



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 1755-1770

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Yang Melakukan Usaha dengan Sistem E-Commerce

Indah Sinaga<sup>1✉</sup>, Siti Nuridah<sup>2</sup>, Sopian<sup>3</sup>, Sri Mulyani<sup>4</sup>, Fauzobihi<sup>5</sup>

Universitas Pertiwi

Email: [18110086@pertiwi.ac.id](mailto:18110086@pertiwi.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Pemahaman Peraturan pajak. Tarif pajak. Kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak yang melakukan usaha dengan system E-commerce di Jawa Barat tahun 2020. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan pembagian kuesioner. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala Likert. Hasil penelitian ini menunjukkan data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 26. maka peneliti menarik kesimpulan yaitu Pemahaman peraturan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, Tarif pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak, Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Secara simultan Pemahaman Peraturan pajak, tarif pajak, kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci: *Kepatuhan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Tarif Pajak, Pemahaman Peraturan Pajak.*

### Abstract

The purpose of this study is to determine the Effect of Understanding Tax Regulations. Tax rate. Taxpayer awareness of the compliance of taxpayers doing business with the E-commerce system in West Java in 2020. The type of data used in this study is quantitative data obtained from questionnaires that are shared and relate to the problem under study. Data collection is carried out by distribution of questionnaires. The research instrument used in this study used the Likert scale method. The results of this study show data using statistical calculations through the *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) application version 26. So the researcher drew conclusions, namely Understanding tax regulations has a positive effect on taxpayer compliance, tax rates have a negative effect on taxpayer compliance, Taxpayer awareness has a positive effect on taxpayer compliance. Simultaneously Understanding Tax regulations, tax rates, taxpayer awareness affect taxpayer compliance.

Keywords: *Taxpayer Compliance, Taxpayer Awareness, Tax Rates, Understanding Tax Regulations.*

### PENDAHULUAN

Bisnis *e-commerce* di Indonesia telah memasuki tahapan baru. Kemajuan teknologi dalam perdagangan *e-commerce* meningkat pesat di iringi ekosistem yang menyertainya. Menjalankan usaha melalui media internet dipercaya akan membuat lebih mudah dan mengeluarkan biaya yang lebih sedikit dibandingkan usaha secara konvensional. Maka dari alasan-alasan tersebut usaha *e-commerce* di Indonesia banyak di bicarakan dan ramai dilakukan mulai dari menjual barang hingga jasa. Seiring kemajuan zaman yang terus mengalami peningkatan, teknologi informasi bergerak begitu cepat dan signifikan yang mengalihkan kegiatan di dunia nyata ke dalam dunia internet, salah satunya dalam kegiatan ekonomi. Adapun contohnya dalam kegiatan ekonomi antara lain; Pertama, gojek dan grab yang dimanfaatkan untuk kegiatan transportasi. Kedua, ovo, dana, gopay, iSaku dalam dompet digital (*E-Wallet*) dimanfaatkan untuk kegiatan bertransaksi. Ketiga, bukalapak, lazada, shopee, tokopedia dan lainnya dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan berbelanja online.

Pada tahun 2019, Sri Mulyani selaku Menteri Keuangan se usai jumpa pers di Aceh, memberikan pernyataan bahwa Kementrian Keuangan sudah menyelesaikan pembahasan antara kementrian/lembaga, namun formulasi terakhir tinggal menunggu keputusan dari PMK. Lebih lanjut lagi, pernyataan tersebut di lontarkan berdasarkan saran-saran dan masukan yang diberikan oleh pelaku *e-Commerce* dan juga pedagang konvensional. Menurut Sri Mulyani, prinsip dari masukan yang diterima akan dilakukan *even-handed*. Pajak yang berlaku di *e-*

*Commerce* dengan konvensional sama, terutama karena berhubungan dengan PPN (Pajak Pertambahan Nilai). Menteri Keuangan merilis peraturan dalam PMK-210 mengenai tata cara dan prosedur pemajakan yang dimaksudkan untuk memberikan kemudahan administrasi dan mendorong kepatuhan perpajakan para pelaku *e-commerce*. Bagi wajib pajak yang melakukan transaksi secara *e-commerce* tertuang peraturan yang harus dipenuhi diantaranya adalah Wajib Pajak memberitahukan Nomor Pokok Wajib Pajak kepada penyedia *platform marketplace*, bila belum memiliki NPWP dapat segera mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP atau memberitahukan NIK kepada penyedia *platform marketplace*, melaksanakan kewajiban PPh sesuai dengan ketentuan yang berlaku seperti pajak final tarif 0,5% dari omzet dalam hal ini omzet tidak melebihi Rp. 4,8 miliar dalam setahun, dan dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak dalam hal omzet melebihi Rp. 4,8 Miliar dalam setahun.

Pemerintah sudah memberlakukan tarif Pajak Penghasilan (PPh) untuk Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), yang sebelumnya 1 persen menjadi 0,5 persen agar mendorong daya saing dengan produk-produk impor di era serba digital seperti saat ini. Metode pengenaan pajaknya tergantung dari kriteria dan klasifikasi dari usaha wajib pajak tersebut seperti yang sudah diatur dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008. Pengaturan pajak yang dikenakan juga disebut tidak akan jauh berbeda dengan transaksi yang berlaku pada jual beli secara konvensional. Mengenai mekanismenya, sementara ini akan dilakukan pengkajian ulang untuk menggunakan KUP (Ketentuan Umum Perpajakan), untuk menentukan siapa yang memungut, dan melaporkan (Nyoman et al., 2019).

Kepatuhan wajib pajak ialah suatu kondisi dimana wajib pajak telah memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakan. Kepatuhan ini dapat diidentifikasi melalui penyeteroran kembali SPT yang menjadi kewajiban wajib pajak dan kepatuhan dalam menghitung tunggakan pajak yang wajib juga dibayarkan (Hasanudin et al., 2020). Penelitian mengenai kepatuhan wajib pajak sudah banyak dilakukan sebelumnya diantaranya oleh Wicaksana et al (2023), Isnaeni et al (2023), Nuridah dan Megawati (2022). Namun dalam penelitian ini terdapat kebaruan penelitian yaitu melihat kepatuhan wajib pajak yang melakukan usaha dengan e-commerce.

Pemerintah juga wajib meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai sistem dan peraturan perpajakan yang berlaku, terlebih lagi mengenai bagaimana cara menjalankan kewajiban perpajakan agar sesuai dengan peraturan yang diatur dalam undang-undang yang berlaku. Salah satu faktor mengapa masyarakat tidak patuh adalah kurangnya pengetahuan dan wawasan masyarakat yang menyebabkan mereka tidak memahami bagaimana cara melaksanakan kewajiban perpajakan dan pada akhirnya tidak melaksanakan kewajiban tersebut

(Valentino & Wairocana, 2019) . Direktorat Jendral Pajak sudah melakukan upaya sosialisasi mengenai peraturan PMK-210 kepada pelaku usaha *e-commerce*, termasuk penyedia *platform marketplace* dan wajib pajak pengguna layanan *e-commerce*. Hal ini memiliki tujuan agar wajib pajak maupun penyedia *marketplace* dapat memahami tujuan dari pemerintah untuk mengembangkan usaha pada bidang *e-commerce* agar mengalami peningkatan dan dapat memajukan perekonomian negara. Semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak, maka akan semakin meningkat pula keberhasilan pemerintah dalam hal penerimaan pajak. Kepatuhan wajib pajak menjadi faktor penting mengingat sistem perpajakan Indonesia menganut *self asesment system*. Dalam prosesnya secara murni memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar serta melapor kewajibannya sendiri. Namun agar tata cara pemungutan dengan *self asesment system* dapat berjalan dengan baik jika masyarakat mempunyai pengetahuan dan disiplin pajak yang tinggi (Indriyani & Jayanto, 2020).

Kehadiran *e-commerce* membuat transaksi jual-beli produk semakin mudah sekaligus menciptakan peluang ekonomi baru di tengah pandemi Covid-19. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat 2,36 juta usaha *e-commerce* yang tersebar di tanah air pada 2020. Dari jumlah tersebut, sebanyak 1,77 juta usaha (75,15%) berada di Pulau Jawa. Hal ini terjadi karena Pulau Jawa menjadi pusat perekonomian dan memiliki infrastruktur digital yang lebih memadai. Jawa Barat merupakan daerah dengan jumlah usaha *e-commerce* terbanyak di Indonesia. Setidaknya terdapat 473.283 usaha (20,05%) di provinsi tersebut. Disusul Jawa Timur yang memiliki usaha *e-commerce* sebanyak 467.996 usaha (19,82%).Berikutnya, jumlah usaha *e-commerce* di Jawa Tengah tercatat sebanyak 406.991 usaha (17,23%). Adapun, usaha *e-commerce* di DKI Jakarta dan Yogyakarta masing-masing sebanyak 218.582 usaha (9,25%) dan 147.781 usaha (6,26%).Sedangkan, provinsi dengan jumlah usaha *e-commerce* terendah berada di Papua Barat yakni hanya 1.685 usaha (0,07%). Provinsi terendah berikutnya adalah Maluku Utara dengan jumlah 1.817 usaha (0,08%).

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Faktor pertama adalah peraturan pajak *e-commerce*. Pada pemahaman peraturan perpajakan, semakin tinggi pemahaman wajib pajak, semakin baik wajib pajak dapat menentukan perilakunya dengan baik dan mengikuti peraturan perpajakan. Jika wajib pajak tidak mengetahui peraturan perpajakan dan proses perpajakan, wajib pajak tidak dapat menyelesaikan tanggapannya dengan benar. Hasil penelitian (Andreas & Savitri,2017) dan (Oktaviani et al., 2020) menyatakan bahwa pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce*. Namun, pada penelitian (Santana & Sem, P.S., 2020) menyatakan bahwa pemahaman peraturan perpajakan tidak

berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna e-commerce.

Faktor kedua adalah tarif pajak *e-commerce*. Tarif pajak *e-commerce* yang bervariasi bahkan ada yang sama namun beda kegunaannya masih sulit dipahami oleh wajib pajak. Diperlukan penyuluhan mengenai bagaimana cara menentukan tarif pajak dan juga besaran tarifnya. Penelitian Luh Putu (2019), menunjukkan hasil bahwa tarif pajak penghasilan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Adapun hasil penelitian tentang tarif pajak perpajakan yang beragam hasil pendapat, dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Mariani et al., (2020), dan (Zulma, G. W. M., 2020) menyebutkan bahwa tarif pajak pengguna *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun bertentangan dengan (Ningsih, 2019) yang menyatakan bahwa tarif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pada pengguna *e-commerce*.

Faktor ketiga kesadaran wajib pajak. Kesadaran wajib pajak merupakan suatu keadaan dimana wajib pajak memiliki keinginan untuk membayarkan pajak karena wajib pajak telah memahami, mengakui, menghargai, serta mentaati dari ketentuan perpajakan yang berlaku. Mengingat kembali sistem perpajakan yang diterapkan di Indonesia yaitu *self assesment system* terkait dengan pemungutan pajak untuk memberikan tanggung jawab yang besar kepada masing-masing wajib pajak untuk melakukan kewajibannya. Oleh karena itu, jika kesadaran wajib pajak tinggi, maka kepatuhan wajib pajaknya akan meningkat. Menurut penelitian (Sania & Yudianto, 2018) juga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan transaksi *e-commerce*. Sedangkan menurut (Faizin et al., 2017), menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, penulis berkeinginan untuk mengolahnya lebih lanjut dengan tujuan untuk menganalisis penerapan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam transaksi e-commerce di Indonesia dan juga hambatan-hambatan apa yang terjadi dalam melakukan penerapan peraturan pajak e-commerce, dalam skripsi yang berjudul : PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, TARIF PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK YANG MELAKUKAN USAHA DENGAN SISTEM E-COMMERCE yang berada di Jawa Barat tahun 2020.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang memusatkan pada pengujian kebenaran hipotesis. Data yang digunakan bersifat terukur dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi.

Penelitian ini akan menjelaskan Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak , Tarif Pajak.dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak yang melakukan usaha dengan system E-commerce. Menurut Sugiyono (2019:16) menjelaskan bahwa metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berdasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang menggunakan layanan *e-commerce* yang aktif melakukan usahanya di wilayah Jawa Barat per tahun 2020 yaitu sebanyak 473.283. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Identitas responden dalam penelitian ini terkait jenis kelamin, kepemilikan NPWP, dan lama menjalankan usaha.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov Sig. > 0,05 menunjukkan data berdistribusi secara normal.
- Jika nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov Sig. < 0,05 menunjukkan data tidak berdistribusi secara normal.

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstand dized Residu
N		100
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	.0578212

Most Differences	Extrem	Absolute Positive	.094
		Negative	.077
			-.094
Test Statistic			.094
Asymp. Sig. (2-tailed)			.089 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Sumber: *Output SPSS 26, 2023*

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas terhadap 100 data menunjukkan bahwa besarnya nilai asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,089. Nilai tersebut lebih dari nilai signifikansi 0,05 yang mengindikasikan bahwa data residual dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

#### Uji Multikolinearitas

Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya. Uji multikolinearitas pada suatu model dapat diketahui dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance* dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka model regresi tidak terjadi multikolonieritas
- Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan nilai VIF > 10, maka model regresi terjadi multikolonieritas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
PemahamanPeraturan Pajak	.764	1.30
Tarif Pajak	.419	2.38
Kesadaran Wajib Pajak	.907	1.10
a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak		

Sumber: *Output SPSS 26, 2023*

Menunjukkan bahwa data penelitian yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tidak terdapat korelasi di antara variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini sehingga model regresi dapat dikatakan baik. Tidak adanya gejala multikolinearitas tersebut dapat dilihat dari semua variabel independen yang memiliki nilai

*tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10.

### Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik yaitu jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau tidak terjadi heterokedastisitas. Pada penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas yaitu menggunakan uji glejser dengan meregresi masing-masing variabel dependen dengan absolute residual sebagai variabel independen. Adapun indikator yang menjadi dasar dalam uji ini yaitu:

- a. Jika nilai signifikan (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas
- b. Jika nilai signifikan (Sig.) < 0,05, maka terjadi gejala heterokedastisitas

Tabel 3. Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.160	.063		2.609	.011
Pemahaman Peraturan Pajak	-.066	.045	-.193	-1.485	.142
Tarif Pajak	-.001	.006	-.025	-.144	.886
Kesadaran Wajib Pajak	-.003	.009	-.038	-.315	.754

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: *Output SPSS 26, 2023*

Berdasarkan data hasil uji glejser pada tabel 7 menunjukkan bahwa dalam analisis regresi tidak terdapat gejala heterokedastisitas. Hal tersebut dikarenakan tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai ABS\_RES, yang mana nilai signifikansinya lebih dari 0,05.

### Analisis Hipotesis

#### Hasil Uji Regesi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian untuk memprediksi hubungan antara beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda bertujuan untuk membuktikan sejauh mana pengaruh

pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.081	.099		.810	.421
PemahamanPeraturan Pajak	.215	.070	.360	3.06	.003
Tarif Pajak	-.021	.009	-.38	-2.455	.017
Kesadaran Wajib Pajak	.033	.014	.24	2.30	.024

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: *Output SPSS 26, 2023*

Pada tabel diatas dapat dirumuskan bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + 0,215X_1 - 0,021X_2 + 0,033X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Koefisien  $\beta_1 = 0,215$  dan bertanda positif, artinya jika pemahaman peraturan pajak meningkat 1% maka akan diikuti peningkatan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,215.
2. Koefisien  $\beta_2 = -0,021$  dan bertanda negatif, artinya jika tarif pajak meningkat 1% maka akan diikuti penurunan kepatuhan wajib pajak sebesar -0,021.
3. Koefisien  $\beta_5 = 0,033$  dan bertanda positif, artinya jika kesadaran wajib pajak meningkat 1% maka akan diikuti peningkatan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,033.

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) berguna untuk mengukur kemampuan variabel-variabel dalam model penelitian dalam menjelaskan variabel dependen. Variabel kepatuhan wajib pajak dalam penelitian ini dijelaskan oleh variabel pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, dan kesadaran wajib pajak. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel 11

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of Estimate
1	.512	.262	.199	.060248
a. Predictors: (Constant), Kesadaran Wajib Pajak, Tarif Pajak, Pemahaman Peraturan Pajak				
b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak				

Sumber: *Output* SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,199. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebesar 19,9% variasi dari variabel kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan oleh variabel independen pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, dan kesadaran wajib pajak. Sedangkan sisanya sebesar 80,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Hasil Uji F

Uji pengaruh simultan atau yang sering disebut dengan uji F berguna untuk menguji besarnya pengaruh semua variabel independen secara simultan atau serentak terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan *alpha* (0,05) atau *F-value*. Nilai F pada tabel uji F dibandingkan dengan *F* tabel. Rumus *F* tabel yaitu  $(k-1, n-k)$ , *k* merupakan jumlah dari variabel bebas dan *n* merupakan jumlah sampel.

Tabel 6. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.090	6	.015	4.139	.001
Residual	.255	70	.004		
Total	.344	76			
a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak					
b. Predictors: (Constant), Kesadaran Wajib Pajak, Tarif Pajak, Pemahaman Peraturan Pajak					

Sumber: *Output* SPSS 26, 2023

Tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi (Uji F) sebesar 0,001 yang mana kurang dari alpha (0,05). Nilai Fhitung sebesar 4,139 dibandingkan dengan Ftabel yaitu 2,34, diperoleh hasil bahwa Fhitung > Ftabel. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, dan kesadaran wajib pajak secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak.

#### Hasil Uji T

Uji signifikansi parameter individual atau uji statistik t berguna untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan derajat kepercayaan. Uji ini juga membandingkan nilai t-statistik dengan t-tabel. Nilai t-tabel ditentukan dengan rumus  $n - k$ , dimana n merupakan banyaknya unit analisis dan k merupakan banyaknya variabel. Hasil dari uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel diatas yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pemahaman peraturan pajak memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,360 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 dan t-hitung 3,064. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemahaman peraturan pajak memiliki nilai positif dan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 dan t-hitung > t-tabel ( $3,064 > 1,667$ ). Oleh karena itu dapat disimpulkan, hipotesis 1 yang menunjukkan bahwa pemahaman peraturan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak diterima.
- 2) Tarif pajak memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,389 dengan nilai signifikansi sebesar 0,017 dan t-hitung -2,455. Hal tersebut menunjukkan bahwa tarif pajak memiliki nilai negatif dan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 dan t-hitung < t-tabel ( $-2,455 < 1,667$ ). Oleh karena itu dapat disimpulkan, hipotesis 2 yang menunjukkan bahwa tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak ditolak.
- 3) Kesadaran wajib pajak memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,248 dengan nilai signifikansi sebesar 0,024 dan t-hitung 2,302. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak memiliki nilai positif dan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 dan t-hitung > t-tabel ( $2,302 > 1,66724$ ). Oleh karena itu dapat disimpulkan, hipotesis 3 yang menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak diterima.

## Pembahasan

### Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil menyatakan bahwa pemahaman peraturan pajak memiliki dampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku e-commerce dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka. Peningkatan pengetahuan seseorang tentang pajak berpotensi meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak.

### Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil menyatakan bahwa tarif pajak memiliki dampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku e-commerce dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka. Namun hasil penelitian membuktikan bahwa tarif pajak memiliki dampak negatif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut berarti semakin tinggi tarif pajak maka kepatuhan wajib pajak akan semakin rendah.

### Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil menyatakan bahwa tingkat kesadaran wajib pajak memiliki dampak positif dan signifikan terhadap tingkat kepatuhan pelaku e-commerce dalam menjalankan kewajiban perpajakan mereka, dan hal ini telah diterima sebagai fakta dalam penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa ketika seorang wajib pajak memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap tanggung jawab mereka dalam membayar pajak, maka kepatuhan wajib pajak tersebut cenderung meningkat.

## SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemahaman peraturan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman peraturan pajak maka kepatuhan wajib pajak juga semakin tinggi. Sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa pemahaman peraturan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak diterima.
2. Tarif pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tarif pajak maka kepatuhan wajib pajak akan semakin rendah. Sehingga hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak ditolak.
3. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran wajib pajak maka kepatuhan wajib pajak juga semakin tinggi. Sehingga hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak

berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak diterima.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arisandy, N. (2017). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Bisnis Online Di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 62-71.
- Fatmawati, D. (2020). Analisis Perbandingan Penerapan Pajak *E - Commerce* Dengan Konvensional Oleh: Yohanes Baptista Husada Stefanus Tegar Kurniawan Program Studi Akuntansi Universitas Tulungagung.1960301100006.
- Fitria, P. A., & Supriyono, E. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Persepsi Tarif Pajak, Dan Keadilan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Transaksi *E-Commerce*. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 1(1), 47-54.  
<https://doi.org/10.35829/econbank.v1i1T7>
- Fitriandi, P. (2020). Pemajakan Atas Transaksi Melalui Online *Marketplace*. *Jurnal Pajak Indonesia*, 4(1), 14-20.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartini, S. (2018). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (*Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Karees*). X(1), 21-39.
- Hasanudin, A. I., Ramdhani, D., & Giyantoro, M. D. B. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak Online Shopping Di Jakarta: Urgensi Antara *E-Commerce* Dan Jumlah Pajak Yang Disetor. *Tirtayasa Ekonomika*, 5(1), 65-85.
- Ho, D. (2018). A Study of Hongkong Tax Compliance Ethic. *International Business Research*, 2(4).
- Indriyani, P. D., & Jayanto, P. Y. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan WPOP Pelaku *E-Commerce* di Kota Semarang Pada Platform Online Marketplace Blibli.com. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 113-122.  
<https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7703>
- Isnaeni, A., Nuridah, S., & Sagitarius, E. (2023). Pengaruh Penerapan Aplikasi M-Pajak terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku UMKM di Tahun 2022-2023. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 6302-6308.
- Lazuardini, E. R., Susyanti, H. J., & Priyono, A. A. (2015). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Tarif Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Yang

- Menggunakan Transaksi *E-Commerce*. *E - Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 25-34.
- Leonardo, P., & Tjen, C. (2020). Penerapan Ketentuan Perpajakan Pada Transaksi *E-Commerce* Pada Platform *Marketplace*. *JPAK: Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 45-54. <https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.17248>
- Lianty, R. A. M., Hapsari, D. W., & Kurnia. (2017). Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak atas Transaksi *E-Commerce*. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer (JRAK)*, 9(2), 55-65.
- Marlina, M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi Mengenai Penggelapan Pajak pada KPP Pratama Lubuk Pakam. *Jurnal Pundi*, 2(2), 151-168. <https://doi.org/10.31575/jp.v2i2.82>
- Muliari, S. (2020). Pengaruh Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Pada Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 603. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.289>
- Ningsih, A. S. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Transaksi *E-Commerce*. *E-Jra*, 08(01), 82-91.
- Nugraheni, A. D., & Purwanto, A. (2015). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Wajib Pajak Orang Pribadi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4, 1-14.
- Nuridah, S. & Esther, M. (2022). Pengaruh Insentif Pajak PPh Final Atas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5303-5310.
- Nyoman, N., Paramitari, A., Ayu, I., Widiati, P., & Suryani, P. (2019). Analisis Yuridis Pemungutan Pajak Dalam Transaksi E - Commerce di Indonesia. 1(1), 114-119.
- Priambodo, P., & Yushita, A. N. (2017). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan transaksi bisnis online. *Jurnal Profita, Vol 5 No.5(2)*, 1-16.
- Rachman, A., & Ngadiman. (2020). Analisis Efektifitas Kebijakan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, serta Lingkungan Kegiatan Transaksi *E-Commerce*. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(Oktober), 1861-1868.
- Rosalinawati, E., & Syaiful, S. (2018). Analisis Pajak Penghasilan atas Transaksi *E-Commerce* di Kabupaten Gresik. *JlATAX (Journal of Islamic Accounting and Tax)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30587/jiatax.v1i1.443>

- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16240>
- Valentino, F., & Wairocana, I. G. N. (2019). Potensi Perpajakan Terhadap Transaksi *E- Commerce* Di Indonesia. 1-15.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku Usaha *E- Commerce* di Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358>
- Wicaksana, W. P., Tampubolon, F. R. S., & Nuridah, S. (2023). Pengaruh Sanksi Perpajakan dan Sistem SAMSAT Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Karawang. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 6285–6293.