

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengusaha Online Tiktok Shop

Melina Setijawibawa¹, Tony Sudirgo²

Pendidikan Profesi Akuntan, Universitas Tarumanagara^{1,2}
e-mail: Melina.126222039@stu.untar.ac.id¹, tonys@fe.untar.ac.id²

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.

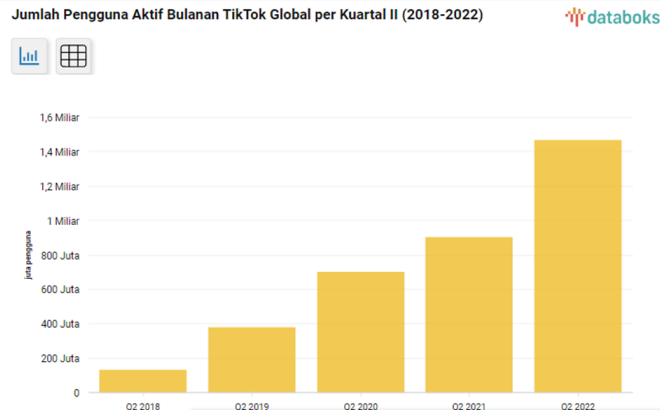
ABSTRACT

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.

I. PENDAHULUAN

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



Gambar 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 5th lalu sampai naiknya 1000%. Selain belanja juga bias 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 omsen 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 500jt dalam 1 tahun. Ukuran perusahaan bukan penentu apakah perusahaan besar atau kecil dalam hal bayar membayar pajak dan tidak bisa dihindari (didik, 2022).

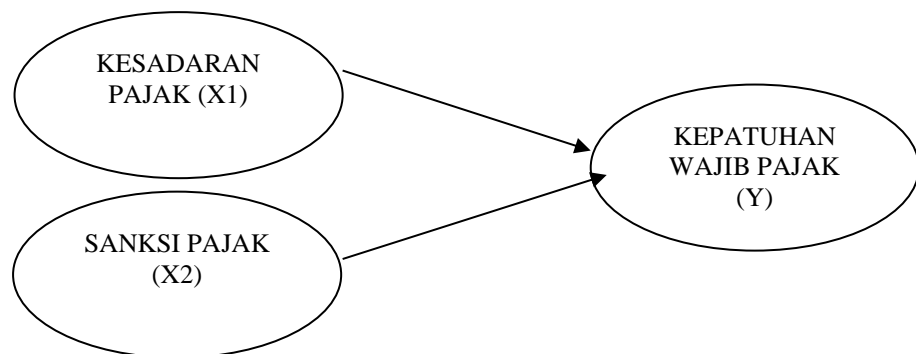
Pada 31 maret 2023 kepatuhan pembayaran pajak 2023 yang dicatat Direktorat Jendral Pajak adalah 61,8%. Angka yang masih dibawah target kepatuhan pembayaran pajak yang mencapai 83% (Raharjo, 2023). Pemahaman dan kesungguhan dalam upaya kepatuhan pada pembayaran pajak merupakan kesadaran wajib pajak (Tyas, 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 akan 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.

Kepatuhan pajak adalah tindakan kejujuran yang dilakukan para wajib pajak dalam menginput penghasilan untuk pajak terutang (Amalia dkk, 2016). Kepatuhan wajib pajak adalah pemenuhan hak perpajakan dalam melaksanakan pembayaran pajak (Winny dkk, 2022). Indikator kepatuhan wajib pajak menurut (Nova dkk, 2022) 1. Memiliki NPWP 2. Penyetoran SPT 3. Kepatuhan bayar pajak terutang 4. Kepatuhan bayar penunggakan.

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).



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.

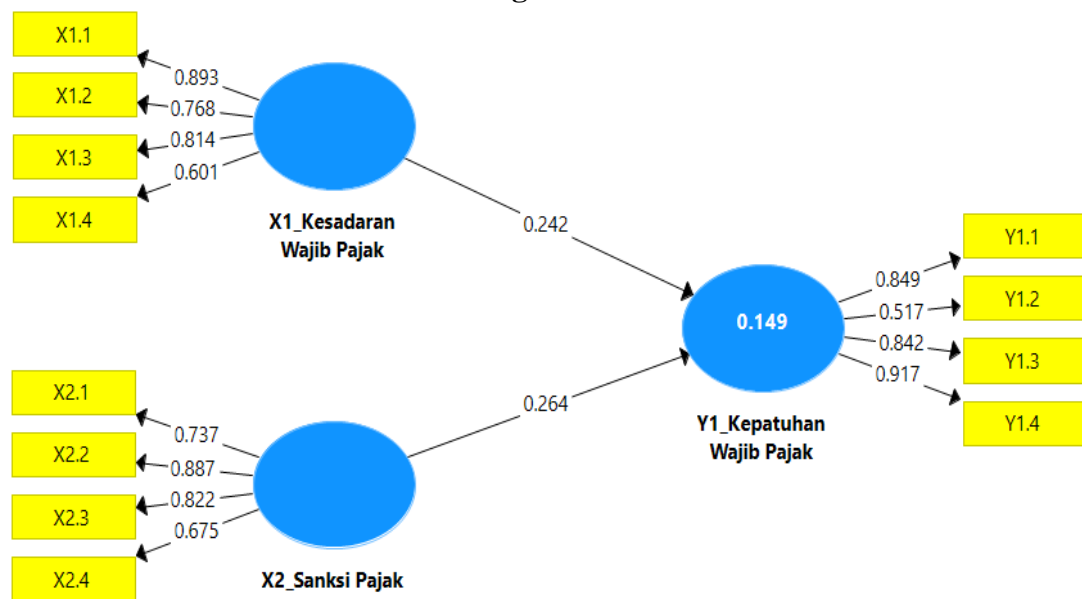
II. METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif bersumber primer dari kuesioner dibagikan melalui media social. Informasi yang sudah dipublikasikan menjadi sumber sekundernya. Populasi seluruh pengusaha online TIKTOK SHOP di Indonesia. Sampel berjumlah 120 responden. Nonprobability sampling teknik yang dipakai dalam pengambilan sampel yang Individu atau masyarakat tersebut tidak diberikan kesempatan dipilih (Sugiyono, 2018). Analisis PLS-SEM dengan software SmartPLS.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Telah memenuhi validitas kovergen (Chin) apabila minimal 0,70 melalui analisis loading factor dimana dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Bagan 1



Gambar 3. Hasil Pengujian Model PLS

a. Validitas Konvergen

nilai *Outer Loading* > 0,70 = valid dari outer loading artinya dalam table ini dinyatakan valid.

Tabel 1
***Outer Loading* antara Indikator dengan Variabel**

	Sam- pel Asli (O)	Rata- rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (IO/STDEV)	P Val- ues
X1.1 <- X1_Kesadaran Wajib Pajak	0,893	0,847	0,153	5,822	0,000

X1.2 <- X1_Kesadaran Wajib Pajak	0,768	0,718	0,190	4,049	0,000
X1.3 <- X1_Kesadaran Wajib Pajak	0,814	0,779	0,169	4,808	0,000
X1.4 <- X1_Kesadaran Wajib Pajak	0,601	0,562	0,221	2,722	0,007
X2.1 <- X2_Sanksi Pajak	0,737	0,666	0,225	3,279	0,001
X2.2 <- X2_Sanksi Pajak	0,887	0,836	0,163	5,454	0,000
X2.3 <- X2_Sanksi Pajak	0,822	0,795	0,163	5,031	0,000
X2.4 <- X2_Sanksi Pajak	0,675	0,619	0,250	2,695	0,007
Y1.1 <- Y1_Kepatuhan Wajib Pajak	0,849	0,824	0,090	9,484	0,000
Y1.2 <- Y1_Kepatuhan Wajib Pajak	0,517	0,507	0,195	2,652	0,008
Y1.3 <- Y1_Kepatuhan Wajib Pajak	0,842	0,833	0,086	9,809	0,000
Y1.4 <- Y1_Kepatuhan Wajib Pajak	0,917	0,902	0,064	14,225	0,000

(Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2023)

Batas 0,50 melalui validitas konvergen AVE jika lebih dari 0,50 dinyatakan ideal maka pada tabel 2 ini ideal.

Tabel 2
Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Rata-Rata Varians Diekstrak (AVE)	
X1_Kesadaran Wajib Pajak	0,603
X2_Sanksi Pajak	0,615
Y1_Kepatuhan Wajib Pajak	0,635

(Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2023)

b. Validitas Diskriminan

Koefisien korelasi antar variabel laten lebih kecil dari akar kuadrat AVE. Dalam tabel 2 dinyatakan terpenuhi karena nilainya lebih dari 0,70.

Tabel 3
Validitas Diskriminan

	X1_Kesadaran Wajib Pajak	X2_Sanksi Pajak	Y1_Kepatuhan Wajib Pajak
X1_Kesadaran Wajib Pajak	0,776		
X2_Sanksi Pajak	0,165	0,784	
Y1_Kepatuhan Wajib Pajak	0,285	0,304	0,797

(Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2023)

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4 menunjukkan nilai koefisien diatas 0,70 pada *Construct Reliability and Validity* reliable maka kuesioner dinyatakan valid dan konsisten.

Tabel 4
Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Reliabilitas Komposit
X1_Kesadaran Wajib Pajak	0,792	0,856
X2_Sanksi Pajak	0,794	0,863
Y1_Kepatuhan Wajib Pajak	0,818	0,870

(Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2023)

Tabel 5
Uji Ketepatan Model

	R²	Q²	SRMR	NFI
Y1_Kepatuhan Wajib Pajak	0,149	0,063	0,107	0,665

(Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2023)

a. R Square

Pada tabel 5 R square hanya 14,9% atau 0,149 artinya nilainya cukup lemah jadi Kepatuhan Wajib Pajak dipengaruhi oleh variabel Kesadaran

Wajib Pajak dan Sanksi Pajak, sedangkan 85,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

b. Q Square

Tabel 5 menunjukkan nilai Q^2 lebih dari 0 artinya variabel independen X_1 maupun X_2 telah sesuai sehingga sangat mampu dalam memprediksi variabel dependen Y.

c. Fit Model

Kecocokan antara korelasi hasil (SRMR) Standardized Root Mean Square menunjukkan nilai 0,107 dan Normal Fit Indeks 0,665 artinya sesuai dan baik.

Tabel 6
Uji Hipotesis

	Koefisien Jalur	Rata-Rata Sample (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (IO/STDEV)	P Values
X1_Kesadaran Wajib Pajak -> Y1_Kepatuhan Wajib Pajak	0,242	0,262	0,110	2,186	0,029
X2_Sanksi Pajak -> Y1_Kepatuhan Wajib Pajak	0,264	0,302	0,101	2,626	0,009

(Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2023)

Pengaruh variable X terhadap Y memiliki pengaruh signifikan langsung karena pada tabel 6 nilai *t-statistic* seluruh hipotesis lebih dari 1,96. Terdapat signifikansi apabila *p-values* kurang dari 0,05. Hipotesis $X_1 \rightarrow Y$ bernilai 0,242 dan hipotesis $X_2 \rightarrow Y$ bernilai 0,264 maka yang paling dominan mempengaruhi adalah variabel X_2 sehingga keduanya memiliki pengaruh sama sama positif signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Adiyanti dan Maryono, 2023) dimana terdapat hubungan positif signifikan pada kepatuhan wajib pajak yang dipengaruhi oleh kesadaran wajib pajak. Pada Penelitian (Mianto dan Budiwitjaksono, 2021) sanksi pajak juga menunjukkan hubungan positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Atas dasar hal tersebut maka semakin orang sadar bayar pajak dan adanya sanksi maka makin patuhlah seseorang bayar pajak begitupun sebaliknya.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesadaran Wajib Pajak pengusaha online di TikTok Shop dinilai baik dan patuh pada aturan dengan membayar pajak secara tepat dan sesuai. Sanksi pajak juga meningkatkan kepatuhan wajib pajak para pengusaha online di TikTok Shop. Hasilnya hubungan positif signifikan dibuktikan pada penelitian ini terkait kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut juga diterapkan oleh para pengusaha online di TikTok Shop meski hanya online tapi mereka jujur dalam melaporkan hasil penghasilan jualan mereka. Kedepannya diharapkan para pengusaha TikTok Shop tetap patuh saat bayar pajak dan bagi peneliti selanjutnya meneliti dengan jenis penelitian yang berbeda agar menyempurnakan penelitian dan menambahkan variable lain misalnya modernisasi sistem dan perubahan tarif pajak.

Ucapan Terima Kasih

Dalam penelitian ini tidak akan terlaksana jika tanpa kelancaran yang diberi Tuhan. Bapak dosen pembimbing yaitu Pak Tony Sudirgo tanpa kritik dan saran yang membangun kepada penulis maka penelitian ini juga tidak akan selesai. Serta dukungan moral dan moril dari keluarga dan rekan seperjuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- 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://data-boks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/06/jumlah-pengguna-tiktok-terus-ber-tambah-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