

**PENGARUH LINGKUNGAN BISNIS *E-COMMERCE*, PERSEPSI SANKSI
PAJAK, DAN PERSEPSI KEADILAN PAJAK TERHADAP KEPATUHAN
WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI USAHAWAN MELALUI
MARKETPLACE SHOPEE**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Akuntansi (S1) Pada Program Studi Akuntansi**



disusun Oleh:

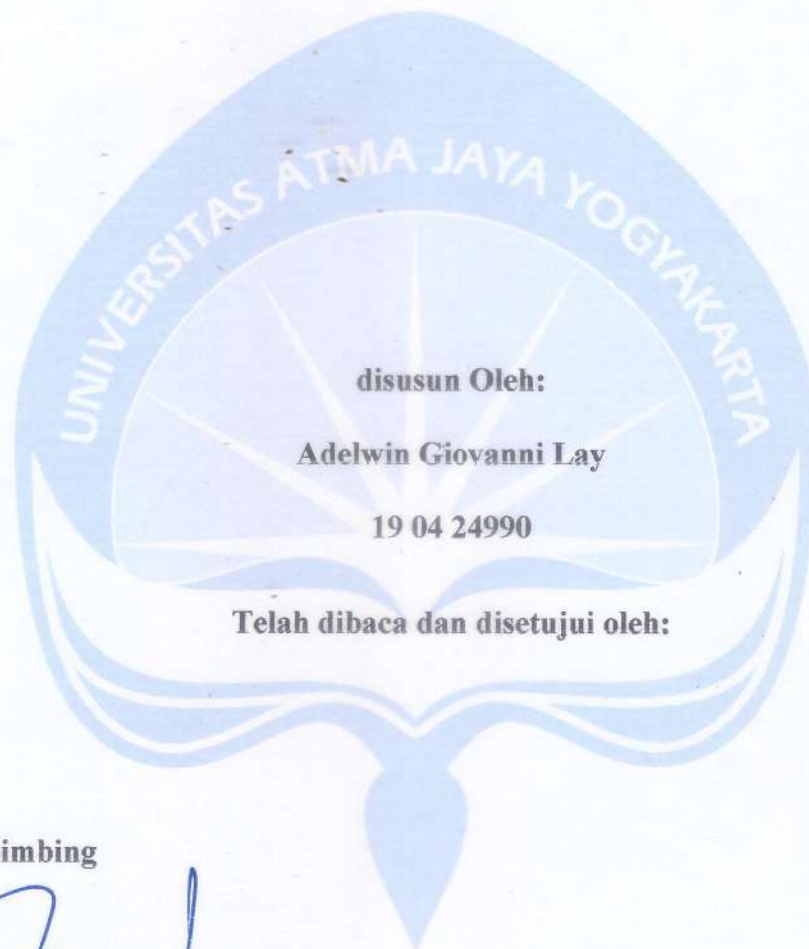
Adelwin Giovanni Lay

19 04 24990

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH LINGKUNGAN BISNIS *E-COMMERCE*, PERSEPSI SANKSI
PAJAK, DAN PERSEPSI KEADILAN PAJAK TERHADAP KEPATUHAN
WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI USAHAWAN MELALUI
*MARKETPLACE SHOPEE***



disusun Oleh:

Adelwin Giovanni Lay

19 04 24990

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Nuritomo', is written over the signature line.

Dr. Nuritomo, SE., M.Acc.

21 Juli 2023

SKRIPSI

**PENGARUH LINGKUNGAN BISNIS *E-COMMERCE*, PERSEPSI SANKSI
PAJAK, DAN PERSEPSI KEADILAN PAJAK TERHADAP KEPATUHAN
WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI USAHAWAN MELALUI
*MARKETPLACE SHOPEE***

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Adelwin Giovanni Lay
NPM: 19 04 24990

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 12 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Akuntansi (S1) Program Studi Akuntansi

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji


**Sang Ayu Putu Piastini Gunaasih, SE.,
M.Acc., Ak., CA., AMA.**


**Raymundo Patria Hayu Sasmita,
SE., M.Ak., CIQA.**


Dr. Nuritomo, SE., M.Acc.

Yogyakarta, 21 Juli 2023
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**Pengaruh Lingkungan Bisnis *E-Commerce*, Persepsi Sanksi Pajak, dan
Persepsi Keadilan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi
Usahawan melalui *Marketplace* Shopee**

Merupakan hasil karya saya sendiri. Seluruh pernyataan, ide, dan kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari karya orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dan tercantum dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian maupun seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Juni 2023

Yang menyatakan.



Adelwin Giovanni Lay

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang selalu menyertai peneliti selama berpendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta, hingga pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ”Pengaruh Lingkungan Bisnis *E-Commerce*, Persepsi Sanksi Pajak, dan Persepsi Keadilan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui *Marketplace* Shopee” untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, masukan, serta bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan anugerahnya dalam membantu, memberi jalan dan semangat, bimbingan, serta mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi.
2. Kedua orang tua penulis, Edward Lay dan Luciana Setyawati, serta saudara kandung Febrian Alexander Lay yang senantiasa memberikan doa dan dukungan selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Dr. Nuritomo, SE., M.Acc. selaku dosen pembimbing skripsi sekaligus dosen pembimbing akademik yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk berdiskusi dan memberikan bimbingan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.

4. Seluruh dosen dan staf karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas segala materi, bimbingannya, dan pembelajarannya selama menempuh pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Para responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam menjawab kuesioner penelitian sehingga dapat terkumpulnya data penelitian.
6. Farlensia Agata Liu selaku kekasih tercinta yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, doa, dan cinta kasihnya kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dalam proses penyusunan skripsi.
8. Serta berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dalam proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masuk jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saran maupun kritik yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis juga berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Yogyakarta, 14 Juni 2023

Penulis,

Adelwin Giovanni Lay

HALAMAN MOTTO

Tak ada yang tahu

Kapan kau mencapai tuju

Dan percayalah bukan urusanmu untuk menjawab itu

Katakan pada dirimu

Besok mungkin kita sampai

Besok mungkin tercapai.

”Besok Mungkin Kita Sampai”

2:25 – 3:05

Baskara Putra / Hindia



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iiiv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1. <i>E-Commerce</i>	9
2.1.1. Pengertian <i>E-Commerce</i>	9
2.1.2. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	10
2.1.3. Prinsip Pajak <i>E-Commerce</i>	12
2.1.4. Aspek Perpajakan dalam <i>E-Commerce</i>	13
2.1.5. Tantangan Perpajakan <i>E-Commerce</i>	15
2.1.6. Kewajiban Perpajakan <i>E-Commerce</i>	16
2.2. Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan <i>E-Commerce</i>	17
2.2.1. Pengertian	17

2.2.2. Indikator Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan <i>E-Commerce</i>	20
2.3. Lingkungan Bisnis <i>E-Commerce</i>	26
2.4. Sanksi Pajak.....	28
2.5. Keadilan Pajak.....	31
2.6. Kerangka Konseptual	35
2.6.1. Teori Atribusi.....	35
2.6.2. Teori Gaya Pikul.....	36
2.6.3. Hubungan Lingkungan Bisnis <i>E-Commerce</i> dengan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Melalui <i>Marketplace</i> Shopee.....	36
2.6.4. Hubungan Persepsi Sanksi Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Melalui <i>Marketplace</i> Shopee .	37
2.6.5. Hubungan Persepsi Keadilan Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Melalui <i>Marketplace</i> Shopee .	38
2.7. Penelitian Terdahulu.....	38
2.8. Pengembangan Hipotesis.....	43
2.8.1. Pengaruh Lingkungan Bisnis <i>E-Commerce</i> terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui <i>Marketplace</i> Shopee.....	43
2.8.2. Pengaruh Persepsi Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui <i>Marketplace</i> Shopee. .	44
2.8.3. Pengaruh Persepsi Keadilan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui <i>Marketplace</i> Shopee. .	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1. Jenis Penelitian	47
3.2. Objek Penelitian	47
3.3. Subjek Penelitian	47
3.4. Populasi dan Sampel.....	48
3.4.1. Populasi.....	48
3.4.2. Teknik Pengambilan Sampel	48
3.5. Variabel Penelitian	48
3.6. Operasionalisasi Variabel	49
3.7. Model Penelitian.....	52
3.8. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	52
3.8.1. Jenis Data.....	52

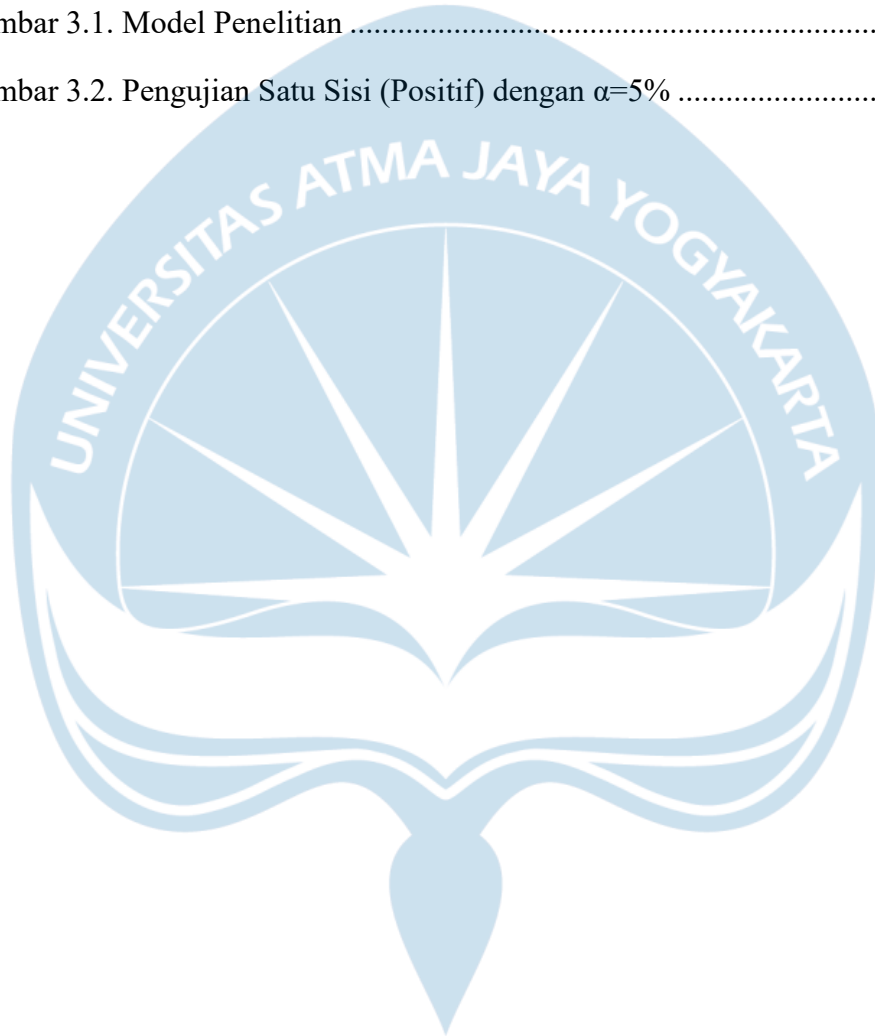
3.8.2. Teknik Pengumpulan Data	52
3.9. Analisis Data	53
3.9.1. Uji Pendahuluan.....	53
3.9.1.1. Uji Alat.....	53
3.9.1.2. Uji Asumsi Klasik	54
3.9.1.3. Uji Statistik Deskriptif	56
3.9.2. Uji Hipotesis	56
3.9.2.1. Hipotesis Penelitian dan Notasi Statistika.....	56
3.9.2.2. Tingkat Kesalahan.....	57
3.9.2.3. Model Pengujian Statistik	58
3.9.2.4. Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)	58
3.9.2.5. Koefisien Determinasi (R^2)	59
3.9.2.6. Uji Parsial (Uji Statistik t).....	59
3.10. Rencana Pembahasan.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Hasil Penelitian.....	61
4.1.1. Tingkat Respon	61
4.1.2. Karakteristik Responden.....	61
4.2. Pengujian dan Hasil Analisis Data	63
4.2.1. Uji Pendahuluan.....	63
4.2.1.1. Uji Alat.....	63
4.2.1.2. Uji Asumsi Klasik	65
4.2.1.3. Uji Statistik Deskriptif	67
4.2.2. Uji Hipotesis	70
4.2.2.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
4.2.2.2. Uji Statistik Regresi Berganda	72
4.3. Pembahasan	74
4.3.1. Pengaruh Lingkungan Bisnis <i>E-Commerce</i> terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui <i>Marketplace</i> Shopee.....	74
4.3.2. Pengaruh Persepsi Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui <i>Marketplace</i> Shopee .	75
4.3.3. Pengaruh Persepsi Keadilan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui <i>Marketplace</i> Shopee .	76
BAB V KESIMPULAN	78

5.1. Kesimpulan.....	78
5.2. Keterbatasan	78
5.3. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Konten Internet yang Sering Diakses.....	2
Gambar 1.2. Persentase Penjualan di Platform <i>Marketplace</i>	6
Gambar 3.1. Model Penelitian	52
Gambar 3.2. Pengujian Satu Sisi (Positif) dengan $\alpha=5\%$	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia	1
Tabel 2.1. Klasifikasi 4 Model Transaksi E-Commerce	11
Tabel 2.2. Lapisan Penghasilan Kena Pajak	24
Tabel 2.3. Sanksi Administrasi	29
Tabel 2.4. Sanksi Pidana	30
Tabel 2.5. Ringkasan Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel	49
Tabel 4.1. Tingkat Respon	61
Tabel 4.2. Identitas Responden	62
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.5. Hasil Uji Statistik Deskriptif	68
Tabel 4.6. Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.7. Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.8. Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	83
Lampiran I Kuesioner Penelitian	84
Identitas Responden	84
Petunjuk Pengisian	85
Pertanyaan	85
Lampiran II Tanggapan Responden	88
Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui <i>Marketplace</i> Shopee. 88	
Lingkungan Bisnis <i>E-Commerce</i>	90
Sanksi Pajak	92
Keadilan Pajak	94
Lampiran III <i>Output</i> Analisis Data	96
Hasil <i>Output</i> Uji Validitas.....	96
Hasil <i>Output</i> Uji Reliabilitas.....	100
Hasil <i>Output</i> Uji Normalitas	101
Hasil <i>Output</i> Uji Multikolinearitas	101
Hasil <i>Output</i> Uji Heteroskedastisitas	101
Hasil <i>Output</i> Uji Statistik Deskriptif.....	102
Hasil <i>Output</i> Uji Regresi Linear Berganda dan Statistik t	102
Hasil <i>Output</i> Uji Statistik F.....	102
Hasil <i>Output</i> Uji Koefisien Determinasi	103

PENGARUH LINGKUNGAN BISNIS *E-COMMERCE*, PERSEPSI SANKSI PAJAK, DAN PERSEPSI KEADILAN PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI USAHAWAN MELALUI *MARKETPLACE SHOPEE*

**Disusun oleh:
Adelwin Giovanni Lay**

**Pembimbing:
Dr. Nuritomo, SE., M.Acc.**

**Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh lingkungan bisnis *e-commerce*, persepsi sanksi pajak, dan persepsi keadilan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan melalui *marketplace* Shopee.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal dengan data primer yang diperoleh dari 70 WPOP usahawan melalui *marketplace* Shopee. Kuesioner dibuat dengan *google forms* dan pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *convenience sampling*. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan IBM SPSS *Statistics* 25.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan bisnis *e-commerce*, persepsi sanksi pajak, dan persepsi keadilan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan melalui *marketplace* Shopee.

Kata Kunci: lingkungan bisnis *e-commerce*, persepsi sanksi pajak, persepsi keadilan pajak, kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.