

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

Judul, Jenis Dokumen, Penulis, Tahun	Fokus Pembahasan	Perbedaan dengan Penelitian ini
Kebijakan Pemerintah Dalam Pengenaan Pajak Penghasilan Pelaku Usaha Asing <i>Game Online</i> , Jurnal Hukum Bisnis, Fadiyah Ramadhani Putri, (2020)	Kebijakan yang diatur oleh pemerintah untuk memajaki pajak penghasilan pelaku usaha asing <i>game online</i>	Fokus pembahasan pada penelitian ini meliputi proses bisnis secara umum, aspek perpajakan, dan simulasi penghitungan potensi PPh dan PPN atas usaha <i>top up mobile games</i> di media sosial

Sumber : Diolah Penulis

Fadiyah Ramadhani Putri (2020) mengatakan bahwa pemerintah indonesia harus menerbitkan regulasi yang mengatur permainan-permainan tersebut agar

setiap orang yang melakukan transaksi dapat dibedakan sesuai negara asalnya. Perusahaan yang menaungi permainan tersebut juga harus dapat membuat sistem yang dapat membedakan setiap pemain-pemainnya berdasarkan negara asalnya sehingga pemain yang melakukan transaksi dapat dikenakan pajak sesuai dengan negara asalnya.

Tabel II. 2 Penelitian Terdahulu

Judul, Jenis Dokumen, Penulis, Tahun	Fokus Pembahasan	Perbedaan dengan Penelitian ini
Identifikasi Potensi Pajak Penghasilan Game <i>Online</i> Studi Kasus: Penjual <i>Item</i> Kosmetik Dota 2, KTTA, Rahardika Bayanul Hikam, 2020	Proses bisnis secara umum, aspek perpajakan serta simulasi penghitungan potensi PPh atas transaksi penjualan virtual goods <i>game online</i> Dota 2	Penelitian ini lebih membahas secara khusus mengenai jenis usaha dan tinjauan pajak atas penghasilan usaha <i>top up mobile games</i> di media sosial. Serta meninjau kepatuhan para pelaku usahanya

Sumber : Diolah Penulis

Rahardika Bayanul Hikam mengatakan bahwa penjual barang kosmetik Dota 2 memiliki proses bisnis yang hampir sama dengan pedagang barang pada umumnya, yang membedakan hanya jenis barangnya. Kemudian dalam hal kewajiban perpajakan, penjual kosmetik Dota 2 umumnya telah memenuhi syarat

subjektif dan objektif untuk memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Studi tersebut juga menekankan bahwa ada potensi pajak penghasilan pada bisnis penjualan barang kosmetik Dota 2

Tabel II. 3 Penelitian Terdahulu

Judul, Jenis Dokumen, Penulis, Tahun	Fokus Pembahasan	Perbedaan dengan Penelitian ini
Identifikasi Potensi Perpajakan Game <i>Online Mobile Legends</i> : Studi Kasus Toko <i>Top up Diamond</i> , KTTA, Adifa Ekananda, 2021	Proses bisnis secara umum, tinjauan potensi perpajakan serta simulasi penghitungan PPh atas transaksi <i>top up diamond</i> di <i>game Mobile Legends</i>	Penelitian ini lebih membahas mengenai usaha <i>top up mobile games</i> secara umum yang beredar di media sosial atau tidak terbatas pada satu jenis <i>game</i> saja serta meninjau kepatuhan para pelaku usaha nya

Sumber : Diolah Penulis

Adifa Ekananda (2021) menjelaskan bahwa Proses bisnis dari kegiatan usaha yang dilakukan oleh pemilik toko *top up* item mobile games terdiri dari proses pembelian stok diamond dari pemasok (*supplier*), proses pemasaran, proses penjualan, dan proses pengiriman ke pembeli atau konsumen. Kemudian aspek perpajakan dari bisnis *top up* item mobile games terdiri atas Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Tabel II. 4 Penelitian Terdahulu

Judul, Jenis Dokumen, Penulis, Tahun	Fokus Pembahasan	Perbedaan dengan Penelitian ini
Kajian Kepatuhan Wajib Pajak: Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 (Studi Pada Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Menengah) Herawati dkk (2020)	Kepatuhan wajib pajak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018	Penelitian ini lebih membahas mengenai kepatuhan kewajiban perpajakan pelaku usaha <i>top up mobile games</i> secara umum yang beredar di media sosial

Sumber : Diolah Penulis

Herawati dkk menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa sebagian besar informan telah mengetahui adanya peraturan terbaru dalam sistem pengenaan pajak. Kemudian, wajib pajak sadar akan kewajibannya hal ini ditunjukkan dengan kepemilikan NPWP yang didaftarkan secara sukarela oleh beberapa wajib pajak, dengan ini diharapkan mampu meminimalisir terjadinya ketidakpatuhan perpajakan wajib pajak, serta bisa mengatasi masalah praktik-praktik pajak lainnya. Sehingga UMKM mampu berkontribusi dengan maksimal kepada penerimaan negara.

2.2 Konsep Proses Bisnis Secara *Online*

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata “proses” sendiri diartikan sebagai “runtutan perubahan (peristiwa) dalam perkembangan sesuatu” dan “rangkaiian tindakan, pembuatan, atau pengolahan yang menghasilkan produk”. Dari pengertian tersebut, dapat diartikan bahwa proses merupakan sesuatu yang terjadi selama jangka waktu tertentu dan terdapat suatu hasil yang didapatkan dalam proses tersebut.

Kata “bisnis” sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai “usaha komersial dalam dunia perdagangan”. Sementara itu pengertian bisnis menurut Dr. Ir. Hj. Apiaty Kamaluddin (2017) dalam bukunya yang berjudul *Administrasi Bisnis*, bisnis merupakan suatu organisasi yang menjual barang atau layanan pada *customer* atau bisnis lainnya untuk memperoleh laba.

Setelah mengetahui makna dari kata pembentuk frasa ‘proses bisnis’, selanjutnya penulis akan menyajikan pengertian dari ‘proses bisnis’ menurut para ahli, yang pertama dikemukakan oleh Rummer dan Brache (1995, dikutip dalam (Ekananda, 2021)) yaitu sekumpulan kegiatan dalam bisnis untuk menghasilkan produk dan jasa. Dari pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa proses bisnis adalah serangkaian kegiatan terstruktur, ada awal dan akhir, yang dilakukan oleh sekelompok individu atau organisasi untuk mengubah *input* untuk menghasilkan *output*. Output dapat mengambil bentuk yang berbeda atau tergantung pada tujuan organisasi atau perusahaan. Secara umum *output* dapat berupa barang dan/atau jasa (Stentoft & Haug, 2010).

Menurut Stentoft & Haug (2010) dalam bukunya yang berjudul “*Bussiness Process Optimization*”, secara umum proses bisnis dapat dibagi menjadi tiga yaitu proses utama (*core process*), proses pendukung (*support process*), dan proses manajemen (*management process*). Proses bisnis utama yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka menciptakan produk dan nilai perusahaan bagi pelanggan.

Di zaman globalisasi seperti ini, proses bisnis menjadi lebih mudah dilakukan dengan adanya internet. Seiring dengan perkembangan zaman menuju kehidupan yang serba digital, masyarakat dituntut untuk harus beradaptasi dengan teknologi salah satunya dalam bidang ekonomi jual beli.

Menurut Praditya (2019), bisnis *online* merupakan tempat terjadinya aktivitas perdangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan dalam hal ini jaringan internet. Chaffey (2009) juga menjelaskan bahwa bisnis *online* merupakan istilah sederhana yang mencakup proses pembelian dan penjualan produk bermodalkan alat komunikasi yang mampu mengakses jaringan internet. Sedangkan pengertian yang luas dari perdagangan *online* sering disebut dengan *e-business* atau bisnis elektronik yang mencakup aktivitas pelayanan kepada pelanggan, pemasaran dan promosi produk, kolaborasi dengan mitra bisnis, dan lain-lain.

Kegiatan atau transaksi jual beli *online* saat ini menjadi suatu layanan yang sangat digemari dan diminati oleh banyak orang. Menggunakan media *marketplace* serta media sosial berbasis internet, dimana masyarakat dapat dengan mudah melakukan aktivitas jual beli dan berbisnis. Saat melakukan transaksi

secara *online*, pembeli atau pelaku konsumtif diberikan kesempatan untuk memilih pemasok yang diinginkan, hal ini dilakukan agar pembeli mendapatkan harga pasar yang sesuai. Dengan adanya transaksi jual beli secara *online* membuat kegiatan usaha menjadi lebih efisien karena tidak terdapat batasan jarak atau tempat untuk bertransaksi (Dewantara & Dr. Rizka, 2022).

2.3 Konsep Usaha *Top Up Mobile Games* di Media Sosial

Menurut Napitupulu (2021) kegiatan *top up* diartikan sebagai kegiatan pengisian saldo, yaitu proses memasukkan saldo mata uang asli dalam jumlah tertentu di satu tempat melalui *platform* tertentu. Transaksi dilakukan oleh pembeli dan penjual. Dalam hal ini pembeli akan mendapatkan barang yang dibeli dari penjual dan penjual akan mendapatkan uang dari pembeli. Transaksi dalam aktivitas *top up game mobile* terjadi pada beberapa tingkatan. Pertama, transaksi dapat dilakukan secara langsung melalui *game online*. Kedua, transaksi dilakukan melalui agen khusus yang banyak beredar di *marketplace* maupun media sosial yang memperjualbelikan stok persediaan milik pelaku usaha. Kemudian menurut Ekananda (2021) dalam penelitiannya, pemilik toko *top up item mobile games* sendiri ada yang menyebut dirinya sebagai penjual utama dan ada juga yang menyebut dirinya sebagai *reseller*. Penjual utama biasanya mendapatkan stok item *mobile games* langsung dari *supplier*. Sementara itu, *reseller* merupakan pihak yang ingin menjual kembali item *mobile games* yang sumbernya dari penjual utama dan umumnya jumlah stok item *mobile games* yang dijual relatif kecil. Kemudian Ekananda (2021) menemukan bahwa terdapat beberapa proses yang dijalankan oleh para pelaku usaha *top up mobile games* di media sosial yaitu

proses pembelian stok dari pemasok, pemasaran, penjualan melalui *online marketplace* atau pesan langsung ke kontak pemilik usaha, serta proses pengiriman ke pembeli.

2.4 Teori Moral Pajak

Menurut Troutman (1993, dikutip dalam Salman dan Farid (2008)), *Theory of moral reasoning* atau teori penalaran moral dapat digunakan untuk menjelaskan efek dari moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Teori ini menyatakan bahwa keputusan moral dapat dipengaruhi oleh sanksi pajak pada tingkat moral penalaran rendah, harapan teman sebaya (harapan keadilan) pada level moderat, dan isu keadilan (*fairness*) pada level moderat paling tinggi. Wajib Pajak yang lebih menggunakan prinsip moral dalam membuat pajak Keputusan pembayaran pajak akan lebih patuh dibandingkan dengan wajib pajak lainnya. Aspek moral dalam bidang perpajakan menyangkut dua hal, yaitu kewajiban perpajakan adalah kewajiban moral yang harus dipenuhi oleh setiap wajib pajak dan menyangkut kesadaran moral terkait dengan alokasi atau distribusi pendapatan pajak. Wajib Pajak yang memiliki kesadaran moral yang baik sebagai warga negara dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya berbeda dengan warga negara yang tidak memiliki kesadaran moral. Dengan demikian, diharapkan aspek-aspek moralitas wajib pajak akan meningkatkan kecenderungan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan hasil penelitian Hardika (2006), ia menemukan bukti empiris bahwa moral wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak dengan alasan moral relatif lebih patuh daripada wajib pajak orang

lain tanpa alasan moral. Dengan demikian beberapa bukti empiris sejalan dengan teori penalaran moral dalam menjelaskan pengaruh moral wajib pajak atas kepatuhan wajib pajak.

Moral pajak akan lebih akurat jika didefinisikan sebagai seperangkat motivasi yang mendasari kepatuhan pajak. Dengan mengidentifikasi peran moral pajak, otoritas pajak dapat memahami preferensi wajib pajak dan merancang kebijakan yang tepat. Luttmer & Singhall (2014) mengemukakan lima mekanisme yang menjadi faktor dalam memengaruhi moral pajak yang tidak bersifat eksklusif dan saling berinteraksi.

1. Motivasi intrinsik, yaitu kesadaran diri serta faktor dinamis yang dapat menambah atau mengurangi jumlah pajak yang diputuskan untuk dibayar oleh wajib pajak.
2. Timbal balik, yaitu faktor-faktor yang berhubungan dengan pembayaran pajak yang tergantung pada hubungan antara wajib pajak dengan negaranya.
3. Pengaruh teman sebaya dan lingkungan sosial, yaitu faktor yang berhubungan dengan pembayaran pajak yang bergantung pada pandangan atau perilaku orang lain.
4. Budaya jangka panjang yang dapat memengaruhi kemauan membayar pajak.
5. Ketidaktepatan informasi, misalnya, seseorang mungkin tidak sepenuhnya memahami resiko yang akan diterima jika melakukan penghindaran pajak

2.5 Teori Kepatuhan Pajak

Penerapan sistem *self-assessment* di Indonesia menimbulkan tanggung jawab tanggung jawab dan kewajiban yang dipikul oleh wajib pajak tidak hanya membayar pajak, tetapi juga menghitung, menyetor, dan melaporkan sendiri perpajakan. Pemerintah memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk mengurus kepentingan secara mandiri, sedangkan petugas pajak bertindak sebagai pengawas. Oleh karena itu, salah satu faktor terpenting dalam penerimaan pajak dan kewajiban pajak adalah kepatuhan pajak. Dengan kata lain, yang merupakan kunci utama keberhasilan sistem perpajakan adalah kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya (Safitri, 2021).

Menurut Gunadi (2010) wajib pajak memiliki kewajiban untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan aturan yang berlaku tanpa perlu dipegang pemeriksaan, penyelidikan menyeluruh, peringatan atau ancaman dan penerapan sanksi, baik atau administrasi. Menurut Rahayu (2017) Kepatuhan perpajakan sebagai suatu kondisi di mana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakan. Menurut Widodo (2010, dikutip dalam (Ariesta & Latifah, 2017) Kepatuhan wajib pajak dapat dipelajari dengan melihat bagaimana seorang individu membuat keputusan di antara pilihan melaksanakan kewajibannya dalam melaksanakan pajak atau benar-benar melakukan penghindaran pajak.

2.6 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Putri & Jati (2013) terdapat beberapa faktor umum yang memengaruhi perilaku wajib pajak terhadap kepatuhan akan peraturan perpajakan yang berlaku, diantaranya:

1. Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak dapat dilihat dari kesungguhan dan keinginan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dan pemahaman tentang pajak dapat mendorong wajib pajak untuk membayar pajaknya secara sukarela.

2. Kewajiban Moral

Kewajiban moral adalah usaha lain yang digunakan untuk meningkatkan kepatuhan pajak yang berhubungan dengan etika atau moral wajib pajak dimana wajib pajak akan memiliki perasaan bersalah dan akan selalu berusaha memenuhi kewajibannya untuk membayar pajak.

3. Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dimana terdapat keputusan dan rasa senang dari pelayanan yang diberikan fiskus sehingga wajib pajak mau membayar pajak secara sukarela.

4. Sanksi Perpajakan

Untuk mencegah ketidakpatuhan wajib pajak dalam membayar pajak adalah dengan adanya sanksi yang tegas, dimana sanksi yang tegas akan memicu wajib pajak dalam membayar pajak.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sinaga (2020) terdapat beberapa faktor tambahan yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak, yaitu.

1. Pengaruh Lingkungan

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa niat pada akhirnya akan menentukan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Jika dikaitkan dengan kepatuhan pajak, maka lingkungan yang baik akan dapat mendukung niat seseorang untuk patuh terhadap pembayaran pajak yang merupakan kewajiban baginya. Seseorang akan taat membayar pajak tepat pada waktunya, jika lewat pengamatan dan pengalaman langsungnya, hasil pungutan pajak itu telah memberikan kontribusi nyata pada pembangunan di wilayahnya (Jotopurnomo & Mangoting, 2013). Terkait dengan pengaruh lingkungan Kawengian, dkk (2017) menambahkan bahwa, Tingkat kepatuhan wajib pajak juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial, karena lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang berasal dari luar wajib pajak. Lingkungan sosial adalah sesuatu yang ada di sekitar wajib pajak yang mempunyai arti atau pengaruh tertentu terhadap wajib pajak yang dapat memberikan dorongan kepada wajib pajak dalam melaksanakan perpajakan dengan benar atau tidak.

2. Pengaruh Pengetahuan

Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa sikap, niat dan perilaku saling terkait. Individu akan melakukan sesuatu sesuai dengan sikap yang diambil terhadap sesuatu perilaku. Sikap terhadap apa yang dianggap positif adalah perilakunya nanti individu akan memilih untuk berperilaku dalam kehidupan mereka. Demikian juga untuk pemenuhan pajak. Sikap individu dalam

memahami perpajakan nantinya akan memengaruhi kepatuhan mereka dalam membayar pajak.

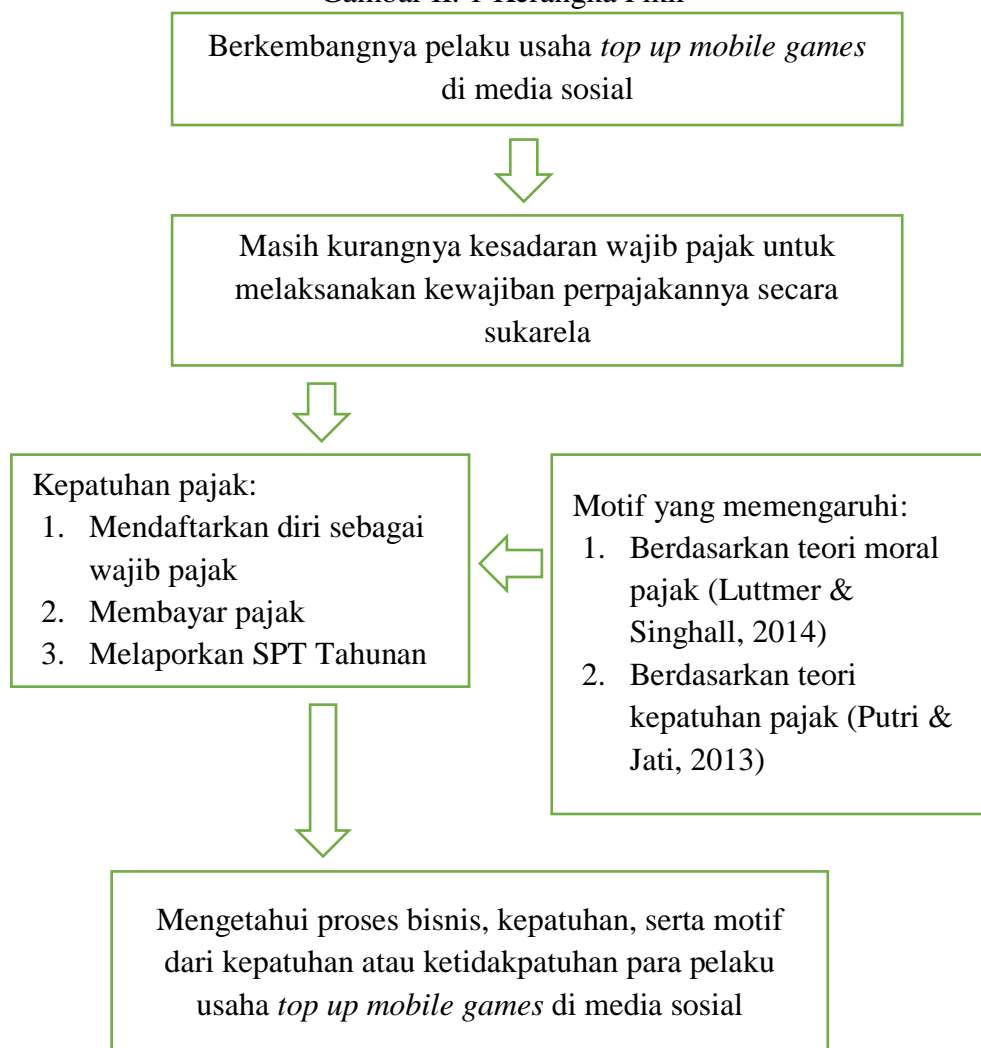
Pengetahuan perpajakan Wajib Pajak diperoleh melalui seminar perpajakan, penyuluhan, serta penyebaran informasi di berbagai media yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Pengetahuan dan pemahaman wajib pajak tentang perpajakan berkaitan dengan persepsi wajib pajak dalam menentukannya (*perception of behavioral control*) dalam kepatuhan membayar pajaknya (Wardan & Wati, 2018) .

Pemahaman Wajib Pajak terhadap peraturan perpajakan merupakan salah satu cara untuk wajib pajak dalam memahami peraturan perpajakan yang ada. Wajib Pajak yang tidak memahami peraturan perpajakan dengan jelas akan menjadi wajib pajak yang tidak patuh. Jelas bahwa wajib pajak yang lebih memahami peraturan perpajakan, akan lebih sadar dengan sanksi yang akan diterima apabila melalaikan kewajibannya (As'ari, 2018).

2.7 Kerangka Pikir

Kerangka pikir disusun agar pembaca lebih memahami alur dan inti dari pembahasan dalam karya tulis tugas akhir ini. Fokus studi karya tulis tugas akhir ini adalah proses bisnis serta kepatuhan kewajiban pajak para pelaku usaha *top up mobile games* di media sosial dengan pembahasan berupa proses bisnis, kepatuhan pajak, dan motif terkait kepatuhan tersebut.

Gambar II. 1 Kerangka Pikir



Berdasarkan kerangka pikir di atas, dapat dirangkum bahwa perkembangan usaha *top up mobile games* di media sosial berkaitan dengan kenyataan bahwa belum semua orang patuh terhadap kewajiban pajaknya. Fenomena inilah yang ditinjau oleh penulis dalam bentuk proses bisnis, kepatuhan pajak, serta motif atas kepatuhan tersebut.