang berisi imbauan kepada para pelaku usaha yang menjalankan kegiatan melalui *platform e-commerce* untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Selanjutnya, guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif, diterbitkan Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 yang memuat penjelasan rinci mengenai ketentuan perpajakan yang berlaku atas aktivitas ekonomi digital. Upaya ini diperkuat lagi dengan Surat Edaran Nomor SE-06/PJ/2015, yang secara khusus mengatur mekanisme pemotongan dan/atau pemungutan Pajak Penghasilan dalam sektor perdagangan berbasis elektronik. Keseluruhan kebijakan tersebut menunjukkan komitmen otoritas pajak dalam menyesuaikan regulasi dengan perkembangan teknologi dan pola transaksi modern (Riphat 2021).

Meidiyustiani et al. (2022), menyatakan bahwa sebagian besar masyarakat masih enggan dalam melakukan perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak, yang mencerminkan rendahnya kepatuhan terhadap peraturan perpajakan. Salah satu masalah utama berkaitan dengan kesadaran wajib pajak adalah minimnya pemahaman mereka tentang peran penting pajak dalam menunjang pembangunan nasional. Rendahnya kesadaran wajib pajak ini disebabkan oleh kurangnya pendidikan dan sosialisasi yang dijalankan oleh pemerintah mengenai urgensi pembayaran pajak (Qhoirunnisa & Budiantara

2023). Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Mawaddah et al. (2023) menunjukkan bahwa upaya penyebaran informasi melalui sosialisasi perpajakan, serta tingkat kesadaran yang dimiliki wajib pajak berperan penting dalam mendorong tingkat kepatuhan perpajakan di kalangan UMKM. Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM cenderung lebih taat membayar pajak secara sistematis dan sesuai peraturan perundang-undangan apabila sosialisasi lebih luas dan kesadaran wajib pajak lebih tinggi. Tetapi, mereka juga mendapati bahwa tingkat pemahaman perpajakan tidak memberikan dampak yang signifikan. Berbeda dengan penelitian tersebut, kajian ini tidak memasukkan variabel sosialisasi, namun lebih berfokus pada relasi antara tingkat pemahaman dan kesadaran perpajakan yang berpengaruh pada kepatuhan pajak, khususnya di kalangan pengguna Shopee di Kabupaten Cirebon.

Dalam penelitian lain, Pratama & Nurhayati (2023) menemukan bahwa tingkat pemahaman terhadap peraturan perpajakan, kesadaran yang dimiliki oleh wajib pajak, serta mutu pelayanan yang diberikan oleh otoritas pajak berkontribusi secara positif terhadap peningkatan kepatuhan pajak di sektor *e-commerce*. Meski demikian, studi tersebut tidak secara terperinci membahas perilaku kepatuhan pada pelaku usaha *e-commerce* yang menggunakan *platform* tertentu, melainkan mengambil sudut pandang yang lebih luas dengan mencakup seluruh pelaku usaha digital secara umum tanpa membedakan jenis atau skala *platform* yang digunakan. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini berfokus secara spesifik pada *platform* Shopee di Kabupaten Cirebon dan tidak memasukkan variabel kualitas layanan.

Berdasarkan hal tersebut, fokus utama dalam penelitian ini diarahkan pada hubungan antara tingkat pemahaman mengenai perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan tingkat kepatuhan dalam memenuhi kewajiban pajaknya. Budiawan (2021) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa terdapat kontribusi yang signifikan dari pengetahuan pajak, kesadaran pajak, dan tarif pajak, terutama pada *platform e-commerce* seperti Shopee dan Lazada.

Meskipun demikian, penelitian tersebut mencakup dua *platform e-commerce* secara bersamaan dan menempatkan tarif pajak sebagai variabel utama yang diteliti. Berbeda dari studi sebelumnya, penelitian ini secara khusus memusatkan perhatian pada pengguna *platform* Shopee di wilayah Kabupaten Cirebon, dengan mengecualikan tarif pajak sebagai salah satu variabel analisis. Pendekatan ini dimaksudkan untuk menyajikan kajian yang lebih terfokus dan mendalam mengenai perilaku dan kepatuhan perpajakan para pelaku usaha *e-commerce* yang menggunakan Shopee sebagai media transaksi utama.

Penelitian ini menjadi sangat relevan mengingat beberapa alasan utama. Pertama, perkembangan pesat sektor *e-commerce*, yang semakin intensif sejak pandemi COVID-19, menjadi penting untuk memahami bagaimana pengetahuan pajak dan kesadaran wajib pajak mendukung kepatuhan pajak. Kedua, fenomena meningkatnya transaksi digital membawa perubahan signifikan dalam sistem perpajakan yang menyulitkan otoritas pajak dalam mengawasi dan menegakkan aturan kepatuhan. Oleh sebab itu, sangat penting bagi pelaku bisnis untuk memiliki pemahaman menyeluruh terhadap peraturan perpajakan yang relevan. Ketiga, rendahnya tingkat kepatuhan pajak di kalangan pelaku *e-commerce* kemungkinan besar disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan kesadaran tentang kewajiban perpajakan. Dalam hal ini, tujuan penelitian adalah untuk meneliti bagaimana kedua elemen ini memengaruhi derajat kepatuhan pajak. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini akan menggali lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak pelaku usaha *e-commerce*, khususnya mereka yang berjualan melalui *platform* Shopee di Kabupaten Cirebon. Fokus utama penelitian ini ialah untuk meneliti bagaimana pemahaman perpajakan dan kesadaran wajib pajak memengaruhi perilaku kepatuhan mereka dalam menjalankan kewajiban perpajakan.

Dengan demikian, penelitian ini mengambil judul "**Pengaruh Pemahaman Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Pelaku *E-commerce* dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan (Studi Kasus Pelaku *E-commerce* di Kabupaten Cirebon pada Platform Marketplace Shopee).**"

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Beberapa masalah yang berkaitan dengan tingkat kepatuhan pajak di kalangan pelaku bisnis *e-commerce* ditemukan dari latar belakang yang telah dipaparkan. Berikut ini adalah beberapa masalah utama yang diangkat dalam penelitian ini:

- a. Pesatnya pertumbuhan *e-commerce*, khususnya di platform Shopee, belum diimbangi dengan tingkat kepatuhan pajak yang optimal dari para pelaku usaha.
- b. Minimnya pengetahuan tentang peraturan perpajakan digital di antara pelaku *e-commerce* menjadi salah satu faktor penyebab rendahnya tingkat kepatuhan pajak.
- c. Kesadaran wajib pajak yang masih rendah menyebabkan banyak pelaku *e-commerce* kurang memperhatikan kewajiban perpajakan mereka.
- d. Mekanisme *self-assessment* dalam sistem perpajakan dianggap kompleks oleh sebagian pelaku usaha, sehingga menjadi hambatan dalam meningkatkan kepatuhan pajak.
- e. Kurangnya pemerataan dalam edukasi dan sosialisasi perpajakan membuat sebagian pelaku *e-commerce*, terutama sektor UMKM, belum sepenuhnya memahami pentingnya memenuhi kewajiban perpajakan.

2. Pembatasan Masalah

Pelaku *e-commerce* yang beroperasi melalui *platform* Shopee di Kabupaten Cirebon menjadi subjek pada penelitian ini. Tujuan utama studi ini adalah untuk mengukur tingkat pemahaman dan kesadaran wajib pajak yang memengaruhi seberapa baik pelaku *e-commerce* platform shoppe di kabupaten cirebon dalam mematuhi kewajiban perpajakan mereka. Variabel lain, seperti tarif pajak dan kualitas layanan perpajakan, tidak termasuk dalam penelitian ini agar analisis dapat lebih fokus pada hubungan antara pemahaman, kesadaran, dan kepatuhan pajak. Data dikumpulkan dengan memberikan kuesioner kepada pengguna aktif Shopee di Kabupaten Cirebon. Penelitian ini terbatas hanya pada *platform* Shopee, tanpa memperhitungkan *platform e-commerce* lainnya atau area di luar Kabupaten Cirebon.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti dapat menjadikan rumusan masalah pada penelitian ini :

- a. Apakah pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce* yang menggunakan *platform* Shopee di Kabupaten Cirebon?
- b. Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce* terkait kewajiban perpajakan mereka?
- c. Apakah tingkat pemahaman terhadap perpajakan serta kesadaran sebagai wajib pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce* dalam menjalankan kewajiban perpajakan mereka?

C. Tujuan Penelitian

Fokus utama penelitian ini adalah untuk menilai tingkat kepatuhan pajak pelaku *e-commerce* pada *platform* Shopee dalam melaksanakan kewajiban perpajakan mereka, khususnya di wilayah Kabupaten Cirebon, serta mengupayakan solusi atas hambatan yang dihadapi dengan meninjau aspek pemahaman pajak dan kesadaran sebagai wajib pajak.

1. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce* yang menggunakan *platform marketplace* Shopee di Kabupaten Cirebon.
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pemahaman perpajakan dan kesadaran sebagai wajib pajak secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce* dalam menjalankan kewajiban perpajakannya.

D. Manfaat/Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana kesadaran dan pemahaman wajib pajak tentang tanggung jawab pajak mereka di era digital dapat memengaruhi tingkat kepatuhan mereka. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian di masa mendatang yang akan menyelidiki lebih dalam berbagai aspek yang memengaruhi kepatuhan pajak di sektor *e-commerce*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Pelaku Usaha *E-commerce*

Melalui penelitian ini, diharapkan ada peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha *e-commerce* tentang kewajiban perpajakan mereka. Dengan pengetahuan yang lebih mendalam, para pelaku usaha diharapkan akan lebih disiplin dalam memenuhi kewajiban pajak, mengikuti peraturan perpajakan yang ada, serta menghindari sanksi hukum. Selain itu, kepatuhan mereka diharapkan dapat memberi dampak positif pada pembangunan negara.

b) Bagi Akademisi dan Peneliti

Para akademisi dan peneliti yang tertarik mempelajari lebih lanjut tentang kepatuhan pajak dalam konteks sektor *e-commerce* dapat menggunakan temuan studi ini sebagai referensi. Temuan studi ini juga dapat menjadi dasar bagi penelitian ilmiah lainnya yang membahas topik-topik terkait bisnis dan perpajakan serta menawarkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika pajak dalam industri digital.