

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat cepat di era industri 4.0 melahirkan perubahan paradigma dan berdampak pada seluruh tatanan kehidupan. Dalam dunia digital, perangkat keras dan perangkat lunak (termasuk teknologi komunikasi informasi) tidak dapat dipisahkan. Integrasi antara keduanya telah menghasilkan kemajuan besar dalam digitalisasi, yang dulu hanya dapat dibayangkan dalam film fiksi ilmiah. Seiring berkembangnya jaringan komputer, terutama Internet, perannya menjadi sangat penting dalam memperkuat koneksi antar pengguna komputer di seluruh dunia. Hubungan ini berkembang menjadi bentuk komunikasi dan transfer data yang terjadi dalam hitungan detik. Interaksi ini kemudian memicu inovasi-inovasi yang membawa berbagai aktivitas di dunia nyata ke ranah digital (Aprilianto & Hidayat, 2020).

Perdagangan tidak dapat menghindari dampak besar digitalisasi di bidang komunikasi informasi, yang mengubah paradigma komunikasi menjadi berbasis elektronik. Internet memiliki dampak besar terhadap ekonomi global, dengan semakin banyaknya aktivitas ekonomi yang kini menggunakan media daring. Perkembangan ini menunjukkan pergeseran dari transaksi tradisional, dimana penjual dan pembeli bertemu langsung untuk pembayaran dan pengiriman barang, ke pola transaksi digital, di mana penjualan dan pembelian dilakukan tanpa pertemuan langsung melalui perangkat online, aplikasi seluler, serta sistem operasi (Rendy & Irawati, 2019).

E-commerce sangat memudahkan orang untuk membeli produk, sementara dari sisi bisnis, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Informasi produk kini dapat tersebar lebih cepat dan mencakup konsumen yang lebih luas. Karena itu, komunikasi berbasis elektronik telah mulai mengubah pola dan cara konsumsi masyarakat, dan bahkan telah menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari. Penggunaan perangkat komunikasi elektronik seperti telepon, komputer, kios

online, ATM, *smart card*, dan *smartphone* telah menjadi sarana utama dalam aktivitas jual beli barang atau jasa.

Jumlah pengguna internet yang besar di Indonesia menciptakan potensi pasar yang luas dan mampu memicu munculnya peluang bisnis baru. Salah satu contohnya adalah perusahaan yang memanfaatkan teknologi internet untuk belanja *online*. Perkembangan bisnis belanja *online* di Indonesia terus menunjukkan kemajuan pesat. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet meningkat dari 221 juta jiwa pada tahun 2024 dari total populasi 278 juta jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Terhitung sejak 2018, penetrasi internet di Indonesia mencapai 64,8%, kemudian secara berurutan yaitu 73,7% di tahun 2020, 77,01% di tahun 2022, dan 78,19% di tahun 2023. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) baru-baru ini merilis hasil survei bertajuk "Profil Pengguna & Tren Internet Indonesia 2023" yang mencakup berbagai aspek, termasuk cara promosi yang digunakan oleh UMKM melalui media internet dan platform *e-commerce* pilihan mereka. Berdasarkan survei tersebut, 73,73% pelaku UMKM lebih memilih Tokopedia sebagai platform utama untuk berjualan. Di posisi berikutnya, Lazada dipilih oleh 38,81% responden, sementara Shopee di urutan ketiga dengan 34,33%, dan Blibli berada di urutan terakhir dengan 12,54%. Berdasarkan tren ini, peningkatan pengguna internet diperkirakan sejalan dengan pertumbuhan transaksi *online*. Kementerian Perdagangan (Kemendag) memperkirakan nilai transaksi perdagangan digital atau *e-commerce* mencapai Rp533 triliun pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat Rp476 triliun. Bank Indonesia (BI) sebelumnya memperkirakan nilai transaksi *e-commerce* mencapai Rp533 triliun pada 2023. Terbaru, BI memangkas perkiraannya menjadi Rp474 triliun sepanjang 2023. Adapun nilai transaksi *e-commerce* diprediksi tumbuh 2,8% menjadi Rp487 triliun pada 2024 dan 3,3% menjadi Rp503 triliun pada 2025.

Fenomena semakin maraknya transaksi digital menyebabkan pemerintah Indonesia menetapkan peraturan yang mewajibkan *e-commerce* untuk memungut, melaporkan, dan menyetorkan PPN. Namun, tantangan dalam implementasi dan kepatuhan menjadi kendala utama. Banyak pelaku *e-commerce* yang masih kurang patuh dalam melaporkan pajak, baik karena kurangnya kesadaran maupun karena

kerumitan regulasi perpajakan di sektor digital. Fenomena ini diperkuat oleh data dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang menunjukkan bahwa sektor *e-commerce* berkontribusi besar terhadap perekonomian, tetapi kontribusinya terhadap PPN masih belum optimal. Salah satu penyebabnya adalah tingginya tingkat kerahasiaan transaksi digital dan kerumitan dalam pelacakan transaksi lintas negara yang membuat pemerintah sulit untuk menagih pajak secara efektif.

Perkembangan pesat ekonomi berbasis elektronik memiliki potensi ekonomi yang tinggi bagi Indonesia. Melalui Paket Kebijakan Ekonomi XIV, Pemerintah merasa perlu menerbitkan Peraturan Presiden tentang Peta Jalan *E-Commerce* untuk mendorong perluasan dan peningkatan kegiatan ekonomi masyarakat di seluruh Indonesia secara efisien dan terkoneksi secara global. Peta Jalan *E-Commerce* ini sekaligus dapat mendorong kreasi dan inovasi kegiatan ekonomi baru di kalangan generasi muda (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2016).

Pergeseran pola perdagangan ini memerlukan perangkat hukum yang jelas untuk mengatur pungutan pajak dan retribusi regional terhadap kegiatan *e-commerce* (Brilianaza & Sudrajat, 2022). Pajak merupakan sumber pendapatan utama bagi negara, sehingga tanpa pajak akan sulit bagi pemerintah untuk mendanai berbagai program pembangunan, yang membutuhkan dana besar dan bersumber dari APBN. Pajak sendiri merupakan kontributor terbesar dalam struktur APBN. Dengan perkembangan pesat bisnis *online* di Indonesia, pemerintah mulai mempertimbangkan regulasi pajak untuk sektor ini sebagai upaya mengoptimalkan penerimaan pajak di masa depan (Rendy & Irawati, 2019).

Pajak yang sama dikenakan pada semua transaksi komersial (baik fisik maupun *online*). Pada dasarnya, perdagangan *online* tidak berbeda dengan perdagangan tradisional dalam hal pengenaan pajak. *E-Commerce* maupun transaksi tradisional harus dikenakan pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku, berdasarkan prinsip perpajakan 'Asas Keadilan' (Sari, 2018). Ini berarti tidak ada perbedaan dalam undang-undang perpajakan yang diterapkan pada perdagangan *online* dan konvensional. Pesatnya pertumbuhan ekonomi di sektor *e-commerce* memiliki potensi besar untuk meningkatkan penerimaan pajak pertambahan nilai. Namun ironisnya, jumlah pajak yang diharapkan dari sektor ini belum sepenuhnya tergali.

Menurut Yustinus Prastowo, Direktur Eksekutif Indonesian *Center for Tax Analysis* (CITA), negara berisiko kehilangan hingga 10% dari potensi pajak *e-commerce* jika otoritas pajak di daerah ini tidak berhasil memungut pajak dengan optimal (Leonardo & Tjen, 2020).

Otoritas Pajak memberlakukan Peraturan Menteri Keuangan tentang Perlakuan Pajak Transaksi Niaga Dengan Sistem elektronik dimaksudkan untuk memberikan rasa keadilan antara pelaku ekonomi tradisional dan sistem elektronik. Aturan perlakuan pajak e-niaga akan diterbitkan mulai berlaku pada 1 April 2019 dalam bentuk Peraturan Menteri Keuangan 2018. Namun dibatalkan karena Menteri Keuangan mencabut peraturan tersebut sebelum peraturan PMK 210/PMK.010/2018 mulai berlaku. (Leonardo & Tjen, 2020).

Asosiasi *Electronic Commerce* Indonesia melalui studi lapangannya, menemukan bahwa deregulasi tersebut terjadi karena beberapa kekurangan. Kekhawatiran muncul karena pertumbuhan UMKM di Indonesia dapat terhambat, dan pelaku bisnis mikro yang menggunakan *e-commerce* mungkin memilih untuk berhenti atau beralih ke sektor lain. Hal ini berpotensi mengurangi jumlah pebisnis *e-commerce*, atau bahkan menyebabkan mereka menutup usahanya, terutama karena adanya ketakutan terhadap salah satu ketentuan dalam aturan tersebut, yakni kewajiban memiliki NPWP (Farras, 2019).

Permasalahan terkait minimnya regulasi dalam pajak *e-commerce* berdampak pada kurang optimalnya penerimaan pajak negara (Haryadi & Sari, 2020). Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan belum secara khusus mengakomodasi perpajakan transaksi digital. Selain itu, Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dinilai belum efektif dalam menyelesaikan persoalan pemungutan pajak pertambahan nilai pada bisnis daring di Indonesia.

Beberapa faktor yang menyebabkan hilangnya potensi penerimaan pajak dari *e-commerce* antara lain tingkat kerahasiaan transaksi yang tinggi, aturan pemungutan pajak yang belum jelas, serta rendahnya kesadaran wajib pajak. Upaya untuk meningkatkan penerimaan pajak dari sektor ini juga terbatas oleh belum adanya aturan khusus yang menetapkan tarif pajak yang berbeda. Akibatnya, hanya

sebagian kecil pelaku bisnis *online* yang membayar pajak, dan banyak wajib pajak yang masih enggan melaporkan kewajibannya kepada Direktorat Jenderal Pajak.

Kepatuhan wajib pajak merupakan variabel penting yang berperan besar dalam menentukan tingkat penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) di suatu negara. Kepatuhan ini mencakup kesediaan wajib pajak untuk memenuhi seluruh kewajiban perpajakannya, termasuk pelaporan, perhitungan, dan pembayaran pajak secara tepat waktu dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Tingkat kepatuhan wajib pajak, terutama dalam konteks transaksi *e-commerce* yang berkembang pesat, menjadi salah satu faktor yang sangat mempengaruhi efektivitas pemungutan PPN. Kirchler (2007) menjelaskan bahwa kepatuhan wajib pajak bisa didorong melalui kombinasi edukasi, transparansi kebijakan, dan pengawasan yang efektif oleh otoritas pajak. Di sektor *e-commerce*, pentingnya kepatuhan ini semakin meningkat karena sifat digital transaksi yang lebih sulit untuk diawasi langsung oleh pemerintah.

Suryadi & Subardjo (2019) menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat pemenuhan wajib pajak badan dalam melaporkan dan melunasi kewajibannya maka dapat meningkatkan penerimaan pajak setiap bulannya dan semakin kepatuhan wajib pajak badan dalam melakukan kewajiban perpajakannya, maka penerimaan pajak pada KPP akan meningkat. Tingkat kepatuhan wajib pajak yang tinggi akan berdampak langsung pada peningkatan penerimaan pajak, terutama dalam *self assessment system* seperti PPN. Dalam sistem ini, wajib pajak bertanggung jawab untuk menghitung dan melaporkan pajaknya sendiri, sehingga tingkat kepatuhan wajib pajak menjadi kunci utama keberhasilan dalam mencapai penerimaan PPN yang optimal. Dengan adanya kebijakan fiskal yang tepat sebagai dukungan, pemerintah dapat mengatasi tantangan dalam mengelola pajak dari sektor *e-commerce* yang tumbuh dengan cepat, memastikan bahwa kepatuhan wajib pajak berdampak positif pada penerimaan PPN.

Potensi besar ini juga membawa tantangan dalam pengawasan dan pengumpulan PPN. Transaksi *e-commerce* yang bersifat digital dan lintas wilayah menyulitkan otoritas pajak untuk memastikan kepatuhan pelaku usaha dalam melaporkan dan membayar PPN sesuai ketentuan. OECD (2020) menyatakan bahwa pengawasan terhadap sektor digital memerlukan kebijakan fiskal yang

adaptif dan sistem pelaporan elektronik untuk memastikan setiap transaksi yang dikenai PPN dapat tercatat dan dilaporkan dengan akurat. Oleh karena itu, optimalisasi penerimaan PPN dari *e-commerce* tidak hanya membutuhkan kepatuhan wajib pajak, tetapi juga dukungan kebijakan fiskal yang efektif, seperti insentif, pengawasan digital, dan teknologi pelaporan pajak berbasis elektronik (*e-faktur*), yang dapat memudahkan pelaku *e-commerce* dalam memenuhi kewajiban pajak mereka.

Kepatuhan wajib pajak dalam transaksi *e-commerce* juga sering dipengaruhi oleh persepsi wajib pajak terhadap kebijakan fiskal. Kebijakan fiskal yang adaptif, seperti insentif pelaporan tepat waktu dan sanksi yang tegas bagi pelanggaran, dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Misalnya, sanksi yang dianggap adil dan insentif pelaporan tepat waktu telah terbukti meningkatkan kepatuhan pajak di kalangan wajib pajak. Dewi, *et al.* (2020) menjelaskan bahwa insentif seperti pengurangan atau penangguhan pajak bagi sektor-sektor terdampak, terutama selama pandemi, berdampak positif pada tingkat kepatuhan wajib pajak karena memberikan dorongan finansial untuk tetap memenuhi kewajiban perpajakan meskipun dalam kondisi ekonomi yang sulit. Kebijakan fiskal ini efektif dalam menciptakan hubungan yang lebih baik antara wajib pajak dan pemerintah, sehingga memperkuat kesadaran akan pentingnya kontribusi pajak dalam pembangunan. Kebijakan fiskal tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan penerimaan pajak, tetapi juga untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya.

Penelitian mengenai hubungan antara Transaksi *E-Commerce* dan Kepatuhan Wajib Pajak dengan Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) memang masih menunjukkan hasil yang bervariasi dan terkadang kontroversial, karena berbagai faktor yang mempengaruhi efektivitas pemungutan PPN di sektor ini. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa transaksi *e-commerce* memiliki hubungan positif dengan penerimaan PPN, terutama di negara-negara yang telah menerapkan kebijakan fiskal yang jelas dan sistem pemantauan digital yang ketat. Studi OECD (2020) menyatakan bahwa penerapan pajak yang efektif pada transaksi *e-commerce* dapat meningkatkan penerimaan PPN, terutama jika diiringi dengan teknologi pelaporan elektronik yang mendukung transparansi dan akurasi pelaporan pajak.

OECD juga menyoroti pentingnya insentif bagi pelaku *e-commerce* untuk mendorong kepatuhan, yang dapat meningkatkan penerimaan PPN dari sektor ini secara optimal.

Penelitian lainnya menunjukkan bahwa peningkatan transaksi *e-commerce* tidak selalu berdampak signifikan pada penerimaan PPN, terutama di negara-negara berkembang yang menghadapi tantangan dalam pengawasan digital dan kepatuhan pajak. Kepatuhan wajib pajak di sektor *e-commerce* masih rendah, mengingat banyak pelaku usaha digital belum memiliki kesadaran penuh tentang kewajiban PPN, yang menyebabkan kebocoran penerimaan pajak. Rendahnya kepatuhan ini berkontribusi pada kebocoran penerimaan pajak yang signifikan. Berdasarkan kajian di sektor UMKM online oleh Rahma (2021), ditemukan bahwa banyak pelaku *e-commerce* belum sepenuhnya memahami kewajiban perpajakan mereka, mengingat masih terbatasnya sosialisasi dan informasi mengenai ketentuan pajak bagi bisnis digital. Kondisi ini menyebabkan beberapa pelaku usaha belum memenuhi kewajiban PPN sesuai regulasi, sehingga potensi penerimaan negara dari pajak *e-commerce* belum termaksimalkan. Selain itu, Suryadi & Subardjo (2019) juga mencatat bahwa meskipun transaksi *e-commerce* meningkat, tanpa kebijakan fiskal yang mendukung, seperti sanksi bagi ketidakpatuhan dan pengawasan digital, penerimaan PPN dari sektor ini tidak akan optimal.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan hubungan antara Transaksi *E-Commerce* dan Kepatuhan Wajib Pajak dengan Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai masih kontroversi. Secara teoritis, Transaksi *E-Commerce* dan Kepatuhan Wajib Pajak akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai. Sementara hasil penelitian lainnya menyatakan tidak berpengaruh. Temuan yang dihasilkan berbeda-beda ditunjukkan pada tabel 1.1:

Tabel 1.1 *Research Gap* hubungan antara Transaksi *E-Commerce* dan Kepatuhan Wajib Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai

<i>Research Gap</i>	Peneliti	Temuan
Terdapat perbedaan hasil penelitian hubungan antara Transaksi <i>E-Commerce</i> terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai	1. T. Dharmawati, S. Yusuf, Wa Ode Mustari I. A. & N. Fahmi (2024) 2. M. Amelia, J. P. Agustianto & R. D. Yanuar (2024)	Transaksi <i>E-Commerce</i> berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai

Research Gap	Peneliti	Temuan
	B. Aprilianto & A. Hidayat (2020)	Transaksi <i>E-Commerce</i> tidak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai
Terdapat perbedaan hasil penelitian hubungan antara Kepatuhan Wajib Pajak terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai	Selfiani, Y. Adwimurti & H. Prihanto (2023)	Kepatuhan Wajib Pajak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai
	1. N. Ischabita, Hardiwinoto & Nurcahyono (2022) 2. Nirvana, C. Rantelangi & Rusliansyah (2020)	Kepatuhan Wajib Pajak tidak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2024)

Ketidakkonsistenan hasil penelitian diatas menjadi motivasi penulis untuk melakukan penelitian lanjutan hubungan antara Transaksi *E-Commerce* serta Kepatuhan Wajib Pajak dengan Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai. Ketidakkonsistenan beberapa penelitian tentang Transaksi *E-Commerce* sebagian besar membuktikan berpengaruh namun terdapat juga yang tidak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai, di sisi lain ditemukan juga hasil yang berbeda terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai. Tahapan analisis dilakukan dengan meneliti kemungkinan terdapat variabel lain yang dapat menjadi perantara hubungan antara Transaksi *E-Commerce* dan Kepatuhan Wajib Pajak terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai. Oleh sebab itu, peneliti menambahkan variabel Kebijakan Fiskal yang merupakan variabel kebaruan pada penelitian ini yang diprediksi akan memediasi Pengaruh Transaksi *E-Commerce* dan Kepatuhan Wajib Pajak terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai.

Variabel kebijakan fiskal dipilih sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini karena kebijakan tersebut berperan penting dalam menghubungkan pengaruh antara transaksi *e-commerce* dan kepatuhan wajib pajak terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Kebijakan fiskal mencakup berbagai instrumen dan peraturan yang dirancang untuk memastikan pemungutan pajak yang efisien dan sesuai, seperti pengaturan tarif PPN, insentif pajak, dan sanksi bagi ketidakpatuhan. Mankiw (2016) menjelaskan bahwa kebijakan fiskal dapat mempengaruhi tingkat konsumsi dan investasi, yang pada akhirnya berdampak pada penerimaan pajak. Dalam konteks *e-commerce*, kebijakan fiskal yang tepat diperlukan untuk menghadapi tantangan pengawasan dan pemungutan PPN di lingkungan digital,

karena transaksi daring cenderung lebih sulit diawasi secara langsung dibandingkan transaksi konvensional.

Kebijakan fiskal juga memiliki peran krusial dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak, yang pada gilirannya berdampak pada penerimaan PPN. OECD (2020) mencatat bahwa dalam *self assessment system* seperti PPN, kepatuhan wajib pajak dapat didorong dengan kebijakan fiskal yang transparan dan mudah dipahami. Misalnya, insentif pelaporan tepat waktu atau penurunan sanksi bagi wajib pajak yang patuh dapat mendorong lebih banyak wajib pajak untuk memenuhi kewajiban PPN mereka secara benar dan tepat waktu. Dengan demikian, kebijakan fiskal bertindak sebagai penghubung antara kepatuhan wajib pajak dan penerimaan PPN, memastikan bahwa tindakan wajib pajak memiliki dampak langsung dan positif terhadap penerimaan pajak pertambahan nilai.

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kebijakan fiskal berperan penting dalam mengoptimalkan penerimaan PPN dari sektor yang tumbuh pesat seperti *e-commerce*. Implementasi kebijakan fiskal melalui Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja di Indonesia dirancang untuk memperjelas ketentuan perpajakan di sektor *e-commerce*, membantu menciptakan kepastian hukum dan mencegah kebocoran pajak dalam transaksi digital. Peraturan ini mewajibkan perusahaan digital asing yang beroperasi di Indonesia untuk memenuhi kewajiban perpajakan, meskipun tidak memiliki kantor fisik di Indonesia, sebagai langkah untuk mengurangi praktik penghindaran pajak dalam transaksi lintas batas (Ridayati, et al., 2020). Oleh karena itu, menjadikan kebijakan fiskal sebagai variabel mediasi dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana kebijakan ini mampu meningkatkan dampak positif dari transaksi *e-commerce* dan kepatuhan wajib pajak terhadap penerimaan PPN. Secara keseluruhan, kebijakan fiskal tidak hanya berfungsi untuk mengatur dan mengawasi penerimaan pajak, tetapi juga bertindak sebagai penghubung yang memperkuat dampak dari faktor-faktor lain, seperti transaksi *e-commerce* dan kepatuhan wajib pajak, dalam mencapai penerimaan PPN yang optimal.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa masih banyak penelitian tentang Transaksi *E-Commerce* dan Kepatuhan Wajib Pajak yang mempengaruhi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai dengan hasil yang bervariasi. Oleh karena itu,

dalam penelitian ini penulis menambahkan variabel baru yaitu Kebijakan Fiskal sebagai variabel Mediasi. Sehingga peneliti menetapkan penelitian dengan judul **“Pengaruh Transaksi *E-Commerce* dan Kepatuhan Wajib Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai dengan Kebijakan Fiskal sebagai Variabel Mediasi pada UMKM yang Terdaftar di KPP Pratama Jakarta Jagakarsa”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Transaksi *E-Commerce* berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai?
2. Apakah Kepatuhan Wajib Pajak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai?
3. Apakah Kebijakan Fiskal berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai?
4. Apakah Kebijakan Fiskal dapat memediasi pengaruh Transaksi *E-Commerce* terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai?
5. Apakah Kebijakan Fiskal dapat memediasi pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris:

- a. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh Transaksi *E-Commerce* terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai
- b. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai
- c. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh Kebijakan Fiskal terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai

- d. Untuk mendapatkan bukti empiris apakah Kebijakan Fiskal memediasi pengaruh antara Transaksi *E-Commerce* terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai
- e. Untuk mendapatkan bukti empiris apakah Kebijakan Fiskal memediasi pengaruh antara Kepatuhan Wajib Pajak terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan dalam Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Jagakarsa baik secara langsung maupun tidak langsung.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh Transaksi *E-Commerce* dan Kepatuhan Wajib Pajak terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai serta sarana bagi peneliti untuk menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh peneliti selama dibangku kuliah. Memberikan inspirasi untuk penelitian lebih lanjut dengan menggunakan topik yang mirip dengan tetap mencari celah dari penelitian sebelumnya yang dapat lebih dikembangkan untuk penelitian lebih lanjut menggunakan satu atau sebagian komponen dari penelitian sebelumnya, seperti variabel penelitian, metode penelitian, kasus, dan lain sebagainya. Menambah referensi perguruan tinggi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1) Bagi Pemerintah dan Otoritas Pajak

Penelitian ini dapat membantu merancang kebijakan perpajakan yang lebih efektif untuk mengoptimalkan penerimaan PPN dari transaksi *e-commerce*. Pemerintah bisa menggunakan hasil penelitian untuk menyesuaikan regulasi fiskal yang lebih adaptif terhadap perkembangan transaksi digital. Penelitian ini dapat memperkuat sistem kepatuhan pajak di

sektor *e-commerce* dengan lebih fokus pada pengawasan dan pemberlakuan sanksi yang efektif bagi pelanggar.

2) Bagi Pelaku Usaha *E-Commerce*

Hasil penelitian dapat memberi panduan kepada pelaku usaha *e-commerce* untuk lebih memahami kewajiban pajak mereka, sekaligus meningkatkan kepatuhan untuk menghindari denda atau sanksi. Penelitian ini juga berguna untuk meminimalkan konflik dengan otoritas pajak melalui kepatuhan yang lebih baik, sehingga pelaku usaha dapat menjalankan bisnis secara lebih legal dan lancar.

3) Bagi Akademisi dan Peneliti Lain

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi atau peneliti yang tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai hubungan antara transaksi *e-commerce*, kepatuhan wajib pajak dan penerimaan pajak, terutama dengan memperhatikan peran kebijakan fiskal sebagai variabel mediasi.

4) Bagi Masyarakat dan Wajib Pajak

Penelitian ini memberikan wawasan kepada masyarakat umum, khususnya para wajib pajak mengenai pentingnya kepatuhan dalam membayar pajak PPN, serta konsekuensinya terhadap penerimaan negara, ini bisa menjadi edukasi publik mengenai kontribusi mereka dalam sistem perpajakan.