

**PERAN PERPAJAKAN DAN KETAATANNYA BAGI PENGUSAHA *ONLINE*
DI *TIKTOK SHOP***



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : MELINA SETIJAWIBAWA

NIM : 126222039

PROGRAM PENDIDIKAN PROFESI AKUNTAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2023

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERAN PERPAJAKAN DAN KETAATANNYA BAGI PENGUSAHA *ONLINE*
DI TIKTOK SHOP



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : MELINA SETIJAWIBAWA

NIM : 126222039

UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
UNTUK KELULUSAN PADA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN
PROFESI AKUNTAN

PROGRAM PENDIDIKAN PROFESI AKUNTAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2023

**PERAN PERPAJAKAN DAN KETAATANNYA BAGI PENGUSAHA *ONLINE*
DI *TIKTOK SHOP***

Laporan Tugas Akhir

Disusun Oleh:

Melina Setijawibawa

126222039

Disetujui Oleh:

Pembimbing

Tony Sudirgo, S.E., M.M., Ak., CA, BKP

ABSTRAK

Aplikasi belanja kian beragam contohnya *TikTok Shop*. Peminatnya membeludak dengan cara berjualan *live* dan memberikan contoh produk disana juga berupa video kreatif dan yang paling penting gratis ongkir dan bisa COD. Terlepas dari biaya pemesanan, admin aplikasi dan program afiliasi juga lebih mudah. Tujuannya dilakukan penelitian mengetahui apakah para pengusaha *online TikTok Shop* sadar akan wajib pajak dan sanksi pajak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Dengan 120 sampel dan dianalisis *SMART PLS 3.0* metodenya kuantitatif. Hasilnya Kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak dan Sanksi pajak memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata kunci : Kesadaran Wajib Pajak; Sanksi Pajak; Kepatuhan Wajib Pajak; *TikTok Shop*.

ABSTRACT

Shopping applications are increasingly diverse, for example TikTok Shop. Its fans are booming by selling live and providing product examples there as well as creative videos and most importantly free shipping and COD. Apart from the ordering fee, the application admin and affiliate program are also easier. The purpose of this research is to find out whether TikTok Shop online entrepreneurs are aware of taxpayers and tax sanctions affect taxpayer compliance. With 120 samples and analyzed SMART PLS 3.0 the method is quantitative. The results Taxpayer awareness has a significant and positive direct effect on taxpayer compliance and Tax sanctions have a significant and positive direct effect on taxpayer compliance.

Keywords: *Taxpayer Awareness; Tax Sanctions; Taxpayer Compliance; TikTok Shop.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat-Nya, yang turut membimbing penulis hingga menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir ini dirancang untuk memenuhi kriteria kelulusan dari Program Studi Pendidikan Profesi Akuntan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam proses penulisan tugas akhir ini, penulis diberkati dengan bimbingan, bantuan, dan dukungan yang melimpah dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus dan rendah hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Keluarga tercinta, yang memberikan doa, dukungan moral, dan cinta tanpa batas, menjadi pilar kuat penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, I.P.U., ASEAN Eng. selaku Ketua Rektor Universitas Tarumanagara.
3. Dr. Sawidji Widoatmojo, S.E., M.M., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Dr. Jamaludin Iskak, SE, MSi, Ak, CA, CPA, CPI, ASEAN CPA selaku Ketua Program Studi PPAk FEB Universitas Tarumanagara.
5. Tony Sudirgo, S.E., M.M., Ak., CA, BKP selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu serta telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen, staf, dan karyawan di PPA FEB Universitas Tarumanagara yang telah membantu selama proses perkuliahan.
7. Teman-teman dan sahabat yang selalu memberikan semangat dan dukungan positif, memberikan warna tersendiri dalam perjalanan penulisan tugas akhir.

Terima kasih atas dedikasi dan kerja sama yang baik, semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi positif pada pengembangan ilmu dan profesi akuntansi.

Jakarta, 28 November 2023

Melina Setijawibawa

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
BAB III METODE PENELITIAN.....	5
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	6
4.1 Validasi Konvergen.....	6
4.2 Validasi Diskriminan.....	9
4.3 Uji Reliabilitas.....	9
4.4 Uji Ketetapan Model.....	10
4.5 Uji Hipotesis.....	12
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	13
REFERENSI.....	14

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Outer Loading</i> antara Indikator dengan Variabel	7
Tabel 4.2 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	8
Tabel 4.3 Validitas Diskriminan.....	9
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas.....	10
Tabel 4.5 Uji Ketepatan Model.....	10
Tabel 4.6 Uji Hipotesis.....	12

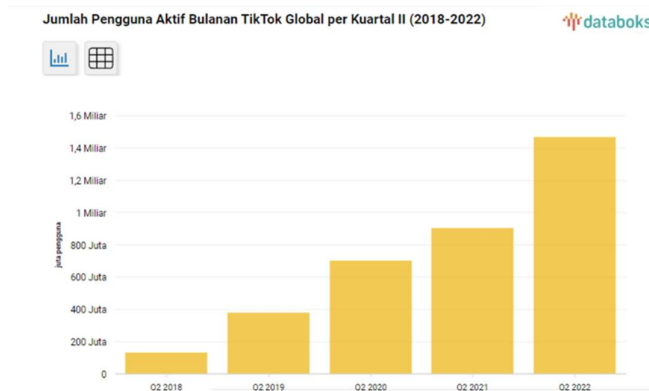
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Aktif Tiktok Global (2018-2022).....	1
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual.....	3
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Model PLS.....	6

BAB I

PENDAHULUAN

TikTok adalah aplikasi hiburan yang berisi berbagai macam konten hiburan hingga pendidikan atau pengetahuan (Winarso, 2021). TikTok lebih *update* daripada media sosial manapun karena lebih interaktif dari berbagai penjuru dunia dengan algoritma yang menyesuaikan pengguna. Dari ini dilihat bahwa terus alami kenaikan pengguna (Annur, 2022).



Gambar 1.1 Pengguna Aktif TikTok Global (2018-2022)

Pesatnya pengguna di TikTok sejak 2020 berdampak pada kuartal II 2021 dengan presentase 62,52% berjumlah 564jt pengguna tetapi hal tersebut jauh berbeda sejak 5 tahun lalu sampai naiknya 1000%. Selain belanja juga bisa berjualan *online* di Tiktok (Syahputra, 2021). Banyak masyarakat suka dengan TikTok dikarenakan didalamnya banyak video hiburan dan berita update dari penjuru dunia. Empat kali kenaikan pengeluaran konsumen Asia Tenggara hingga US\$ 4,4 Miliar (Septiani, 2023).

TikTok Shop mampu mengambil hati karena tidak banyak biaya yang dibebankan konsumen saat membeli suatu produk. Beda dengan pesaingnya yang lain yang membebankan biaya pemesanan, biaya admin dan sebagainya. Di aplikasi oren kebijakan nya berubah sesuai pembayaran apa yang digunakan. Sehingga *TikTok Shop* dirasa lebih apik daripada aplikasi lainnya. *TikTok Shop* jelas jauh lebih unggul (Noviyanti, 2023).

Banyaknya pengusaha bergelut di *TikTok Shop* dengan penghasilan yang banyak membuat mereka berkewajiban dalam membayar pajak kepada Negara, kecil besarnya tidak jadi hal yang dibenarkan dalam tidak bayar pajak (Didik, 2022). Ketetapan pajak dalam 1 tahun jika dibawah 4,8M masih disebut UMKM yang dibayar juga pakai aturan pajak UMKM. Apabila 500 juta adalah omset setahun maka dalam satu tahun tidak terkena pajak sesuai Pasal 60 PP 55/2022. Berlaku apabila omset 500 juta ke atas dengan pph 0,5% (dian, 2022). Hal tersebut berlaku pada pengusaha *online Tiktok Shop* saat omset diatas 500 juta dalam 1 tahun. Ukuran perusahaan bukan penentu apakah perusahaan besar atau kecil dalam hal bayar membayar pajak dan tidak bisa dihindari (didik, 2022).

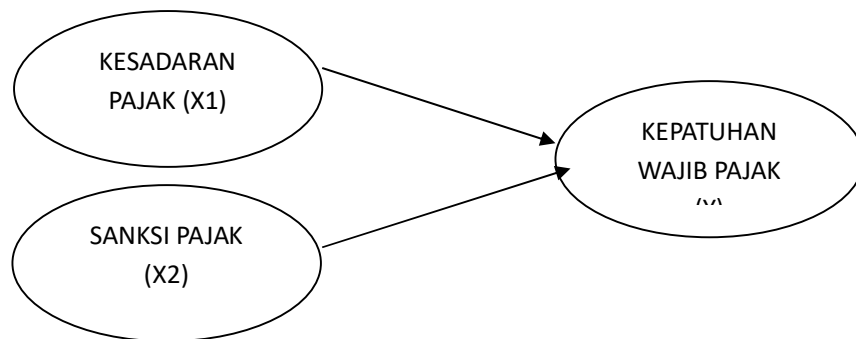
Pada 31 Maret 2023 kepatuhan pembayaran pajak 2023 yang dicatat Direktorat Jendral Pajak adalah 61,8%. Angka yang masih dibawah target kepatuhan pembayaran pajak yang mencapai 83% (Raharjo, 2023). Pemahaman dan kesungguhan dalam upaya kepatuhan pada pembayaran pajak merupakan kesadaran wajib pajak (Tyas, 2021). Perasaan sukarela adalah kondisi melaksanakan dan memahami aturan wajib pajak (Wahyudi, 2019). Tingginya kesadaran bayar pajak mempengaruhi pendapatan pajak. Indikator kesadaran wajib pajak (Wendyka, 2021) 1. Sadar bahwa bayar pajak diatur dalam Undang Undang 2. Memahami pembiayaan Negara dari pajak 3. Aturan pajak dan ketentuannya harus di ikuti. 4. Sukarela saat menghitung pajak dan melaporkannya membayarnya.

Jika tidak memenuhi sebagaimana kewajiban membayar pajak akaan terkena sanksi pajak (Wahyu, 2017). Sanksi pajak dibuat pemerintah dalam melakukan control terlaksananya pajak (Rahayu, 2017). Hal tersebut diterapkan untuk control agar tidak terjadi pelanggaran (Mardiasmo, 2016). Indikator sanksi pajak (Zahra, 2021) 1. Jelas, Tegas, Lugas 2. Tidak berkompromi 3. Seimbang 4. Memberi dampak penyesalan.

Alasan dipilihnya judul diatas adalah pertama ialah meningkatnya peminat pada *TikTok Shop* yang mampu menggeser kedudukan aplikasi belanja *online* lain, selain tidak pakai biaya admin dan biaya biaya lain, juga gratis ongkir serta harga di *TikTok Shop* jauh lebih murah karena rata rata tangan pertama atau distributor besar. Kedua ialah pengusaha *online* memiliki total transaksi di Indonesia pada tahun 2017 saja 80 T sampai 100T per tahun terlebih lagi pada tahun 2023 yang semakin banyak fasilitas kemudahan belanja sehingga penghasilan para pedagang *online* semakin meningkat,

peneliti ingin mengetahui apakah para pengusaha *online di TikTok tertib* dan patuh pada bayar pajak seiring naiknya pendapatan.

Pada penelitian terdahulu Kesadaran wajib pajak pada kepatuhan wajib pajak memiliki pengaruh sejalan signifikan positif (Nera, 2023) . Didukung penelitian lain kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak seiringan positif signifikan pula terhadap kepatuhan wajib pajak (Sahwa dan Annisa, 2023).



Gambar 1.2. Kerangka Konseptual

H1: Diduga adanya hubungan signifikansi positif antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak

H2: Diduga adanya hubungan signifikansi positif antara sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak

Dari fenomena diatas peneliti tertarik untuk meneliti para pengusaha *online TikTok Shop* terkait kepatuhan wajib pajak apakah benar dipengaruhi oleh kesadaran pajak dan sanksi pajak.

REFERENSI

- Amalia, Riski, dkk. (2016). *Pengaruh Pengenaan Sanksi Administrasi dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Pada Kantor Samsat Kabupaten Bengkalis Riau*. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya, Volume 31. Nomor 1.
- Adiyanti, Yosua Ayu dan Maryono. (2023). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Kabupaten Pati. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha
- Annur, Cindy Mutia. (2022). *Jumlah Pengguna Tik Tok Terus Bertambah*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/06/jumlah-pengguna-tiktok-terus-bertambah-ini-data-terbarunya>. Diakses 23 Agustus 2023 13.00
- Dian. (2023). *PP 55/2022, Pemerintah Atur Batas Omzet Rp500 Juta Tidak Kena Pajak*. <https://news.ddtc.co.id/pp-55-2022-pemerintah-atur-batas-omzet-rp500-juta-tidak-kena-pajak-44453/>. Diakses 25 Agustus 2023 18.00
- Didik, Yuniarwati. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social responsibility dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidanc. Jurnal Ilmiah Indonesia, Pendidikan Profesi Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta.
- Lutfianing Tyas, Rulanda (2021) *Pengaruh Kesadaran Pajak, Administrasi Perpajakan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kota Madiun*. Skripsi (S1) Thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Klikpajak.id (2022). Pajak UMKM Terbaru : Tarif PPh Final UMKM dan Cara Menghitung <https://klikpajak.id/blog/pajak-umkm-tarif-cara-hitung-bayar-dan-lapor-spt-pajaknya/>
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2016*. Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Mianti, Yosy Mianti dan Budiwitjaksono, Gideon Setyo. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang

Pribadi Dimediasi Kesadaran Wajib Pajak. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika, Vol. 11 No. 2

Nera dkk. (2023). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada KPP Pratama Pondok Gede)*. Journal of Creative Student Research (JCSR) Vol.1, No.2

Nova dkk. (2022). *Dinamika Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Peredaran Bruto Tertentu Dan Kaitannya Dengan Penerimaan Pajak Penghasilan Di Kpp Pratama Pematang Siantar*. Politeknik Keuangan Negara STAN.

Noviyanti, Siti Nieke. (2023). *Duel Live Shopee Tiktok Shop mana yang lebih disukai pembeli saat ini*. <https://www.infoindonesia.id/info-ekonomi/9619500523/duel-live-shopee-vs-tiktok-shop-mana-yang-lebih-disukai-pembeli-saat-ini?page=2>. Diakses 24 Agustus 2023 07.00

Sahwa dkk. (2023). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Wajib Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol.2, No.2

Raharjo, Agus. (2023). *Jumlah Pelapor Pajak Tahunan Tak Mencapai Target*. <https://news.republika.co.id/berita/rsgqac436/resmi-berakhir-jumlah-pelapor-pajak-tahunan-tak-mencapai-target>. Diakses 23 Agustus 2023 18.00

Septiani, Lenny. (2023). *Benarkah Tik Tok Shop Kalahkan Shopee Lazada Tokopedia*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/63c8ef9aae896/benarkah-tiktok-shop-kalahkan-shopee-lazada-dan-tokopedia>. Diakses 23 Agustus 2023 19.10

Siti Kurnia Rahayu, 2017, *Perpajakan Konsep dan Aspek Formal*, Bandung: Rekayasa Sains

Syahputra, Muhammad Akbar. (2021). *Apa Itu Tiktok Shop, Cara Jualan dan Belanjanya* <https://inet.detik.com/tips-dan-trik/d-5744715/apa-itu-tiktok-shop-cara-jualan-dan-belanjanya>. Diakses 22 Agustus 2023 14.00

- Wahyudi, Afif Tri. (2019). *Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Pengetahuan Dan Pemahaman Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Terhadap Pemilik Umkm Yang Berada Di Kabupaten Bangkalan)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas
- Wendyka, Mert Segara. (2021). *Analisis Pengaruh Kesadaran Dan Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Pph Wajib Pajak Badan Pada Kpp Pratama Jakarta Kramat Jati..* Jima Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Vol. 1, No. 2, Juni 2021 158
- Winarso, Bambang (2021). *Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya*. <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok> . Diakses 23 Agustus 2023 19.40
- Winny dkk. (2022). *Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan Orang Pribadi*. Wicaksana, Jurnal Lingkungan & Pembangunan. Vol. 6 No. 1