

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori / Konsep

2.1.1 *Affiliate Marketing*

Saat ini, kata *affiliate marketing* tidak asing lagi terdengar di telinga kita. *Affiliate marketing* telah menjadi salah satu metode bisnis atau pemasaran yang digunakan oleh sebagian perusahaan, terutama yang berfokus pada kegiatan jual-beli. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), afiliasi diartikan menjadi dua pengertian yaitu ‘pertalian sebagai anggota atau cabang’ dan ‘perhubungan’. Jefferly (2014) mengartikan *affiliate marketing* sebagai pemasaran afiliasi. Pemasaran afiliasi sendiri didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan dengan memasarkan produk orang lain. Kemudian, atas penjualan yang berhasil dilakukan terhadap produk tadi, maka akan didapatkan komisi dari si pemilik produk. Dilansir dari Kompasiana (2021), terdapat beberapa metode pembayaran *affiliate marketing*, diantaranya :

a. *Cost per click*

Dalam metode ini, jumlah akhir yang dibayarkan kepada pengguna untuk satu klik. Pengguna akan dibayar untuk semua klik yang dihasilkan pada tautan yang telah dibagikan kepada audiens.

b. *Pay per lead*

Dalam metode ini, pengguna akan dibayar untuk setiap prospek yang dihasilkan dengan model pengukuran dan penetapan harga iklan *online* yang merujuk pada tindakan tertentu. Contohnya penjualan, klik, dan lain sebagainya.

c. *Pay per sale*

Metode ini merupakan metode paling umum yang digunakan oleh berbagai perusahaan. Dalam metode ini, sistem yang digunakan sudah adanya penetapan harga iklan *online* dimana pengguna akan dibayar berdasarkan jumlah penjualan yang dihasilkan langsung atas iklan atau promosi yang diberikan.

2.1.2 Proses Bisnis

Dalam melakukan pembahasan mengenai bisnis, tentu tidak asing terdengar kata proses bisnis. Proses bisnis merupakan gabungan dari dua kata, yakni kata ‘proses’ dan kata ‘bisnis’. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata ‘proses’ sendiri memiliki dua pengertian yaitu “runtunan perubahan (peristiwa) dalam perkembangan sesuatu” dan “rangkaian tindakan, pembuatan, atau pengolahan yang menghasilkan produk”. Selanjutnya, juga didefinisikan pula kata ‘bisnis’ berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu “usaha komersial dalam dunia perdagangan”. Weske (2007) mendefinisikan bahwa proses bisnis adalah serangkaian instrumen untuk mengorganisir suatu kegiatan dan untuk meningkatkan pemahaman atas keterkaitan suatu kegiatan.

2.1.3 E-commerce

Saat ini sudah banyak model bisnis yang berorientasi pada teknologi digital. Salah satunya pemanfaatan situs *e-commerce* untuk transaksi perdagangan secara elektronik. Menurut Kotler & Armstrong (2012), *e-commerce* adalah saluran *online* yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan. Jika melihat pada konsep mengenai *e-commerce*, terdapat empat kelompok *e-commerce* berdasarkan sifat transaksinya yaitu (Pradana, 2015):

1. B2B (*Business To Business*)

Pada kelompok ini, transaksi terjadi antara perusahaan, dimana perusahaan sebagai pelaku bisnis.

2. B2C (*Business To Consumer*).

Dalam model ini, transaksi terjadi secara langsung, dimana perusahaan mempunyai peran sebagai pedagang dan individu sebagai pembeli.

3. C2C (*Consumer To Consumer*).

Pada kelompok ini, transaksi terjadi antara penjual dan pembeli dimana keduanya merupakan individu.

4. C2B (*Consumer To Business*).

Pada model ini, transaksi terjadi antara pelaku individu dengan perusahaan.

Model *e-commerce* berupa *marketplace* dapat dilihat pada situs tokopedia, bukalapak, shopee, lazada, traveloka, dan lain-lain.

2.1.4 Media Sosial

Saat ini media sosial sudah tidak terdengar asing di telinga kita. Di media sosial, para penggunanya bisa berbagi, berpartisipasi, berkomunikasi, dan menciptakan sesuatu. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*. Menurut Kaplan dan Haenlein terdapat enam jenis media sosial, diantaranya proyek kolaborasi, *blog* dan *microblogs*, komunitas konten, situs jaringan sosial, *virtual game*, dan *virtual social*.

2.1.5 Content Creator

Seiring dengan meningkatnya perkembangan media sosial yang semakin meluas di berbagai kalangan, terdapat istilah yang sering disebut-sebut sebagai *content creator* atau yang terkadang dikenal dengan *influencer*. Sundawa dan Trigartanti (2018) menyatakan bahwa *content creator* adalah kegiatan menyebarkan informasi yang ditransformasikan ke dalam sebuah gambar, video dan tulisan atau disebut sebagai sebuah konten, yang kemudian konten tersebut disebarkan melalui platform dan salah satunya adalah media sosial instagram. *Content creator* berpengaruh dalam dunia advertising atau marketing karena akan memberikan sesuatu yang kreatif dan berbeda yang dapat membantu perusahaan yang membutuhkan jasa periklanan atau membantu perusahaan dalam

memasarkan produknya. Saat ini sudah banyak orang yang menjadikan *content creator* sebagai pekerjaan utama, dimana mereka juga akan menawarkan jasa.

2.1.6 Sistem Pemungutan Pajak di Indonesia

Di Negara Indonesia terdapat tiga sistem pemungutan pajak yang telah diatur dalam ketentuan KUP (Ketentuan Umum Perpajakan), diantaranya :

a. *Official Assessment System*

Dalam sistem ini, aparat perpajakan diberi kewenangan penuh untuk menentukan besarnya pajak terutang dalam setiap tahun pajak, tentunya tetap berdasarkan peraturan perpajakan yang berlaku. Sistem ini biasanya akan diberlakukan kepada wajib pajak pasif, dimana wajib pajak ini tidak memedulikan kewajibannya membayar pajak.

b. *Self Assessment System*

Dalam sistem ini, wajib pajak diberikan kepercayaan terkait kewajiban perpajakannya, yaitu menentukan sendiri besarnya pajak terutang setiap tahun pajak. Sehingga, wajib pajak mempunyai kegiatan dan bertanggung jawab atas kegiatan seperti menghitung pajak terutang, membayar jumlah pajak terutang, melaporkan jumlah pajak yang terutang baik pajak masa maupun pajak tahunan, serta mempertanggungjawabkan semua kegiatan yang sudah dikerjakan.

c. *Withholding System*

Dalam sistem ini, kewajiban perpajakan wajib pajak diperbolehkan pengurusannya oleh pihak ketiga. Misalnya, dalam menghitung, menentukan besarnya pajak, serta melaporkan pajak diurus oleh konsultan pajak. Pelimpahan

wewenang pada pihak ketiga ini tentunya harus berdasarkan undang-undang KUP yang berlaku.

2.1.7 Pajak Penghasilan

Pajak penghasilan merupakan salah satu pajak yang ada hampir di setiap negara. Dalam salah satu teorinya, Schanz mengemukakan tiga poin penting mengenai pajak penghasilan (Holmes, 2001): (i) seluruh penghasilan yang diterima atau diperoleh oleh suatu pihak harus dikenai pajak tanpa memandang dari mana sumber penghasilan tersebut, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri, (ii) semua penghasilan diperlakukan sama terlepas dari jenis dan sumbernya, yaitu apakah penghasilan tersebut dari usaha, pekerjaan, modal, maupun penghasilan lainnya, dan (iii) pemungutan pajaknya sama untuk semua penghasilan terlepas apakah penghasilan tersebut untuk konsumsi ataupun untuk ditabung. Sedangkan berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang PPh, pajak penghasilan didefinisikan sebagai pajak yang dikenakan terhadap Subjek Pajak atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam suatu tahun pajak.

Selanjutnya, Pasal 2 Undang-Undang PPh menjelaskan lebih lanjut mengenai Subjek Pajak. Pihak yang dapat menjadi Subjek Pajak adalah Orang Pribadi, Warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak, Badan, dan Bentuk Usaha Tetap (BUT). Subjek Pajak sendiri masih dapat dibedakan menjadi dua yaitu Subjek Pajak Dalam Negeri (SPDN) dan Subjek Pajak Luar Negeri (SPLN).

Selanjutnya, dijelaskan lebih lanjut pada Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang PPh menyebutkan “Yang menjadi objek pajak adalah penghasilan, yaitu setiap

tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun.” Terlebih dari pengertian penghasilan sendiri tidak memperhatikan adanya penghasilan dari sumber tertentu tetapi dari adanya tambahan kemampuan ekonomis. Penghasilan dapat berasal dari pekerjaan dalam hubungan kerja dan pekerjaan bebas, penghasilan dari usaha, penghasilan dari modal maupun penghasilan lain-lain. Di dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan, terdapat tiga kelompok penghasilan yaitu penghasilan yang merupakan objek pajak yang tidak dikenai tarif final, penghasilan yang termasuk ke dalam objek pajak yang dikenai tarif final, dan penghasilan yang bukan merupakan objek pajak.

Jenis pajak penghasilan sendiri bisa dibedakan diantara dua sistem pemungutan pajak, yaitu *self assessment system* dan *withholding system*. Pajak Penghasilan yang termasuk ke dalam *self assesment system* adalah Pajak Penghasilan yang dikenai tarif progresif Pasal 17 UU PPh s.t.d.t.d UU Cipta Kerja dan PPh Final PP 23/2018. Sementara Pajak yang masuk kategori *withholding system* sering disebut sebagai Pajak Penghasilan Pemotongan dan Pemungutan (PPh PotPut). Pajak Penghasilan Pemotongan dan Pemungutan ini terbagi menjadi beberapa jenis sesuai dengan objek dan subjek pajaknya. Jenis-jenis PPh Pemotongan dan Pemungutan di antaranya adalah PPh Pasal 21, PPh Pasal 22, PPh Pasal 23, PPh Pasal 24, PPh Pasal 26, PPh Pasal 15, dan PPh Final Pasal 4 Ayat 2.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penulis menggunakan beberapa penelitian yang pernah dilakukan dan relevan sebagai acuan dalam penulisan karya tulis ini. Tabel perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis terdapat pada lampiran 1.