

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. *E-Commerce*

2.1.1. Pengertian *E-Commerce*

Electronic Commerce atau biasa disebut dengan *e-commerce* atau dapat didefinisikan sebagai kegiatan pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, jasa, maupun informasi dengan memanfaatkan jaringan komputer dan internet (Riphat, 2021).

Menurut Sakti (2014), bisnis melalui sistem elektronik dapat dikategorikan kedalam dua model. Pertama, perluasan yang dilakukan oleh pebisnis yang awalnya dilakukan secara *offline* saja menjadi *offline* dan *online*. Contohnya adalah toko, perdagangan, perbankan, dan semua jenis usaha yang pada awalnya melakukan bisnis secara fisik sebelumnya. Kedua, bisnis yang benar-benar muncul melalui sistem elektronik. Contohnya adalah usaha penyedia layanan internet, aplikasi *online*, jasa pembuatan *website*, dan penjualan produk digital.

Perdagangan elektronik yang semakin berkembang berdampak pada pola belanja di masyarakat, hal tersebut menyebabkan pergeseran tren cara berbelanja dari tempat perbelanjaan konvensional menjadi perbelanjaan melalui sistem elektronik. Pergeseran tren tersebut dapat terjadi karena perdagangan melalui sistem elektronik memiliki keuntungan dibandingkan dengan perdagangan konvensional.

Keuntungan dari perdagangan melalui sistem elektronik menurut Riphat (2021) dan Anggraeni dkk. (2022) di antaranya:

1. Menghemat biaya, karena dilakukan melalui sistem elektronik dan tidak membutuhkan biaya untuk membangun atau menyewa toko.
2. Tidak ada batasan waktu, tidak seperti toko konvensional yang memiliki batas operasional dalam batasan waktu, bisnis *e-commerce* tidak memiliki batasan waktu tersebut karena dapat beroperasi 24 jam.
3. Jangkauan luas, *e-commerce* memiliki jangkauan bisnis yang sangat luas bahkan dapat melayani transaksi sampai ke luar negeri.
4. Mudah dalam mengelola transaksi, pembayaran dilakukan dengan sistem pembayaran elektronik dan pengantaran barang akan dilakukan oleh perusahaan jasa ekspedisi.
5. Fleksibel, dapat dilakukan dimana saja selama terhubung ke internet.

2.1.2. Jenis-Jenis E-Commerce

Perdagangan melalui sistem elektronik ini terjadi antara penjual dengan pembeli, terdapat 6 kelompok *e-commerce* dalam buku *E-Business & E-Commerce* oleh Anggraeni dkk. (2022), yaitu:

1. *Business to Business* (B2B)

Dapat diartikan sebagai aktivitas dari suatu perusahaan yang menjual produk (barang/jasa) kepada perusahaan lainnya.

2. *Business to Consumer* (B2C)

Merupakan suatu aktivitas dari suatu perusahaan yang menjual produk (barang/jasa) kepada konsumen.

3. *Consumer to Consumer (C2C)*

Dapat diartikan sebagai aktivitas dari suatu individu yang menjual produk (barang/jasa) kepada individu lainnya.

4. *Consumer to Business (C2B)*

Dapat diartikan sebagai aktivitas dari suatu individu yang menjual produk (barang/jasa) kepada suatu perusahaan.

5. *Business to Public Administration (B2A)*

Dapat diartikan sebagai aktivitas dari suatu perusahaan yang menjual produk (barang/jasa) kepada lembaga pemerintah.

6. *Consumer to Public Administration (C2A)*

Dapat diartikan sebagai aktivitas dari suatu individu yang menjual produk (barang/jasa) kepada lembaga pemerintah.

Dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 dijelaskan terdapat 4 model transaksi *e-commerce*, yaitu:

Tabel 2.1.

Klasifikasi 4 Model Transaksi *E-Commerce*

Kriteria	Online Marketplace	Classified Ads	Daily Deals	Online Retail
Definisi	Kegiatan menyediakan tempat untuk usaha berupa Toko Internet di Mal Internet sebagai tempat <i>Online Marketplace Merchant</i> menjual barang dan/atau jasa.	Kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang konten (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa bagi Pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada Pengguna Iklan melalui situs yang disediakan oleh Penyelenggara <i>Classified Ads</i>	Kegiatan menyediakan tempat untuk usaha berupa situs <i>Daily Deals</i> sebagai tempat <i>Daily Deals Merchant</i> menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan <i>Voucher</i> sebagai sarana pembayaran.	Kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh Penyelenggara <i>Online Retail</i> kepada Pembeli di situs <i>Online Retail</i> .
Pihak-Pihak Terkait	1. Penyelenggara <i>Online Marketplace</i> ; 2. <i>Online Marketplace Merchant</i> ; dan 3. Pembeli.	1. Penyelenggara <i>Classified Ads</i> ; 2. Pengiklan; dan 3. Pengguna Iklan.	1. Penyelenggara <i>Daily Deals</i> ; 2. <i>Daily Deals Merchant</i> ; dan 3. Pembeli	1. Penyelenggara <i>Online Retail</i> sekaligus sebagai <i>Online Retail Merchant</i> 2. Pembeli

Sumber: SE – 62/PJ/2013

Dalam buku Pajak *E-Commerce* oleh Riphath (2022) dijelaskan bahwa *online marketplace* merupakan model bisnis dimana *website* yang disediakan tidak hanya membantu dalam mempromosikan barang dagangan saja, tetapi juga menyediakan fasilitas untuk sistem pembayaran antara penjual dan pembeli. Beberapa *online marketplace* yang beroperasi di Indonesia adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, BukaLapak, dan sebagainya.

2.1.3. Prinsip Pajak *E-Commerce*

Perpajakan untuk perdagangan dalam penerapannya harus adil antara perdagangan konvensional maupun perdagangan melalui sistem elektronik, jangan sampai penerapan perpajakan terhadap perdagangan melalui sistem elektronik mencegah perkembangannya. Semua prinsip-prinsip perpajakan yang sudah ada harus diperlakukan sama antara perdagangan konvensional maupun perdagangan melalui sistem elektronik. Sakti (2014) menyebutkan bahwa *Organisation for Economic Co-Operation and Development* (OECD) telah mengantisipasi dampak yang muncul akibat perpajakan pada *e-commerce*. Laporan oleh *Committee of Fiscal Affair* pada tahun 1998, OECD menjelaskan tentang prinsip-prinsip dalam perpajakan yang harus diterapkan pada perdagangan melalui sistem elektronik, yaitu:

1. Netralitas (*Neutrality*)

Perpajakan yang diberlakukan harus bersifat netral untuk semua jenis kegiatan perdagangan, baik perdagangan konvensional maupun perdagangan melalui sistem elektronik.

2. Efisiensi (*Efficiency*)

Biaya yang dikeluarkan untuk pemungutan maupun administrasi dalam perpajakan sebaiknya ditekan serendah mungkin untuk efisiensi dari sisi pemerintah dan sisi Wajib Pajak.

3. Kepastian dan Kesederhanaan (*Certainty and Simplicity*)

Pembayaran pajak oleh Wajib Pajak harus pasti dan tidak sewenang-wenang, dalam hal ini kepastian yang dimaksud meliputi jumlah, waktu, dan tata cara pembayaran pajak. Peraturan yang ada harus sederhana dan dapat dengan mudah dipahami oleh Wajib Pajak sehingga tidak terjadi pelanggaran karena kesalahpahaman.

4. Efektivitas dan Keadilan (*Effectiveness and Fairness*)

Pajak yang dikumpulkan dapat dihitung dengan jumlah dan waktu yang tepat dan penerapan prinsip keadilan diharapkan dapat mengurangi potensi penghindaran pajak.

5. Fleksibilitas (*Flexibility*)

Perkembangan dunia dalam bidang bisnis dan teknologi juga harus diikuti dengan sistem perpajakan yang fleksibel dan dinamis agar dapat mengikuti perkembangannya. Seperti halnya keunggulan yang ada pada perdagangan melalui sistem elektronik yang dapat dilakukan kapan dan dimana saja selama terhubung pada jaringan internet.

2.1.4. Aspek Perpajakan dalam E-Commerce

Dengan adanya model bisnis melalui sistem elektronik atau *e-commerce*, pemerintah perlu mengatur mengenai pemenuhan kewajiban perpajakan untuk

pelaku bisnis ini sehingga para pelaku bisnis tersebut dapat menjalankan kewajiban dan mendapat hak yang sesuai dengan model bisnis yang dijalankan. Atas pertimbangan tersebut, pada 31 Desember 2018 Menteri Keuangan menetapkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 dan mulai diberlakukan pada 1 April 2019.

Franedy (2019) pada portal berita online CNBC Indonesia mengabarkan bahwa PMK 210/PMK.010/2018 yang rencananya akan mulai diberlakukan pada 1 April 2019 ditarik oleh Kementerian Keuangan pada 29 Maret 2019 dengan mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 31/PMK.010/2019. Keputusan yang dilakukan oleh Menteri Keuangan tersebut terjadi karena kesalahpahaman mengenai peraturan tersebut, masyarakat menganggap transaksi melalui sistem elektronik akan dikenai pajak baru padahal peraturan tersebut merupakan penegasan ulang mengenai perlakuan perpajakan bagi pelaku *e-commerce*.

Dengan adanya PMK 31.PMK.010/2019, peraturan yang mendasari perlakuan perpajakan atas transaksi *e-commerce* adalah Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013. Dalam surat edaran ini dijelaskan mengenai peraturan yang berlaku atas transaksi melalui *e-commerce*. Pokok bahasan dalam surat edaran tersebut terbagi ke dalam dua bagian, yaitu bagian batang tubuh dan bagian lampiran. Pada bagian batang tubuh membahas mengenai ketentuan-ketentuan umum yang untuk menerapkan ketentuan yang sama antara perdagangan konvensional dengan perdagangan melalui sistem

elektronik. Pada bagian lampiran terdapat contoh-contoh penerapan yang diberlakukan pada model bisnis *e-commerce*.

2.1.5. Tantangan Perpajakan E-Commerce

Perkembangan teknologi yang mendukung munculnya sistem perdagangan melalui sistem elektronik atau biasa disebut *e-commerce* menjadi peluang sekaligus tantangan dari segi penerapan perpajakannya karena memiliki karakter yang unik jika dibandingkan dengan perdagangan konvensional. *E-commerce* memiliki beberapa keunikan jika dibandingkan dengan perdagangan konvensional menurut Riphath (2021):

1. Produk: berbagai jenis produk yang dapat dijual melalui *e-commerce*
2. Tempat menjual produk: tempat berjualan melalui internet.
3. Penerimaan pesanan: penerimaan pesanan melalui *e-mail*, *chatting*, dan lainnya.
4. Pembayaran: *cash*, kartu kredit, kartu debit, uang digital, dan lainnya.
5. Pengiriman: melalui jasa pengiriman.
6. *Customer service*: melalui *e-mail*, *chatting*, FAQ, dan lainnya.

Pemerintah dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak memiliki peran yang sangat penting dalam hal pengawasan dan penanganan atas perpajakan dalam bidang *e-commerce*. DJP memerlukan langkah yang tepat sehingga dapat memaksimalkan potensi penerimaan pajak dari transaksi ini. Hal tersebut karena subjek dan objek pajak yang terlibat di dalamnya adalah pihak yang ada di dunia maya sehingga perlu penanganan lebih untuk ditemukan secara fisik. Pengawasan dan penanganan perpajakan yang dilakukan atas transaksi *e-commerce*

bergantung pada sistem internal DJP dalam mengidentifikasi para usahawan *e-commerce* dan peredaran usahanya serta diperlukannya pemahaman petugas pajak dalam menangani proses bisnis *e-commerce*. Selain itu, penanganan untuk transaksi melalui *e-commerce* pada dasarnya sama dengan transaksi perdagangan secara konvensional sehingga tidak ada perbedaan dalam hal pemungutan pajaknya.

2.1.6. Kewajiban Perpajakan E-Commerce

Kewajiban perpajakan bagi para pelaku usaha melalui sistem elektronik (*e-commerce*) merujuk pada Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013. Pada batang tubuh surat edaran ini berisi mengenai ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, yaitu:

1. Peraturan yang berlaku pada UU KUP, seperti:
 - a. Apabila pelaku usaha *e-commerce* sudah memenuhi persyaratan subjektif dan objektif, wajib mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP.
 - b. Wajib Pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerja bebas wajib melakukan pembukuan, kecuali diperkenankan menghitung penghasilan neto dengan menggunakan NPPN sesuai dengan peraturan perpajakan.
 - c. Wajib Pajak usahawan *e-commerce* wajib mengisi SPT dengan benar, lengkap, dan jelas.
 - d. Wajib Pajak usahawan *e-commerce* wajib menyampaikan surat pemberitahuan (SPT) sesuai dengan ketentuan.

2. Peraturan yang berlaku pada Undang-Undang Pajak Penghasilan (UU PPh), seperti:
 - a. Penghasilan yang diperoleh dari usaha melalui sistem elektronik (*e-commerce*) merupakan objek pajak.
 - b. Pelunasan pajak penghasilan (PPh) atas objek pajak *e-commerce* dilakukan melalui penyetoran sendiri oleh WP atau dengan mekanisme pemotongan/pemungutan.
 - c. Dalam hal penghasilan dari usaha melalui sistem elektronik dikenai pajak penghasilan bersifat final.
3. Peraturan yang berlaku pada Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai (UU PPN), seperti:
 - a. Wajib melaporkan usahanya untuk dikukuhkan sebagai pengusaha kena pajak sesuai dengan UU PPN.
 - b. Melakukan pemungutan, penyetoran dan pelaporan PPN atau PPN dan PPnBM yang terutang.
 - c. Surat pemberitahuan masa PPN disampaikan paling lama akhir bulan berikutnya setelah berakhirnya masa pajak.

2.2. Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan *E-Commerce*

2.2.1. Pengertian

Kepatuhan Wajib Pajak adalah kondisi dimana kewajiban perpajakan sesuai peraturan yang berlaku dilaksanakan oleh Wajib Pajak (Rahayu, 2017). Kepatuhan dalam hal perpajakan merupakan hal yang penting untuk mengupayakan pendapatan negara guna membiayai keperluannya. Di Indonesia,

kepatuhan Wajib Pajak menjadi aspek yang penting karena sistem pemungutan pajak yang dianut adalah *self assessment system* dimana Wajib Pajak diberi wewenang dan kepercayaan untuk menghitung, membayar, dan melaporkan kewajiban pajaknya secara mandiri pada pemerintah (Hutomo, 2018). Dengan *self assessment system* Wajib Pajak didorong untuk memahami peraturan dan kewajiban yang harus dilaksanakan sehingga kepatuhan pajak dapat terwujud.

Indikator kepatuhan WP tersebut sesuai dengan ciri-ciri dari *self assessment system* yang diterapkan di Indonesia menurut Mardiasmo (2019), Wajib Pajak diberi wewenang untuk menentukan besaran pajak terutang dengan menghitung, menyetorkan, dan melaporkan sendiri kewajiban perpajakannya tanpa campur tangan fiskus atau petugas pajak dimana fiskus bertugas sebagai pengawas. Menurut Sakti (2014), secara umum yang menjadi kewajiban Wajib Pajak dibagi kedalam 4 bagian, yaitu pendaftaran, perhitungan, pembayaran, dan pelaporan sesuai dengan peraturan perpajakan.

Kriteria Wajib Pajak yang patuh dijelaskan dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 39/PMK.03/2018. Dalam peraturan tersebut Direktur Jenderal Pajak dapat menerbitkan Surat Keputusan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak salah satunya adalah kepada Wajib Pajak dengan kriteria tertentu yang disebut Wajib Pajak patuh dengan memenuhi persyaratan yang dijelaskan pada Pasal 3 ayat (2) sebagai berikut:

1. SPT disampaikan tepat waktu.
2. tidak memiliki tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur/menunda pembayaran pajak

3. laporan keuangan diaudit oleh akuntan publik atau lembaga pengawas keuangan pemerintah dengan pendapat wajar tanpa pengecualian selama 3 tahun berturut-turut.
4. tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan dalam jangka waktu 5 tahun terakhir.

Menurut Rahayu (2017), terdapat 2 jenis kepatuhan Wajib Pajak, yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal adalah kondisi dimana Wajib Pajak memenuhi kewajiban perpajakan secara formal sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam undang-undang perpajakan. Kepatuhan material merupakan kondisi dimana Wajib Pajak secara substantif telah memenuhi ketentuan material perpajakan. Kriteria kepatuhan perpajakan formal dan material yang dijelaskan oleh Rahayu (2017) sebagai berikut:

1. Kepatuhan Perpajakan Formal
 - a. Mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP dan NPPKP
 - b. Penyetoran pajak terutang dilakukan tepat waktu.
 - c. Pelaporan pajak yang sudah dibayar dilakukan tepat waktu.
2. Kepatuhan Perpajakan Material
 - a. Penghitungan pajak terutang dilakukan secara tepat sesuai peraturan.
 - b. Tepat dalam memperhitungkan pajak terutang sesuai ketentuan peraturan perpajakan
 - c. Pemotongan atau pemungutan pajak dilakukan secara tepat

2.2.2. Indikator Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan *E-Commerce*

Indikator kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) secara umum sama dengan kegiatan usaha konvensional tanpa melalui sistem elektronik, yaitu:

1. Mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP

Usahawan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) yang sudah memenuhi syarat subjektif dan objektif wajib mendaftarkan diri untuk memperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak sebagai sarana administrasi perpajakan serta dipergunakan untuk identitas bagi Wajib Pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya hal ini sesuai dengan peraturan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan.

Wajib Pajak dalam kegiatan usaha melalui sistem elektronik (*e-commerce*) dapat meliputi Wajib Pajak orang pribadi dan Wajib Pajak badan. Dalam UU No 7 Tahun 2021 setiap WP yang sudah memenuhi syarat subjektif dan objektif mempunyai kewajiban untuk mendaftarkan diri guna mendapatkan NPWP. Sesuai Peraturan Menteri Keuangan Nomor 147/PMK.03/2017 Pasal 4 ayat (2), usahawan melalui sistem elektronik masuk dalam bagian Wajib Pajak yang dimaksud sehingga Wajib Pajak tersebut wajib mendaftarkan diri paling lambat satu bulan setelah kegiatan usaha mulai dilakukan.

Penghasilan merupakan syarat objektif bagi Wajib Pajak dalam pelaksanaan perpajakannya, penghasilan merupakan setiap tambahan

kemampuan ekonomis yang diterima/diperoleh Wajib Pajak baik yang berasal dari Indonesia maupun luar negeri yang dapat digunakan untuk konsumsi atau menambah kekayaan. Sesuai dengan pengertian tersebut, usahawan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) yang sudah memenuhi syarat objektif, seperti laba dari kegiatan usaha yang dilakukan sehingga sesuai peraturan wajib mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021, Nomor Pokok Wajib Pajak bagi Wajib Pajak orang pribadi yang merupakan penduduk Indonesia dapat menggunakan nomor induk kependudukan (NIK). Penggunaan NIK sebagai identitas Wajib Pajak orang pribadi masih memerlukan pengintegrasian basis data kependudukan dengan basis data perpajakan dalam pembentukan profil Wajib Pajak sehingga dapat digunakan dalam rangka pelaksanaan hak dan/atau kewajiban pemenuhan kewajiban perpajakan.

Usahawan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) dengan jumlah peredaran bruto telah melebihi batasan sebagai pengusaha kecil wajib dikukuhkan menjadi Pengusaha Kena Pajak, hal ini sesuai dengan ketentuan pada Peraturan Menteri Keuangan Nomor 197/PMK.03/2013 pada Pasal 4 ayat (1) dimana pengusaha wajib melaporkan usahanya untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak apabila sampai dengan satu bulan dalam tahun buku jumlah peredaran brutonya melebihi Rp4.800.000.000 sehingga memiliki kewajiban untuk memungut,

menyetor, dan melaporkan Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah yang terutang.

2. Melakukan perhitungan pajak

Perhitungan pajak untuk pelaku usaha melalui sistem elektronik (*e-commerce*) pada *marketplace* dapat dikenai pajak penghasilan bersifat final sesuai Pasal 4 ayat (2) maupun bersifat progresif sesuai Pasal 17 pada UU PPh. Perhitungan pajak harus dilakukan secara benar oleh Wajib Pajak.

a. Pajak Bersifat Final

Sesuai dengan Pasal 4 ayat (2) dalam UU PPh, penghasilan dari kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) melalui *marketplace* termasuk dalam kegiatan usaha dengan penghasilan tertentu lainnya termasuk penghasilan dari usaha yang diterima/diperoleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu.

Tarif yang berlaku dalam kondisi tersebut dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 dalam Pasal 57 ayat (1) bahwa Wajib Pajak yang dapat menggunakan tarif pajak bersifat final merupakan WPOP dan WP Badan dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp4.800.000.000 dalam 1 tahun pajak. Tarif yang berlaku dalam peraturan tersebut adalah 0,5%, sedangkan perhitungan pajak penghasilan terutang dilakukan dengan mengalikan jumlah peredaran bruto dari penghasilan setiap bulan sebagai dasar pengenaan pajak

dengan tarif 0,5%. Wajib Pajak dapat menggunakan tarif bersifat final tersebut paling lama:

- i. 7 tahun pajak untuk WPOP
- ii. 4 tahun pajak bagi WP Badan berbentuk koperasi, persekutuan komanditer, firma, BUMDes, dan perseroan perorangan yang didirikan oleh satu orang
- iii. 3 tahun pajak untuk WP Badan berbentuk perseroan terbatas.

Tahun-tahun pajak berikutnya setelah jangka waktu tertentu tersebut, dikenai pajak penghasilan berdasarkan tarif pasal 17 ayat (1) huruf a UU PPh untuk Wajib Pajak orang pribadi dan tarif pasal 17 ayat (1) huruf b UU PPh untuk Wajib Pajak badan

b. Pajak Bersifat Progresif

Sesuai dengan ketentuan dalam PP No 55 Tahun 2022 WP yang tidak dapat memanfaatkan pengenaan pajak dengan tarif pajak final adalah Wajib Pajak yang memilih untuk dikenai pajak penghasilan berdasarkan tarif lainnya, seperti terdapat pada Pasal 17 ayat (1) huruf a UU PPh dengan 5 lapisan tarif pajak progresif untuk Wajib Pajak orang pribadi. Selain kondisi tersebut, apabila Wajib Pajak dalam tahun pajak berjalan menerima atau memperoleh penghasilan dengan peredaran bruto melebihi Rp4.800.000.000 tetap dikenai tarif pajak penghasilan bersifat final sampai akhir tahun pajak bersangkutan, namun pada tahun pajak berikutnya dikenai pajak berdasarkan tarif Pasal 17 ayat (1) dengan ketentuan tarif sebagai berikut:

Tabel 2.2.
Lapisan Penghasilan Kena Pajak

Lapisan Penghasilan Kena Pajak	Tarif Pajak
Sampai dengan Rp60.000.000	5%
Di atas Rp60.000.000 sampai dengan Rp250.000.000	15%
Di atas Rp250.000.000 sampai dengan Rp500.000.000	25%
Di atas Rp500.000.000 sampai dengan Rp 5.000.000.000	30%
Di atas Rp5.000.000.000	35%

Sumber: Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021

Perhitungan pajak terutang dengan menggunakan tarif progresif berbeda dengan perhitungan dengan tarif final. Dasar pengenaan pajak menggunakan tarif progresif ditentukan berdasarkan penghasilan bruto dikurangi biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak orang pribadi juga berlaku mengenai ketentuan Penghasilan Tidak Kena Pajak pertahun.

Penghasilan bersih tersebut diberlakukan sebagai dasar pengenaan pajak dikalikan dengan tarif pajak progresif dalam penentuan pajak terutang.

c. Tarif Pajak Badan dan Bentuk Usaha Tetap

Tarif pajak yang ditetapkan atas Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak badan dalam negeri dan bentuk usaha tetap (BUT) sebesar 22%

3. Melakukan pembayaran pajak

Sesuai dengan PP No 55 Tahun 2022, pembayaran pajak penghasilan terutang dengan menggunakan tarif pajak bersifat final dilakukan setiap bulan oleh Wajib Pajak sendiri. Pembayaran yang dilakukan oleh Wajib

Pajak sendiri atas PPh final harus disetor paling lambat tanggal 15 bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir, dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 242/PMK.03/2014 tentang Tata Cara Pembayaran dan Penyetoran Pajak.

Pembayaran angsuran pajak dalam tahun berjalan yang harus dibayar sendiri oleh Wajib Pajak dengan tarif pajak progresif dilakukan setiap bulan, besaran pajak penghasilan yang terutang dihitung menurut Surat Pemberitahuan Tahunan PPh tahun pajak yang lalu dikurangi dengan PPh yang dipotong sesuai dengan Pasal 21, Pasal 23, PPh yang dipungut sesuai dengan PPh Pasal 22, dan PPh yang dibayar/terutang di luar negeri sesuai dengan PPh Pasal 24 dibagi dengan 12 bulan atau banyaknya bulan dalam bagian tahun pajak. Pembayaran yang dilakukan sendiri oleh Wajib Pajak paling lama tanggal 15 bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir, hal ini diatur dalam PMK 242/PMK.03/2014.

4. Melakukan pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT)

Pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 243/PMK.03/2014. Dalam Pasal 2 disebutkan bahwa setiap WP wajib mengisi SPT dengan benar, lengkap, dan jelas. Pelaporan SPT terkait dengan WPOP yang melakukan kegiatan usaha melalui sistem elektronik dilakukan paling lama 3 bulan setelah akhir tahun pajak berakhir sesuai dengan ketentuan pada Pasal 9.

Keempat komponen mengenai kepatuhan Wajib Pajak di atas akan digunakan sebagai indikator untuk kuesioner pada penelitian ini yang dimodifikasi dari penelitian Indriyani (2020).

2.3. Lingkungan Bisnis *E-Commerce*

Lingkungan bisnis merupakan ranah kompleks dari faktor maupun kondisi diluar bisnis yang dapat mempengaruhi bisnis, seperti konsumen, pemerintah, pesaing, dan pemasok (Mursalin, 2021). Lingkungan bisnis merupakan campuran dari semua yang memiliki pengaruh terhadap aktivitas bisnis yang berasal dari luar dan berada di luar kendali seseorang serta lingkungan bisnis ini sangat luas, dinamis dan kompleks. Lingkungan bisnis dapat dibedakan menjadi 6 kekuatan pengaruh utama, yaitu sosial-budaya, kompetitif, teknologi, ekonomi, politik & regulasi, dan alam.

Pengaruh ekonomi merupakan salah satu pengaruh eksternal terpenting dalam bisnis. Aktivitas ekonomi yang dinamis menciptakan siklus bisnis yang dapat memengaruhi bisnis dan individu dalam banyak hal, seperti pengaruh kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah mengenai tingkat suku bunga maupun pajak yang dapat merangsang atau membatasi tingkat kegiatan ekonomi. Aktivitas ekonomi tersebut tidak terlepas dari pengaruh politik dan regulasi yang dilaksanakan oleh negara, seperti kebijakan perpajakan yang ditetapkan mengenai tarif dan pelaksanaan perpajakan. Lingkungan bisnis tidak terlepas dari pesaing bisnis, pesaing yang berada di sekitar bisnis dapat memengaruhi keputusan yang akan diambil, seperti keputusan patuh terhadap peraturan perpajakan yang berlaku.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat dapat merangsang pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan produktivitas serta mengurangi biaya dalam pelaksanaan bisnis yang dilakukan. Penerapan teknologi pada bisnis contohnya adalah sistem perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*). Keberlangsungan *e-commerce* ini tidak terlepas dari pengaruh lingkungan luar, seperti kebijakan dari pemerintah, pelanggan, pesaing, dan pemasok. Berkaitan dengan kepatuhan dalam perpajakan, pemerintah mengeluarkan beberapa peraturan terkait hal tersebut seperti SE-62/PJ/2013 selain itu petugas pajak juga dapat mendorong pelaku bisnis untuk mematuhi peraturan perpajakan dengan melakukan sosialisasi maupun surat teguran.

Kepatuhan dapat dipengaruhi oleh lingkungan sedangkan lingkungan itu sendiri dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang ada di lingkungan seperti yang sudah dijelaskan di atas sehingga membentuk lingkungan yang patuh dan yang tidak patuh. Santi (2012) menjelaskan tipe-tipe lingkungan yang patuh akan membuat Wajib Pajak patuh, seperti:

1. *Lazy compliance*, tipe lingkungan yang berkaitan dengan perilaku Wajib Pajak sendiri dengan keharusannya untuk memahami peraturan yang dinamis.
2. *Brokered compliance*, tipe lingkungan yang patuh akibat dari masukan atau anjuran dari orang yang ahli.
3. *Social compliance*, tipe lingkungan yang patuh karena adanya pengaruh secara langsung maupun tidak langsung dari sekitar.

6 kekuatan pengaruh utama dalam lingkungan bisnis akan digunakan sebagai indikator pada kuesioner penelitian ini yang dimodifikasi dari penelitian Hellen & Khairani (2020).

2.4. Sanksi Pajak

Menurut Mardiasmo (2019), sanksi pajak dapat menjadi jaminan bahwa ketentuan dalam peraturan perundang-undangan dalam bidang perpajakan akan dilaksanakan atau juga dapat menjadi alat pencegahan supaya masyarakat tidak melanggar peraturan perpajakan. Sanksi pajak masuk ke dalam hukum pajak formil yang memuat ketentuan atau norma tentang bagaimana pelaksanaan hukum pajak materiil.

Dalam UU Nomor 28 Tahun 2007 dikenal dua bentuk sanksi yang berlaku, yaitu administrasi dan pidana. Dalam penerapannya, pelanggar dapat dikenai salah satu sanksi saja, maupun dikenai kedua sanksi secara bersama-sama sesuai dengan pelanggaran yang dilakukan. Sanksi administrasi merupakan penggantian kerugian negara yang akibat dari pelanggaran peraturan perpajakan, sanksi administrasi dapat berupa bunga, denda administrasi, dan kenaikan. Sanksi pidana merupakan ancaman hukuman yang bersifat penderitaan atau siksaan, sanksi pidana dalam bidang perpajakan dapat berupa denda pidana, pidana kurungan, dan pidana penjara.

Pelaksanaan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh Wajib Pajak dan negara harus benar, sesuai dengan undang-undang, dan peraturan perpajakan, jika terjadi kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja akan dikenai sanksi. Menurut Zain (2008), sanksi pajak harus diberlakukan kepada pelanggarnya tanpa

toleransi, tak terkecuali bagi pelaku usaha melalui sistem elektronik (*e-commerce*) juga wajib dikenai sanksi apabila terbukti melakukan pelanggaran terhadap ketentuan perpajakan yang berlaku. Potensi sanksi yang dapat diberlakukan bagi usahawan melalui sistem elektronik yang melanggar adalah sanksi administrasi dan sanksi pidana, seperti:

1. Sanksi Administrasi

Tabel 2.3.

Sanksi Administrasi

No	Bentuk Pelanggaran	Sumber	Bentuk Sanksi
1.	Sanksi Denda		
	a. SPT Terlambat Disampaikan		
	SPT Masa	UU KUP Pasal 7 ayat (1)	Rp100.000 (Masa Lainnya) atau Rp500.000 (PPN)
	SPT Tahunan		Rp100.000 (WPOP) atau Rp1.000.000 (WP Badan)
	b. Pengungkapan ketidakbenaran	UU KUP Pasal 8 ayat (3) dan (3a)	100% dari jumlah pajak yang kurang bayar
	c. Pengusaha yang telah dikukuhkan sebagai PKP tidak atau terlambat membuat faktur pajak	UU KUP Pasal 14 ayat (4)	Denda 1% dari Dasar Penaan Pajak
	d. Pengusaha yang telah dikukuhkan sebagai PKP tidak mengisi faktur pajak secara lengkap		

No	Bentuk Pelanggaran	Sumber	Bentuk Sanksi
2.	Sanksi Bunga		
	a. Pembetulan SPT Masa dan Tahunan	UU KUP Pasal 8 ayat (2) dan (2a)	(suku bunga acuan + 5%)/12, dari jumlah kurang bayar, max 24 bulan
	b. Keterlambatan pembayaran pajak masa dan tahunan	UU KUP Pasal 9 ayat (2a) dan (2b)	bunga 2% per bulan
	c. Pengungkapan ketidakbenaran SPT sebelum terbitnya SPHP	UU KUP Pasal 8 ayat (5)	(suku bunga acuan + 10%)/12, dari jumlah kurang bayar, max 24 bulan
3.	Sanksi Kenaikan		
	b. Kealpaan menyampaikan SPT/menyampaikan namun isinya tidak benar dilakukan pertama kali	UU KUP Pasal 13A	Melunasi kekurangan ditambah kenaikan sebesar 200% dari jumlah pajak kurang dibayar.

Sumber: UU Nomor 28 Tahun 2007 dan UU Nomor 7 Tahun 2021

2. Sanksi Pidana

Tabel 2.4.
Sanksi Pidana

No.	Bentuk Pelanggaran	Sanksi Pidana
1.	kealpaannya tidak menyampaikan SPT/menyampaikan SPT tetapi isinya tidak benar	<ul style="list-style-type: none"> Denda paling sedikit 1 kali dan paling banyak 2 kali dari jumlah

No.	Bentuk Pelanggaran	Sanksi Pidana
		pajak terutang yang tidak/kurang dibayar. <ul style="list-style-type: none"> • atau dipidana kurungan paling singkat 3 bulan atau paling lama 1 tahun. (Pasal 38 UU KUP)
2.	Secara sengaja: <ol style="list-style-type: none"> a. tidak mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP/NPPKP b. SPT tidak disampaikan c. SPT yang disampaikan keterangan dan atau isinya tidak benar d. tidak menyelenggarakan pembukuan atau pencatatan di Indonesia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dipidana penjara paling singkat 6 bulan dan paling lama 6 tahun • dan denda paling sedikit 2 kali dan paling banyak 4 kali jumlah pajak terutang yang tidak/kurang dibayar (Pasal 39 UU KUP)

Sumber: Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007

Berdasarkan penjelasan mengenai jenis-jenis sanksi dalam perpajakan, maka komponen tersebut akan digunakan sebagai indikator pada kuesioner penelitian ini yang dimodifikasi dari penelitian Indriyani (2020).

2.5. Keadilan Pajak

Asas yang mendasari pemungutan pajak yang dilakukan di Indonesia adalah keadilan, kesederhanaan, efisiensi, kepastian hukum, kemanfaatan, dan kepentingan nasional yang tertuang pada UU No 7 Tahun 2021 pada Pasal 1 ayat (1). Dalam sistem pemungutan pajak yang dilakukan negara harus didasari dengan asas keadilan, dimana hasil dari pemungutan pajak yang dilakukan akan dikembalikan lagi kepada masyarakat (Rahayu, 2017).

Rahayu (2017) menjelaskan pemungutan pajak dapat dikatakan adil dengan didukung beberapa teori keadilan, yaitu:

1. Teori asuransi

Negara dianggap berperan sebagai perusahaan asuransi. Berdasarkan teori ini Wajib Pajak sebagai rakyat dianggap sebagai pihak tertanggung, sehingga wajib membayar pajak sebagai bentuk premi terhadap negara.

2. Teori kepentingan

Teori kepentingan menekankan pada keadilan pemungutan pajak berdasarkan pada besar kecilnya kepentingan masyarakat dalam suatu negara. Semakin besar kepentingan masyarakat kepada negara, maka semakin besar juga perlindungan yang dilakukan oleh negara sehingga negara berhak memungut pajak dari masyarakatnya.

Kepentingan yang dimaksud dalam teori kepentingan adalah masyarakat membutuhkan keamanan, kenyamanan, sarana dan prasarana, fasilitas umum, fasilitas sosial, sekolah, jalan, jembatan, dan lainnya. Dengan banyaknya kepentingan dari masing-masing masyarakat, sudah selayaknya negara memungut pajak pada masyarakat.

Terdapat kelemahan pada teori kepentingan ini, standar atau pedoman untuk mengukur kepentingan masyarakat dalam membayar pajak antara pembayar pajak yang besar dengan pembayar pajak yang kecil tidak ada.

3. Teori bakti atau kewajiban mutlak

Teori bakti atau teori kewajiban mutlak ini diharapkan masyarakat dalam pembayaran pajak tidak memperlakukan apa yang menjadi dasar

dalam pemungutannya. Negara dianggap sudah ada sejak dahulu dan diakui eksistensinya oleh masyarakat maupun oleh negara lain sehingga masyarakat dituntut untuk tunduk dan patuh kepada negara sebagai wujud berbakti kepada negara.

4. Teori gaya pikul

Teori gaya pikul ini bertentangan dengan teori kepentingan, keadilan dalam memungut pajak yang dilakukan oleh negara kepada masyarakatnya bukan didasarkan kepentingannya tetapi didasarkan pada kemampuan pada diri masyarakat. Kemampuan yang dimaksud dalam teori gaya pikul ini merupakan kemampuan dalam memperoleh penghasilan, harta, dan konsumsi guna memenuhi kebutuhan diri.

5. Teori gaya beli

Teori ini memiliki pandangan bahwa fungsi dari pemungutan pajak adalah sebagai suatu cara memanfaatkan gaya beli masyarakat untuk kepentingan negara dalam menjalankan fungsi pemerintahan dan menyalurkan kembali melalui pemenuhan kebutuhan masyarakat akan fasilitas sosial, ekonomi, pertahanan, dan keamanan. Teori ini lebih menekankan pada akibat yang ditimbulkan karena adanya pemungutan pajak, seperti terselenggaranya kepentingan masyarakat.

Prinsip keadilan merupakan prinsip dimana setiap masyarakat ikut berpartisipasi dalam pembiayaan negara secara proporsional sesuai dengan kemampuannya. Prinsip keadilan ini lebih mementingkan keadilan berdasarkan kondisi dari Wajib Pajak, adil yang dimaksud bukan berarti besaran pajak antara

Wajib Pajak sama besar, tetapi sesuai dengan kemampuan Wajib Pajak. Menurut Adam Smith dalam Rahayu (2017), keadilan memiliki arti bahwa orang dengan keadaan yang sama akan diperlakukan sama atas pemungutan pajaknya.

Dasar yang dijadikan tolak ukur dalam pengenaan pajak kepada Wajib Pajak adalah kemampuan membayar (*ability to pay*), alat yang digunakan untuk menguji kemampuan membayar dari seseorang adalah:

1. Pengeluaran yang dilakukan.
2. Kekayaan yang dimiliki.
3. Harta kekayaan yang dapat menghasilkan penghasilan.
4. Penghasilan yang semakin banyak maka dianggap mampu untuk membayar pajak.

Prinsip keadilan berdasarkan kemampuan membayar dibedakan menjadi 2, yaitu horizontal dan vertikal. Keadilan horizontal merupakan penerapan perlakuan yang sama untuk orang atau badan memiliki penghasilan yang sama, maka jumlah pengenaan pajaknya juga sama. Sedangkan keadilan vertikal merupakan perlakuan yang berbeda untuk orang atau badan dengan kondisi ekonomi yang berbeda dan memiliki penghasilan yang berbeda, maka akan dikenai pajak dengan tingkat yang berbeda juga.

Berdasarkan prinsip keadilan yang didasarkan pada manfaat dan kemampuan, maka komponen tersebut akan digunakan sebagai indikator pada kuesioner penelitian ini yang dimodifikasi dari penelitian Rahmawati (2021).

2.6. Kerangka Konseptual

2.6.1. Teori Atribusi

Teori atribusi dikemukakan oleh Heider (1958), menurutnya terdapat dua pengertian dari atribusi yaitu atribusi sebagai proses persepsi dan atribusi sebagai penilaian kausalitas (Sumartik, 2019). Atribusi merupakan proses persepsi oleh manusia yang menghubungkan pengalaman subjektif dengan berbagai macam objek kemudian dari objek tersebut akan menjadi sumber-sumber akibat dari pengalaman perseptual. Atribusi sebagai penilaian kausalitas menekankan pada penyebab seseorang berperilaku, terdapat dua jenis atribusi kausalitas yaitu atribusi personal dan impersonal. Atribusi personal menekankan pada penyebab secara pribadi yang merujuk pada kepercayaan, hasrat, dan intensi perilaku manusia, sedangkan atribusi impersonal merupakan penyebab dari luar individu yang merujuk pada kekuatan yang tidak melibatkan intensi atau tujuan.

Teori ini kemudian dikembangkan lagi oleh Kelley (1967) yang dikenal dengan model kovarians Kelley, dijelaskan bahwa teori atribusi merupakan proses dimana orang membuat kesimpulan sebab akibat dari alasan orang lain atau diri kita berperilaku yang berkaitan dengan persepsi sosial dan persepsi diri (Sumartik, 2019). Melalui model ini atribusi dibuat berdasarkan 3 kriteria, yaitu:

1. Konsensus, kesamaan pandangan dalam merespon perilaku seseorang pada kondisi yang sama.
2. Konsistensi, berperilaku dengan cara yang sama pada situasi yang sama di setiap waktu.
3. Keistimewaan, variasi dalam mengamati perilaku orang dalam situasi yang berbeda.

2.6.2. Teori Gaya Pikul

Rahayu (2017) menjelaskan beberapa teori yang mendukung pemungutan pajak dapat dikatakan adil, salah satu teorinya adalah teori gaya pikul. Teori gaya pikul menjelaskan keadilan dalam melakukan pemungutan pajak yang dilakukan oleh negara kepada warganya didasarkan pada kemampuan dan keadaan setiap masyarakat. Fritz Neumark dalam Rahayu (2017) mengemukakan mengenai prinsip *social justice* atau keadilan sosial dalam pemungutan pajak, yaitu orang yang berada dalam keadaan yang sama harus dikenakan pajak yang sama. Selanjutnya Fritz Neumark menjelaskan keadilan sosial dalam sistem perpajakan harus memperhatikan:

1. *Universality Principle*, secara universal setiap orang yang mampu membayar pajak harus dipajaki.
2. *The Equality Principle*, orang atau badan harus menanggung pajak yang sama jika berada pada posisi ekonomi yang sama.
3. *The Ability to Pay Principle*, jumlah pajak yang harus dibayar oleh individu disesuaikan dengan kemampuan.
4. *The Principle of Redistribution*, distribusi kembali pajak harus mempunyai akibat untuk memperkecil kesenjangan.

2.6.3. Hubungan Lingkungan Bisnis E-Commerce dengan Kepatuhan

Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Melalui *Marketplace* Shopee

Lingkungan bisnis merupakan ranah kompleks dari faktor maupun kondisi diluar bisnis yang dapat memengaruhi bisnis, seperti konsumen, pemerintah, pesaing, dan pemasok (Mursalin, 2021). Lingkungan bisnis dari *e-commerce*

terdiri dari pelanggan, pesaing, pemasok, teknologi, dan pemerintah. Lingkungan bisnis tersebut dapat memengaruhi Wajib Pajak dalam pengambilan suatu keputusan.

Atribusi sebagai penilaian kausalitas menandakan pada alasan mengapa seseorang berperilaku tertentu yang didasari pada atribusi personal dan impersonal. Lingkungan bisnis *e-commerce* merupakan lingkup impersonal atau di luar diri individu yang dapat mengakibatkan perilaku tertentu.

Lingkungan yang kondusif akan lebih mendukung Wajib Pajak untuk patuh terhadap peraturan perpajakan, seperti dorongan dari pemerintah, dan dorongan dari pesaing maupun pemasok juga dapat mendorong Wajib Pajak apabila tidak mematuhi peraturan perpajakan.

2.6.4. Hubungan Persepsi Sanksi Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak

Orang Pribadi Usahawan Melalui *Marketplace* Shopee

Menurut Mardiasmo (2019), dengan diberlakukannya sanksi dalam perpajakan maka hal tersebut menjadi sebuah jaminan dipatuhinya peraturan dan ketentuan perpajakan atau sanksi perpajakan merupakan alat pencegahan supaya Wajib Pajak tidak melanggar peraturan.

Teori atribusi yang dikemukakan oleh Heider (1958) mendukung pengaruh sanksi terhadap kepatuhan WP usahawan *e-commerce* dalam melaksanakan kewajibannya. Dijelaskan bahwa sanksi pajak masuk kedalam penyebab eksternal yang menurut persepsi Wajib Pajak dapat memengaruhi dalam berperilaku patuh akan peraturan perpajakan. Sanksi pajak dianggap sebagai beban tambahan bagi WP apabila tidak mematuhi peraturan sehingga sanksi

pajak berpotensi membuat WP akan patuh terhadap peraturan perpajakan. Hal tersebut dijelaskan melalui kriteria dalam atribusi oleh Kelley, yaitu kriteria konsensus dimana setiap orang memiliki kesamaan pandangan dalam merespon sesuatu pada kondisi yang sama.

2.6.5. Hubungan Persepsi Keadilan Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Melalui *Marketplace* Shopee

Keadilan pajak merupakan asas yang mendasar dalam pemungutan perpajakan. Teori gaya pikul menjelaskan pemungutan pajak yang dilakukan negara harus mementingkan kondisi atau keadaan dari Wajib Pajak, dimana adil dalam hal ini bukan berarti sama tetapi sesuai dengan kemampuan. Perlakuan pajak yang adil harus berlaku kepada seluruh warga negara dan tidak pilih-pilih, sehingga setiap warga negara yang berada pada keadaan ekonomi yang sama akan dikenakan pajak yang sama.

Dengan perlakuan perpajakan yang adil, yaitu beban perpajakan yang ditanggung oleh Wajib Pajak disesuaikan dengan kemampuan wajib pajak sehingga Wajib Pajak tidak merasa keberatan akibat pengenaan pajak terhadapnya. Tentunya dengan prinsip keadilan perpajakan yang diterapkan bagi Wajib Pajak dengan baik akan dapat mengurangi keinginan Wajib Pajak untuk melakukan tindakan tidak patuh terhadap peraturan perpajakan.

2.7. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian mengenai pengaruh lingkungan bisnis, sanksi pajak dan keadilan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak pernah dilakukan oleh peneliti

terdahulu. Penelitian oleh Hasanah (2016) menemukan bahwa pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak, sedangkan tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran Wajib Pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Penelitian dari Hellen dan Khairani (2020) menemukan bahwa pemahaman WP, keadilan pajak, dan lingkungan WP memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan membayar pajak. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Riskillah, dkk. (2022) yakni pengetahuan perpajakan dan lingkungan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM, sedangkan kondisi keuangan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Penelitian oleh Soda, dkk. (2021) menemukan bahwa pengetahuan perpajakan, sanksi pajak, dan persepsi keadilan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Hasil yang berbeda ditemukan oleh Napisah & Khuluqi (2022) bahwa sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak, sedangkan tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak dan penelitian oleh Indriyani (2020) menemukan bahwa sosialisasi perpajakan dan sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak, pemahaman perpajakan dan kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Penelitian oleh Rahmawati (2021) menemukan bahwa keadilan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak dan pengawasan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian oleh Hellen & Khairani (2020) dan Soda, dkk. (2021) yang menemukan

bahwa keadilan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan WP. Berbeda dengan penelitian Fitria dan Supriyono (2019) yang menemukan bahwa keadilan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan WP UMKM.

Tabel 2.5.
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Subjek Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Hasanah (2016)	Variabel Independen: 1. Pemahaman peraturan perpajakan. 2. Tarif pajak. 3. Lingkungan 4. Kesadaran Wajib Pajak Variabel Dependen: 1. Kepatuhan Wajib Pajak	Pelaku usaha <i>online shopping</i>	Pemahaman peraturan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak sedangkan tarif pajak, lingkungan , dan kesadaran Wajib Pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
2.	Hellen dan Khairani (2020)	Variabel Independen: 1. Pemahaman pajak 2. Keadilan pajak 3. Lingkungan Pajak Variabel Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak	Pemilik <i>online shop</i> fashion wanita di Kota Palembang	Pemahaman pajak, keadilan pajak, dan lingkungan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
3.	Riskillah, dkk. (2022)	Variabel Independen: 1. Pengetahuan perpajakan 2. Kondisi keuangan 3. Lingkungan	Wajib Pajak UMKM di Kota Bandar Lampung	Pengetahuan perpajakan dan lingkungan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak sedangkan kondisi

No.	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Subjek Penelitian	Hasil Penelitian
		Variabel Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM		keuangan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
4.	Soda, dkk. (2021)	Variabel Independen: 1. Pengetahuan perpajakan 2. Sanksi pajak 3. Persepsi keadilan Variabel Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Wajib Pajak UMKM di Kota Manado	Pengetahuan perpajakan, sanksi pajak, dan persepsi keadilan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
5.	Indriyani (2020)	Variabel Independen: 1. Sosialisasi perpajakan. 2. Pemahaman perpajakan. 3. Kesadaran Wajib Pajak. 4. Sanksi Pajak. Variabel Dependen: 1. Kepatuhan pelaku <i>e-commerce</i> dalam memenuhi kewajiban perpajakan.	WPOP pelaku usaha <i>e-commerce</i> di Kota Semarang	Sosialisasi perpajakan dan sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak , pemahaman perpajakan dan kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
6.	Napisah dan Khuluqi (2022)	Variabel Independen: 1. Sosialisasi perpajakan	WP pelaku <i>e-commerce</i> .	Sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan sanksi pajak tidak

No.	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Subjek Penelitian	Hasil Penelitian
		2. Pemahaman perpajakan 3. Tarif Pajak 4. Sanksi pajak Variabel Dependen: 1. Kepatuhan Wajib Pajak pelaku <i>e-commerce</i> di Shopee		berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak sedangkan tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
7.	Rahmawati (2021)	Variabel Independen: 1. Keadilan Pajak 2. Pengawasan Pajak Variabel Intervening: 1. Kepercayaan Variabel Dependen: 1. Kepatuhan Pajak	WPOP pelaku usaha <i>e-commerce</i> .	Keadilan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak , keadilan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak melalui variabel intervening kepercayaan, pengawasan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak, dan kepercayaan pada variabel pengawasan pajak memediasi secara penuh.
8.	Fitira dan Supriyono (2019)	Variabel Independen: 1. Pemahaman peraturan perpajakan. 2. Persepsi tarif pajak 3. Keadilan Perpajakan Variabel Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak	UMKM di Kota Purbalingga	Pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak, persepsi tarif pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan Wajib Pajak, dan keadilan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.8. Pengembangan Hipotesis

2.8.1. Pengaruh Lingkungan Bisnis *E-Commerce* terhadap Kepatuhan

Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui *Marketplace* Shopee.

Lingkungan bisnis merupakan ranah kompleks dari faktor atau kondisi diluar bisnis yang dapat memengaruhi keberlangsungan bisnis, seperti konsumen, pesaing, pemasok, teknologi, dan pemerintah (Mursalin, 2021). Lingkungan bisnis yang terdapat pada *e-commerce* terdiri dari pelanggan di *e-commerce*, pemasok, pesaing atau sesama usahawan *e-commerce*, dan pemerintah. Faktor-faktor yang ada di sekitar bisnis tersebut dapat memengaruhi pelaku bisnis untuk membuat keputusan, salah satunya adalah keputusan untuk patuh terhadap peraturan perpajakan. Pandangan ini didukung dengan teori atribusi sebagai penilai kausalitas yang menyebutkan bahwa penyebab dari alasan seseorang berperilaku berkaitan dengan atribusi personal dan impersonal, dimana lingkungan merupakan lingkup yang impersonal atau berasal dari luar individu. Lingkungan bisnis yang kondusif, seperti interaksi antarasahawan mengenai hal-hal yang terkait dengan perpajakan dalam forum diskusi komunitas, interaksi dengan fiskus melalui sosialisasi perpajakan, dan proses pencatatan penjualan secara otomatis dalam sistem *marketplace* dapat menyebabkan WP untuk berperilaku patuh terhadap peraturan perpajakan.

Penelitian oleh Hasanah (2016) menemukan bahwa lingkungan Wajib Pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak, sedangkan penelitian oleh Hellen dan Khairani (2020) menemukan bahwa lingkungan Wajib Pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Berdasarkan teori atribusi oleh Heider (1958) dengan atribusi sebagai penilaian kausalitas dan beberapa penelitian terdahulu, maka hipotesis pertama pada penelitian ini adalah:

Ha1: Lingkungan Bisnis *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui *Marketplace* Shopee.

2.8.2. Pengaruh Persepsi Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui *Marketplace* Shopee.

Sanksi pajak merupakan konsekuensi yang akan diperoleh apabila Wajib Pajak tidak mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku. Mardiasmo (2019) menyebutkan bahwa sanksi pajak dapat menjadi jaminan ketentuan yang ada pada peraturan bidang perpajakan akan dilaksanakan dan juga menjadi alat untuk mencegah tindakan pelanggaran terhadap peraturan perpajakan. Teori atribusi dapat menjelaskan hubungan antara sanksi pajak dengan sikap patuh yang ditunjukkan oleh Wajib Pajak. Melalui teori atribusi oleh Heider (1958) dijelaskan dimana sanksi pajak merupakan faktor eksternal yang dapat memengaruhi Wajib Pajak dalam berperilaku dan dengan model kovarians Kelley sanksi pajak masuk kedalam kriteria konsensus dimana Wajib Pajak memiliki kesamaan pandangan bahwa sanksi pajak dapat menjadi beban tambahan apabila tidak patuh terhadap peraturan perpajakan. Persepsi mengenai sanksi pajak dimana semakin berat beban pajak yang harus ditanggung apabila tidak mematuhi peraturan perpajakan akan mendorong Wajib Pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan.

Penelitian oleh Indriyani (2020) menemukan bahwa sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak pelaku *e-commerce*, sedangkan penelitian oleh Soda, dkk. (2021) menemukan bahwa sanksi pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan WP UMKM.

Berdasarkan teori atribusi oleh Heider (1958) dan dikembangkan oleh Kelley (1967) dengan model kovarian dan beberapa penelitian terdahulu, maka hipotesis kedua pada penelitian ini adalah:

Ha2: Persepsi Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usawahan melalui *Marketplace* Shopee.

2.8.3. Pengaruh Persepsi Keadilan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui *Marketplace* Shopee.

Prinsip keadilan menekankan bahwa setiap masyarakat turut berpartisipasi dalam pembiayaan negara secara proporsional sesuai dengan kemampuannya (Rahayu, 2017). Keadilan menurut Adam Smith adalah kondisi dimana orang yang berada pada keadaan yang sama harus dikenakan pajak yang sama juga dengan kata lain adil bukan berarti sama untuk semua Wajib Pajak, namun disesuaikan dengan kemampuan Wajib Pajak. Teori atribusi sebagai proses persepsi menjelaskan hubungan pengalaman subjektif dengan berbagai objek yang ada yang kemudian akan menjadi sumber akibat seseorang berperilaku, dimana pembebanan pajak sesuai dengan kemampuan Wajib Pajak dihubungkan dengan keadilan pajak sehingga Wajib Pajak akan patuh terhadap peraturan perpajakan. Melalui teori gaya pikul dijelaskan bahwa dalam melakukan pemungutan pajak didasarkan pada kemampuan dan keadaan setiap pribadi Wajib

Pajaknya. Semakin baik pandangan Wajib Pajak mengenai keadilan dalam pemungutan pajak, maka Wajib Pajak akan semakin patuh terhadap peraturan perpajakan.

Penelitian oleh Hellen dan Khairani (2020) serta Rahmawati (2021) menemukan hasil yang konsisten, dimana keadilan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak pelaku usaha *e-commerce*, sedangkan penelitian oleh Fitria dan Supriyono (2019) menemukan bahwa keadilan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Berdasarkan teori atribusi dan gaya pikul yang dijelaskan dan didukung dengan penelitian terdahulu, maka hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah:

Ha3: Persepsi Keadilan Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui *Marketplace* Shopee.