

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh lingkungan bisnis *e-commerce*, sanksi pajak, dan keadilan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan melalui *marketplace* Shopee dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Lingkungan bisnis *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan melalui *marketplace* Shopee .
2. Persepsi sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan melalui *marketplace* Shopee.
3. Persepsi keadilan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi usahawan melalui *marketplace* Shopee.

#### **5.2. Keterbatasan**

Dalam setiap melakukan penelitian tentunya memiliki keterbatasan yang berbeda-beda. Pada penelitian ini pun terdapat keterbatasan, yakni:

1. Tidak mendapatkan izin penelitian yang diajukan ke Tim Recruitment Campus Shopee, sehingga tidak mendapatkan peluang untuk menambah jumlah responden dalam penelitian ini.
2. Kesulitan dalam mencari responden yang bersedia berpartisipasi mengisi kuesioner yang dibagikan, hal ini dibuktikan dengan tingkat jumlah tanggapan responden 17,8% dari total kuesioner yang dibagikan

### 5.3. Saran

Dalam penelitian ini terdapat beberapa saran yang ditujukan kepada pihak-pihak tertentu, yaitu:

1. Untuk peneliti selanjutnya, dengan topik penelitian serupa dapat menerapkan teknik pengumpulan data lain, seperti pengumpulan data dari responden secara langsung pada konter layanan pengiriman paket sehingga dapat menambah jumlah responden penelitian.
2. Untuk pihak-pihak yang berwenang dalam bidang perpajakan, dapat memaksimalkan penerapan variabel-variabel independen penelitian untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak mampu memaksimalkan sosialisasi terkait peraturan perpajakan yang berlaku bagi usahawan *e-commerce*, DJP juga dapat memaksimalkan penerapan sanksi pajak yang berlaku secara menyeluruh dan tegas serta menerapkan tarif pajak sesuai dengan kemampuan Wajib Pajak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, E. Y., Gumati, M., Khumaidi, A., Nanda, A. P., Astuti, S., Puastuti, D., ...Susilowati, T., & Wati, R. (2022). *Buku Ajar E-Business & E-Commerce*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Aprilia, A., Astuti, E. S., & Nuzula, N. F. (2013). Penanganan dan Pengawasan Perpajakan dalam Rangka Intensifikasi di Bidang E-Commerce. *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*. Vol. 2 (1):1-10
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. Jakarta. Diakses dari <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>.
- Fitria, P. A., & Supriyono, E. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Persepsi Tarif Pajak, dan Keadilan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Journal of Economics and Banking*, 1(1), 47–54.
- Franedy, R. (2019, Maret 29). Kisah di Balik Pembatalan Aturan Pajak e-Commerce. *CNBC Indonesia*. Diakses dari <https://urlis.net/z1zuwqfu>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman* (Edisi 6). Yogyakarta: BPFE.
- Hasanah, R.A. (2016). *Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce (Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shopping)*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang). Diakses dari <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/10498>
- Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: John Wiley & Sons.
- Helen, & Khairani, S. (2020). Analisis Pengaruh Pemahaman Pajak, Keadilan Pajak Dan Lingkungan Pajak Terhadap Kepatuhan Dalam Membayar Pajak Pemilik Online Shop (Studi Empiris Pada Pemilik Online Shop Fashion Wanita Pada Media Instagram Di Kota Palembang). *Riset Mahasiswa Akuntansi* (Vol. 2).
- Hutomo, YB.S. (2018). *Terampil Pajak Penghasilan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Indriyani, P.D. (2020). *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pelaku E-Commerce dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan*. (Skripsi, Universitas Negeri Semarang). Diakses dari <http://lib.unnes.ac.id/41795/>

- Kelley, H. H. (1967). Attribution theory in social psychology. *Nebraska Symposium on Motivation*, 15, 192–238.
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan (Edisi 2019)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Mursalin, A. (2021). *Analisis Lingkungan Bisnis*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Napisah, & Khuluqi, K. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pelaku E-Commerce di Shopee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah*, 4(2), 689–697. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2396>
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 197/PMK.03/2013 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 68/PMK.03/2010 tentang Batasan Pengusaha Kecil Pajak Pertambahan Nilai.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 242/PMK.03/2014 tentang Tata Cara Pembayaran dan Penyetoran Pajak.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 147/PMK.03/2017 tentang Tata Cara Pendaftaran Wajib Pajak dan Penghapusan Nomor Pokok Wajib Pajak serta Pengukuhan dan Pencabutan Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 39/PMK.03/2018 tentang Tata Cara Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik (E-Commerce).
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 31/PMK.010/2019 tentang Pencabutan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018.
- Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan
- Rahayu, S. K. (2017). *Perpajakan Konsep dan Aspek Formal*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Rahmawati, R. D. (2021). *Pengaruh Keadilan Pajak dan Pengawasan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM yang Bertransaksi E-Commerce di Banyuwangi dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening*. (Skripsi, Universitas Sebelas Maret)
- Redaksi DDTCNews. (2021). Pedagang Online Dapat “Surat Cinta” dari Kantor Pajak? Ini Imbauan DJP. Diakses dari <https://news.ddtc.co.id/pedagang-online-dapat-surat-cinta-dari-kantor-pajak-ini-imbau-djp-34977>

- Riphat, S. (2021). *Pajak E-Commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Riskillah, A., Irawan, & Rachman, A. A. (2022). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kondisi Keuangan dan Lingkungan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Kasus UMKM di Kota Bandar Lampung). *Jurnal Ilmiah ESAI*, 16(1), 1–14.
- Sakti, N.W. (2014). *Buku Pintar Pajak E-Commerce Dari Mendaftar Sampai Membayar Pajak*. Jakarta: Visimedia.
- Sambodo, A. (2019). *Pajak dalam Entitas Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Santi, A. N. (2012). *Analisis Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sikap Rasional, Lingkungan, Sanksi Denda Dan Sikap Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wilayah KPP Kota Malang)*. (Skripsi, Universitas Diponegoro)
- Soda, J., Sondakh, J., & Budiarmo, N. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak Dan Persepsi Keadilan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 1115–1126.
- Sumartik. (2019). *Buku Ajar Perilaku Organisasi*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi E-Commerce.
- Undang-Undang No 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Undang-Undang No 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.
- Ustadiyanto, R., & Ariani, S.R. (2007). *Strategi Serangan Internet Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zain, M. (2008). *Manajemen Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat.



**LAMPIRAN I**  
**KUESIONER PENELITIAN**

**A. Identitas Responden**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Jenis E-Commerce yang dilakukan  
 Online *Marketplace*       Classified Ads  
 Daily Deals       Online Retail
4. Jika melakukan kegiatan Online *Marketplace*, platform yang digunakan  
 Shopee       Tokopedia       Lazada  
 Blibli       Lainnya,.....
5. Nama toko di *marketplace* :
6. Lama usaha berjalan  
 0-2 Tahun       2-5 Tahun       >5 Tahun
7. Kepemilikan NPWP  
 Pribadi       Badan       Tidak memiliki
8. Peredaran bruto dalam satu tahun pajak  
 < Rp4.800.000.000       > Rp4.800.000.000
9. Kepemilikan toko secara fisik/offline  
 Ya       Tidak

## B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dan pilihlah 1 jawaban yang paling sesuai dengan anda
2. Semua pertanyaan wajib dijawab oleh Responden
3. Terdapat 4 alternatif jawaban yang dapat dipilih, yaitu
  - a. Sangat Tidak Setuju (STS)
  - b. Tidak Setuju (TS)
  - c. Setuju (S)
  - d. Sangat Setuju (S)

## C. Pertanyaan

### 1. Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di E-Commerce (KWP)

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Setiap warga negara yang telah memenuhi syarat subjektif dan objektif wajib mendaftarkan diri untuk memperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak				
2.	Saya sebagai pelaku usaha e-commerce mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP.				
3.	Saya sebagai pelaku usaha e-commerce melakukan perhitungan pajak dengan benar.				
4.	Sebagai Wajib Pajak saya membayar pajak dengan tepat waktu.				
5.	Saya sebagai pelaku usaha e-commerce selalu mengisi SPT sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.				
6.	Saya sebagai pelaku usaha e-commerce melakukan pelaporan SPT tepat waktu.				

Sumber: Indriyani (2020)

### 2. Lingkungan Bisnis E-Commerce (LING)

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Pelaku usaha <i>e-commerce</i> mendukung perilaku patuh terhadap peraturan pajak				
2.	Pelaku usaha <i>e-commerce</i> mendorong untuk melaporkan pajak secara benar				
3.	Sesama pelaku usaha <i>e-commerce</i> menaruh perhatian apabila tidak membayar pajak				



4.	Saya membayar pajak karena anjuran sesama pelaku usaha <i>e-commerce</i>				
5	Pelaku usaha <i>e-commerce</i> melaporkan pajak secara benar				
6.	Pelanggan mendukung perilaku untuk patuh terhadap peraturan perpajakan				
7.	Teknologi yang digunakan dalam sistem perpajakan memudahkan dalam pelaksanaan perpajakan				
8.	Petugas pajak mendorong pelaku usaha <i>e-commerce</i> melakukan kewajiban perpajakannya				

Sumber: Helen & Khairani (2020)

### 3. Persepsi Sanksi Pajak (SP)

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Sanksi tidak menyampaikan SPT sangat diperlukan				
2.	Setiap orang yang secara sengaja tidak mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP/NPPKP akan dikenai sanksi				
3.	Sanksi administrasi berupa denda 200% dari jumlah pajak yang kurang bayar, apabila pengisian SPT dilakukan dengan tidak benar dalam hal ini dilakukan pertama kali oleh Wajib Pajak				
4.	Sanksi administrasi diberikan apabila terlambat dalam pembayaran pajak masa dan tahunan.				
5.	Denda keterlambatan pelaporan SPT Tahunan Pajak Penghasilan Wajib Pajak orang pribadi sebesar Rp100.000 merupakan hal yang wajar				
6.	Wajib Pajak akan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku				
7.	Penerapan sanksi harus dilakukan dengan tegas kepada Wajib Pajak yang melanggar				
8.	Sanksi yang tegas merupakan hal yang penting agar tercipta kedisiplinan dan kepatuhan perpajakan				

Sumber: Indriyani (2020)

## 4. Persepsi Keadilan Perpajakan (ADIL)

No.	Item Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Tarif pajak final dan umum sudah sesuai dengan undang-undang yang berlaku.				
2.	Dengan membayar pajak sesuai peraturan yang berlaku, Saya mendapat manfaat yang sesuai				
3.	Tarif pajak final dan umum sesuai dengan kemampuan Wajib Pajak.				
4.	Wajib Pajak Orang Pribadi pelaku usaha e-commerce dengan kondisi kemampuan dan penghasilan yang sama dikenakan pajak yang sama.				
5.	Wajib Pajak Orang Pribadi pelaku usaha e-commerce dengan kondisi kemampuan dan penghasilan berbeda dikenakan tarif yang berbeda.				
6.	Wajib Pajak Orang Pribadi pelaku usaha konvensional dan pelaku usaha e-commerce diperlakukan sama dalam hal perpajakannya.				

Sumber: Rahmawati (2021)