



# Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pelaku E-Commerce di Shopee

Napisah\*, Khusnul Khuluqi

Prodi Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang

Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang Bar., Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

Email: <sup>1,\*</sup>dosen02500@unpam.ac.id, <sup>2</sup>dosen02631@unpam.ac.id

Email Penulis Korespondensi: dosen02500@unpam.ac.id.com

Submitted: 21/10/2022; Accepted: 29/11/2022; Published: 29/11/2022

**Abstrak**—Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, tarif pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada pelaku e-commerce di Shopee. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua kuesioner yang disebar melalui chat dalam platform Shopee. Data yang digunakan dikumpulkan berdasarkan metode voluntary sampling dan diperoleh sampel sebanyak 104 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku e-commerce Shopee, dan tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku e-commerce Shopee.

**Kata Kunci:** Sosialisasi Pajak; Pemahaman Pajak; Tarif Pajak; Sanksi Pajak; Kepatuhan Wajib Pajak

**Abstract**—The study aims to examine the effect of tax socialization, understanding of taxation, tax rates and tax sanctions on taxpayer compliance in e-commerce at Shopee. The population used in this study were all questionnaires distributed via chat on the Shopee platform. The data used were collected based on voluntary sampling method and obtained a sample of 104 respondents. The method used in this study is a quantitative method using SPSS. The result in this study reveal that the variables of taxation socialization, understanding of taxation, and tax sanctions have no effect on taxpayer compliance in e-commerce at Shopee and tax rates affect taxpayer compliance in e-commerce at Shopee.

**Keywords:** Tax Socialization; Understanding of Taxation; Tax Rates; Tax Sanctions; Taxpayer Compliance

## 1. PENDAHULUAN

Dengan adanya pandemi Covid-19 di Indonesia membuat bisnis e-commerce meningkat tajam dan mengubah pola konsumsi masyarakat ke sektor digital, salah satunya adalah berbelanja secara daring. Pertumbuhan e-commerce yang begitu cepat dapat memberikan peluang bagi perusahaan yang bergerak di bidang bisnis e-commerce. Peluang dapat dilihat oleh para pelaku usaha e-commerce sehingga dapat melakukan kerja sama dengan perusahaan penyedia jasa logistik untuk memberikan solusi permasalahan pengelolaan logistik e-commerce yang dapat dilihat dari aspek *quality*, *cost*, dan *time*.

Meskipun pendapatan disektor pajak lebih besar dibandingkan dari pendapatan di sektor lain, tetapi dalam penerimaan pajak UMKM e-commerce belum mencapai 100%. Ketidaktercapaian ini dikarenakan kurangnya sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak dan lemahnya sanksi perpajakan. Kepatuhan pajak pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) masih minim. Dari 60 juta unit UMKM di Indonesia, baru sekitar 2,5 persen atau sebanyak 1,5 juta wajib pajak yang melaporkan pajaknya (Republika.co.id).

Dari permasalahan tersebut Direktur Jenderal Pajak telah mengeluarkan beberapa surat edaran untuk menegaskan kewajiban pembayaran pajak penghasilan dari e-commerce, diantaranya Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor S-429/PJ.22/1998 tanggal 24 Desember 1998 Tentang Imbauan Kepada Wajib Pajak yang Melakukan Transaksi Melalui Electronic Commerce, Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi E-Commerce, dan Surat Edaran Nomor SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Transaksi E-Commerce. Namun sepertinya keberadaan dari surat edaran yang dimaksud tidak dapat memberikan implikasi hukum yang lebih kuat mengatur kepatuhan pelaku e-commerce.

Sosialisasi perpajakan adalah upaya Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya Wajib Pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat (Saragih, 2013). Kegiatan sosialisasi perpajakan dapat dilakukan melalui sosialisasi langsung dengan berinteraksi langsung dengan wajib pajak dan juga dapat melalui sosialisasi tidak langsung yaitu kegiatan sosialisasi perpajakan dengan tidak atau sedikit melakukan interaksi dengan wajib pajak (Herryanto & Toly, 2013).

Masalah yang harus dituntaskan dari sektor ini adalah kekurangpatuhan wajib pajak yang diakibatkan oleh rendahnya kemauan membayar pajak. Untuk pelaku usaha e-commerce kategori remaja, biasanya kesadaran serta pemahaman pajaknya masih rendah, sehingga mereka kurang memperhatikan aspek perpajakan dari transaksi online. Bagi mereka, menjual barang melalui media elektronik hanya pekerjaan sampingan tidak perlu dikenakan pajak (Puspawati, 2016). Untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak maka perlu adanya peningkatan pemahaman seorang wajib pajak terhadap peraturan perpajakan dan wajib pajak diharapkan dapat menyadari bahwa peran pajak sangat



penting dan digunakan untuk membiayai pengeluaran umum pemerintah untuk pencapaian tujuan pembangunan yang dapat memberikan kesejahteraan rakyat (Astina dan Setiawan, 2018).

Pada Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 30 Tahun 2020 tentang Penurunan Tarif Pajak Penghasilan Bagi Wajib Pajak Badan Dalam Negeri yang berbentuk Perseroan Terbatas, tarif PPh Badan diturunkan. Adanya penurunan tarif pajak yaitu tarif Pajak Penghasilan Badan yang semula 25%, menjadi 22% untuk tahun pajak 2020 dan 2021, lalu menjadi 20% pada tahun pajak 2022. Sedangkan untuk perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbuka (Go Public) dengan jumlah keseluruhan saham yang diperdagangkan di bursa efek di Indonesia paling sedikit 40%, dan memenuhi syarat tertentu, dapat memperoleh tarif 3% lebih rendah dari tarif umum PPh Badan. Jadi, tarif PPh wajib pajak Badan Go Public sebesar 19% untuk tahun pajak 2020 dan 2021, lalu 17% mulai tahun pajak 2022. Dengan adanya penurunan tarif, maka akan dilakukan penelitian untuk menguji pengaruh insentif pajak dan tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Mardiasmo (2011) mengemukakan bahwa sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti, ditaati, dan dipatuhi. Dengan sanksi tersebut diharapkan adanya kesadaran dari wajib pajak untuk meningkatkan kepatuhan perpajakannya. Sanksi pajak termasuk dalam penyebab eksternal karena adanya pengaruh persepsi wajib pajak dalam membuat penilaian mengenai perilaku kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Sanksi pajak merupakan hal yang diberikan oleh petugas pajak. Wajib pajak yang dikenakan sanksi pajak diharapkan untuk selanjutnya dapat lebih patuh dalam hal pemenuhan kewajiban perpajakannya. Indriyani & Jayanto (2020)

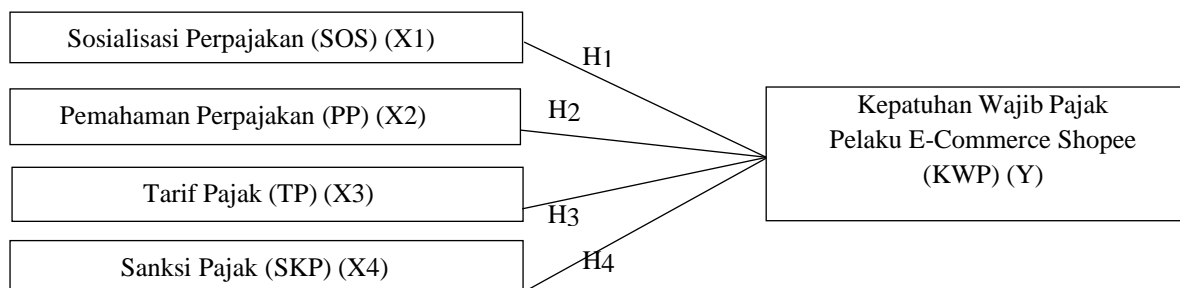
Teori atribusi mempelajari proses bagaimana seseorang menginterpretasikan suatu peristiwa dan mempelajari bagaimana seseorang menginterpretasikan alasan atau sebab perilakunya. Hedier (1958). Teori atribusi menyatakan bahwa bila individu-individu mengamati perilaku seseorang, mereka mencoba untuk menentukan apakah itu ditimbulkan secara internal atau eksternal. Alasan pemilihan teori ini adalah kepatuhan wajib pajak akan kewajiban perpajakan terkait dengan persepsi wajib pajak dalam membuat penilaian terhadap pajak itu sendiri. Persepsi seseorang untuk membuat penilaian mengenai sesuatu sangat dipengaruhi oleh kondisi internal maupun eksternal dari orang tersebut.

Theory of Reasoned Action (TRA) mengemukakan bahwa niat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua penentu dasar yakni perilaku yang berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan perilaku yang berhubungan norma subjektif (*subjective norm*) (Ajzen dan Fishbein, 1975). Theory of Planned Behavior ini relevan untuk menjelaskan perilaku kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban membayar pajak. Motivasi dari dalam diri wajib pajak dapat ditingkatkan dengan adanya kepercayaan pada aparat fiskus untuk menambah pemahaman serta kesadaran wajib pajak, dari sikap, norma subjektif, serta kontrol keperilakuan yang dipersepsikan. (Ajzen, 1991)

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Berdasarkan kajian literature diatas, maka kerangka berfikir dan hipotesis dalam penelitian ini adalah:



**Gambar 1.** Kerangka Berfikir

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki karakter dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan. (Sugiyono: 2014). Populasi dirumuskan sebagai semua anggota sekelompok orang kejadian atau obyek yang telah dirumuskan secara jelas. Atau kelompok lebih besar yang menjadi sasaran generalisasi (Furchan, 2005:193). Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, dimana peneliti tertarik untuk mempelajarinya menjadi obyek penelitian. Berdasarkan pengertian diatas maka populasi yang diambil adalah Pengusaha Online Shopping. Penentuan populasi ini, penulis menggunakan metode survei dengan memberikan kuesioner kepada pelaku e-commerce melalui chat. Pertama penulis memperkenalkan diri dan menyampaikan maksud menghubungi pemilik online shopping tersebut. Penulis juga menanyakan perihal kesediaan pemilik online shop untuk menjadi objek penelitian.

Sampel dapat diartikan sebagian atau wakil populasi. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel untuk penelitian menggunakan teknik Purposive Sampling. Pemilihan teknik pengambilan sampel ini diharapkan kriteria sampel yang



diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Memilih sampel berdasarkan purposive sampling dengan metode voluntary sampling dan diperoleh sampel sebanyak 104 responden. Metode voluntary sampling dipilih karena adanya kesulitan mendapatkan responden untuk dijadikan sampel penelitian. Dalam hal ini siapapun yang dipandang memiliki informasi atau data penelitian dan yang bersangkutan dengan sukarela mau menjadi narasumber, maka ia dapat dijadikan sampel penelitian (Wahyudin, 2015). Kuesioner ini diisi oleh narasumber dengan dipandang memiliki informasi atas data penelitian ini yaitu keseluruhan data responden yang mengisi kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini, menggunakan kuesioner online yaitu melalui google formulir. Penggunaan kuesioner online ini untuk mempermudah penyebaran ke objek penelitian yang berada di luar kota. Teknik perhitungan data dari kuesioner tersebut menggunakan skala likert. Lima poin dalam kategori penilaian skala likert antara lain Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, Setuju (S) dengan skor 4, Netral (N) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1. Definisi operasional variable dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Operasional Variabel

Variabel	Instrumen
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-Commerce	Kepatuhan dalam mendaftarkan diri ke kantor pajak Kepatuhan dalam menghitung pajak dengan benar Kepatuhan dalam membayar pajak dengan benar Kepatuhan dalam melaporkan pajak dengan benar <b>Afeni Maxuel &amp; Anita Primastiwi (2021)</b>
Sosialisasi Perpajakan	Penyuluhan Berdiskusi langsung dengan WP dan tokoh masyarakat Informasi langsung dari petugas (fiskus) ke WP Pemasangan billboard Website ditjen pajak <b>Pasca Rizki Dwi Ananda, Srikandi Kumadji dan Achamd Husaini</b>
Pemahaman Pajak	Pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan Pengetahuan mengenai sistem perpajakan dan Pengetahuan mengenai fungsi perpajakan <b>Putri Dwi Indriyani, Prabowo Yudo Jayanto (2020)</b>
Tarif Pajak	Menyesuaikan tarif pajak yang ditetapkan Pemberian pembebasan pembayaran pajak dan Perbaikan pelayanan pajak UMKM oleh pemerintah <b>Nur Machmudah, Ulinnuha Yudiansa Putra (2019)</b>
Sanksi Perpajakan	Sanksi pidana dikenakan bagi pelanggar aturan pajak yang cukup berat Sanksi pidana dikenakan bagi pelanggar aturan pajak yang sangat ringan Sanksi pajak harus dikenakan kepada pelanggarnya tanpa toleransi dan Pengenaan sanksi atas pelanggaran pajak dapat dinegosiasikan <b>Nur Machmudah, Ulinnuha Yudiansa Putra (2019)</b>

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai model penelitian. Analisis regresi linear ganda merupakan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel independen. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji variabel Kinerja auditor sebagai variabel-variabel independennya yaitu kompleksitas tugas, tekanan waktu dan struktur audit. Dalam penelitian ini model regresinya adalah sebagai berikut :

$$KP = \beta_0 + \beta_1SOS + \beta_2PM + \beta_2TP + \beta_3SP + \varepsilon \tag{1}$$

Keterangan:

KP = Kepatuhan Wajib Pajak

$\beta_0$  = Penduga bagi intersep

$\beta_1$ -  $\beta_3$  = Penduga bagi koefisien regresi

SP = Sosialisasi Perpajakan

PM = Pemahaman Perpajakan

TP = Tarif Pajak

SP = Sanksi Pajak

$\varepsilon$  = Error

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 104 responden. Karakteristik responden bisa dilihat di tabel 2.



**Tabel 2.** Karakteristik Responden

Karakteristik		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	51	49,0%
	Perempuan	53	51,0%
	Total	104	100,0%
Usia	< 25 tahun	16	15,4%
	25 s/d 35 Tahun	48	46,2%
	35 s/d 45 Tahun	29	27,9%
	> 45 tahun	11	10,6%
	Total	104	100,0%
Klasifikasi Usaha	Mikro : Pendapatan Maksimal 50juta	54	51,9%
	Usaha Kecil : Pendapatan >50juta s/d 500 juta	39	37,5%
	Menengah : Pendapatan >500juta s/d 10 M	11	10,6%
	Total	104	100,0%
Lama usaha	< 3 Tahun	34	32,7%
	3 Sampai 5 Tahun	36	34,6%
	> 5 Tahun	34	32,7%
	Total	104	100,0%

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan bahwa terdapat 104 responden, yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 51 orang dengan persentase 49,0% dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 53 dengan persentase 51,0%. responden berusia <25 tahun sebesar 16 orang dengan persentase 15,4%, responden 25-35 Tahun sebesar 48 orang dengan persentase 46,2%, responden yang berusia 35-45 tahun sebesar 29 orang dengan persentase 27,9% dan responden yang berusia lebih dari 45 tahun sebesar 11 orang dengan persentase 10,6%. Dalam karakteristik klasifikasi usaha berdasarkan omset pertahun dengan responden yang masuk kedalam jenis usaha Mikro sebesar 54 orang atau sebesar 51,9%, responden dengan jenis usaha kecil sebesar 39 orang dengan persentase 37,5%, responden dengan jenis usaha menengah sebesar 11 orang dengan persentase 10,6%. Karakteristik terakhir dalam penelitian ini adalah berapa lama usaha yang digeluti oleh para responden yaitu responden yang memiliki lama usaha < 3 tahun sebesar 34 orang atau 32,7%, responden yang memiliki lama usaha 3 sampai 5 tahun sebesar 36 orang atau 34,6% dan responden yang memiliki lama usaha > 5 tahun sebesar 34 orang atau 32,7%.

**3.2 Validitas dan Realibilitas**

Semua variabel dalam uji ini dikatakan valid dan reliabel karena dalam pengujian validitas  $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$  (0,1920) serta dalam pengujian reliabilitas nilai Alpha Croubach  $\geq 0,6$ . Dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.** Uji validitas dan reabilitas

Variabel	Validitas	Realibilitas Cronbach's alpha
Kepatuhan WP (Y)	Valid	0,951
Sosialisasi Perpajakan (X1)	Valid	0,829
Pemahaman Perpajakan (X2)	Valid	0,933
Tarif Pajak (X3)	Valid	0,943
Sanksi Pajak (X4)	Valid	0,829

**3.3 Asumsi Klasik**

**3.3.1 Uji Normalitas**

Dalam penelitian ini, uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji one sample kolmogrov-smirnov test, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 26 .0 for windows. Output uji normalitas ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Asymp. Sig > 0,05, maka data berdistribusi normal
2. Asymp. Sig < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal

**Tabel 4.** Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		104
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.82907851
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.080
Test Statistic		.102



<b>Unstandardized Residual</b>	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.010 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Berdasarkan Tabel 4 hasil Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai probabilitas tidak signifikan pada 0,05 (0,10 > 0,05) maka hipotesis nol diterima yang berarti data residual terdistribusi normal.

### 3.3.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya, yaitu variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai cut-off yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10. Berikut ini hasil output Uji Multikolinearitas:

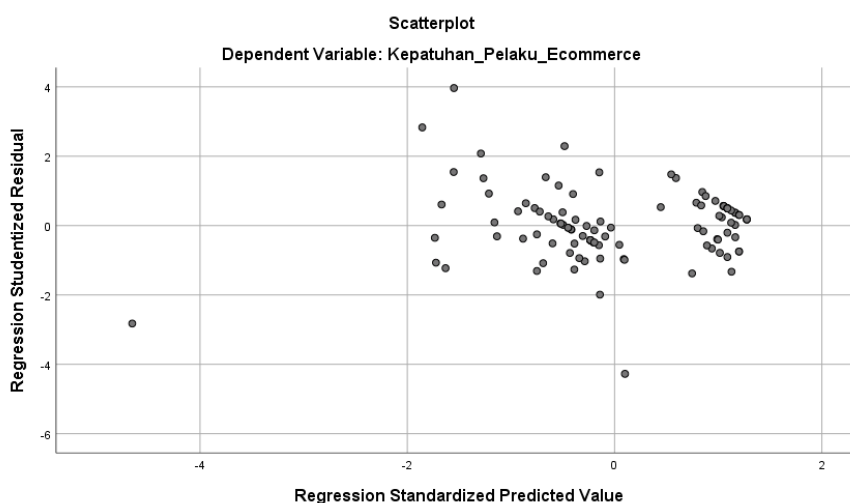
**Tabel 5.** Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Sosialisasi Perpajakan (X1)	.363	2.752
Pemahaman Perpajakan (X2)	.168	5.948
Tarif Pajak (X3)	.142	7.025
Sanksi Pajak (X4)	.274	3.648
a. Dependent Variable: Kepatuhan_Pelaku_Ecommerce		

Berdasarkan tabel 5 diatas nilai tolerance untuk semua variabel berada diatas 0,10, serta nilai VIF masing-masing variabel bebas jauh dari bawah nilai 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

### 3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Berikut disajikan data hasil uji heteroskedastisitas metode uji Scatter Plot dan juga menggunakan uji Glejser dengan menggunakan bantuan aplikasi program SPSS 26.0.



**Gambar 2.** Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heterokedastisitas. Ada beberapa metode pengajuan yang bisa digunakan diantaranya yaitu dengan melihat scatterplot. Jika dot menyebar tidak teratur maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### 3.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil output pengolahan data untuk model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:



**Tabel 6.** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	8.072	2.106		3.834	.000
Sosialisasi_Perpajakan	.184	.131	.118	1.402	.164
Pemahaman_Perpajakan	.253	.165	.190	1.536	.128
Tarif_Pajak	.515	.143	.485	3.602	.000
Sanksi_Pajak	.176	.142	.120	1.235	.220

a. Dependent Variable: Kepatuhan\_Pelaku\_Ecommerce

Berdasarkan hasil tabel diatas, maka dapat diperoleh data persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$KP = \beta_0 + \beta_1SOS + \beta_2PM + \beta_2TP + \beta_3SP + \varepsilon$$

$$KP = 8.072 + 0.184 + 0.253 + 0.515 + 0.176 + \varepsilon$$

Dari persamaan tersebut maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) Nilai konstanta (a) sebesar 8,072 artinya apabila variabel dalam penelitian ini sosialisasi perpajakan, pemahaman perpejakan, tarif pajak dan sanksi pajak bernilai 0, maka diperoleh kepatuhan wajib pajak (Y) sebesar 8,072.
2. Nilai koefisien regresi variabel sosialisasi perpajakan diperoleh sebesar 0,184 nilai X1 yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kepatuhan wajib pajak dengan sosialisasi perpajakan, yang artinya jika sosialisasi perpajakan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat sebesar 0,184 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel pemahaman perpajakan diperoleh sebesar 0,253 nilai X2 yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kepatuhan wajib pajak dengan sosialisasi perpajakan, yang artinya jika sosialisasi perpajakan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat sebesar 0,253 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap.
4. Nilai koefisien regresi variabel tarif pajak sebesar 0,515 nilai X3 yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kepatuhan wajib pajak dengan tarif pajak, yang artinya jika tarif pajak mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat sebesar 0,515 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap.
5. Nilai koefisien regresi variabel sanksi pajak sebesar 0,176 nilai X4 yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kepatuhan wajib pajak dengan sanksi pajak, yang artinya jika sanksi pajak mengalami kenaikan ssebesar 1 satuan maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat sebesar 0,176 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap.

### 3.5 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen. Dengan tingkat signisikasi pada penelitian ini yaitu 0.05. Dasar pengambilan keputusan pada uji parsial ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel.  
Jika nilai t hitung > nilai t tabel maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.  
Jika nilai t hitung < nilai t tabel maka variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
2. Berdasarkan nilai signifikansi pada output SPSS  
Jika nilai signifikan < 0.05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.  
Jika nilai signifikan > 0.05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen  
Berdasarkan Tabel 6 hasil uji pengaruh secara parsial dengan ttabel sebesar **1.65964**, pengujian variabel independen dengan variabel dependen adalah sebagai berikut:
  1. Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak  
Dari perhitungan analisis regresi linear berganda untuk variabel sosialisasi perpajakan, diperoleh nilai thitung sebesar 1,402 dengan nilai signifikansi sebesar 0,164. Karena thitung < ttabel (1.402 < 1.65964) dan nilai signifikansi > tingkat signifikan (0,164 < 0,05). maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
  2. Pengaruh pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak  
Dari perhitungan analisis regresi linear berganda untuk variabel pemahaman perpajakan, diperoleh nilai thitung sebesar 1,536 dengan nilai signifikansi sebesar 0,128. Karena thitung < ttabel (1.536 < 1.65964) dan nilai signifikansi > tingkat signifikan (0,128 < 0,05). maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
  3. Pengaruh tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak



Dari perhitungan analisis regresi linear untuk variabel tarif pajak, diperoleh nilai thitung sebesar 3,602 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena thitung > ttabel (3,602 > 1,65964) dan nilai signifikansi < tingkat signifikan (0,000 < 0,05). Maka kesimpulannya adalah tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

**4. Pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak**

Dari perhitungan analisis regresi linear untuk variabel sanksi pajak, diperoleh nilai thitung sebesar 1,235 dengan signifikansi sebesar 0,220. Karena thitung < ttabel (1,235 > 1,65964) dan nilai signifikansi > tingkat signifikan (0,220 > 0,05). Maka kesimpulannya adalah sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

**3.6 Uji Simultan (Uji F)**

Uji F atau koefisien regresi secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah bersama-sama variabel independen (Sosialiasi perpajakan, Tarif pajak dan Sanksi pajak) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Kepatuhan wajib pajak). Pengujian ini dilakukan dengan melihat Prob. F-statistic (F hitung). Apabila Prob. F-statistic (F hitung) lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila Prob. F-statistic (F hitung) lebih besar dari tingkat signifikan 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Berikut ini output uji simultan F:

**Tabel 7.** Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2396.842	4	599.210	71.959	.000 <sup>b</sup>
Residual	824.380	99	8.327		
Total	3221.221	103			

a. Dependent Variable: Kepatuhan\_Pelaku\_Ecommerce

b. Predictors: (Constant), Sanksi\_Pajak, Sosialisasi\_Perpajakan, Pemahaman\_Perpajakan, Tarif\_Pajak

Berdasarkan Tabel 7 hasil uji simultan dengan Ftabel sebesar 2,46 diperoleh nilai Fhitung sebesar 71,959 dan nilai Prob (F-Statistic) sebesar 0,000. Karena nilai Fhitung > Ftabel (71,959 > 2,46) dan nilai signifikansi < tingkat signifikan (0,000 < 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa sosialiasi perpajakan, pemahaman perpajakan, tarif pajak dan sanksi pajak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

**3.7 Koefisien Determinasi (R Square)**

Koefisien determinasi menjelaskan variasi pengaruh variabel-variabel independen terhadap dependennya, atau dapat pula dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini output uji koefisien determinasi:

**Tabel 8.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.863 <sup>a</sup>	.744	.734	2.88567	2.282	

a. Predictors: (Constant), Sanksi\_Pajak, Sosialisasi\_Perpajakan, Pemahaman\_Perpajakan, Tarif\_Pajak  
 b. Dependent Variable: Kepatuhan\_Pelaku\_Ecommerce

Dari Tabel 8 di atas koefisien determinasi dapat dilihat pada R-Square yaitu sebesar 0,744 atau 74,4% artinya bahwa variabel sosialiasi perpajakan, pemahaman perpajakan tarif pajak dan sanksi pajak secara simultan mampu memberikan penjelasan pada variabel kepatuhan wajib pajak sebesar 74,4% sedangkan sisanya sebesar 25,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**3.8 Pembahasan**

Variabel sosialisasi perpajakan (SOS) terhadap kepatuhan wajib pajak (KWP) memiliki nilai koefisien 0,184 dan t-statistics 1,402 dan probabilitas menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05 atau 5% yaitu 0,164 sehingga hipotesis pertama ditolak dan H0 diterima, maka dalam penelitian ini sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. hal tersebut menandakan bahwa pemahaman pajak yang dilakukan melalui sosialisasi perpajakan tidak dapat menumbuhkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, karena betul-betul kesadaran dalam mematuhi perpajakan berasal dari diri sendiri.

Variabel pemahaman perpajakan (PP) terhadap kepatuhan wajib pajak (KWP) memiliki nilai koefisien 0,253 dan t-statistics 1,536 dan probabilitas menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05 atau 5% yaitu 0,128 sehingga hipotesis kedua ditolak dan H0 diterima, maka dalam penelitian ini pemahaman perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. hal ini menandakan bahwa pemahaman pajak yang dimiliki oleh wajib pajak masih rendah sehingga tidak dapat membuat wajib pajak sadar akan membayar dan lapor pajak.



Variabel tarif pajak (TP) terhadap kepatuhan wajib pajak (KWP) memiliki nilai koefisien 0,515 dan t-statistics 3,602 dan probabilitas menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0,05 atau 5% yaitu 0,000 sehingga hipotesis ketiga diterima dan  $H_0$  ditolak, maka dalam penelitian ini tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. hal ini berarti bahwa jika tarif pajak mengalami penurunan maka kepatuhan wajib pajak akan mengalami peningkatan. selama tahun 2020, 2021 dan 2022 pajak penghasilan badan mengalami penurunan tarif pajak sehingga wajib pajak mampu membayar pajak dan melaporkannya secara tepat waktu

Variabel sanksi pajak (SP) terhadap kepatuhan wajib pajak (KWP) memiliki nilai koefisien 0,176 dan t-statistics 1,235 dan probabilitas menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05 atau 5% yaitu 0,220 sehingga hipotesis kedua ditolak dan  $H_0$  diterima, maka dalam penelitian ini sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. hal ini menandakan sanksi pajak belum dapat menyadarkan wajib pajak dalam patuh membayar dan lapor pajak dikarenakan sanksi pajak belum ketat dalam implementasinya, sehingga wajib pajak berfikir bahwa selama masih belum ada surat denda pajak, maka tidak akan dikenakan sanksi pajak.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan Sosialisasi perpajakan (SOS) tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku e-commerce Shopee. Pemahaman perpajakan (PP) tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku e-commerce Shopee. Tarif pajak (TP) berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku e-commerce Shopee. Sanksi pajak (SP) tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku e-commerce Shopee.

Penelitian ini masih terdapat keterbatasan, sebagai bahan koreksi serta pembelajaran untuk melakukan penelitian yang akan datang, diantaranya: Variabel independen lain yang memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku e-commerce Shopee. Responden dalam penelitian ini hanya terdapat 104 responden. Penelitian hanya menggunakan 1 (satu) e-commerce saja yaitu Shopee, agar penelitian selanjutnya dapat menambahkan e-commerce lain.

Adapun saran-saran yang dapat diberikan berdasarkan pada keterbatasan sebagaimana telah disebutkan sebelumnya adalah sebagai berikut: Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen lain yang diharapkan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku e-commerce Shopee. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah e-commerce lain, misalnya Tokopedia, BliBli, Lazada, jd.id, dan lainnya.

#### REFERENCES

- Ajzen, I. 1991. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179-211 (1991). 211, 179–211.
- Ajzen, I. and M. Fishbein. 1975. *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An introduction to Theory and Research*. California: Addison-Wesley
- Ananda, P. R. D., Kumadji, S. & Husaini, A. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada UMKM yang terdaftar sebagai WP di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu). *Jurnal Perpajakan*,6(2). Diakses dari: <http://perpajakan.studentjournal.ub.ac.id/index.php/perpajakan/article/view/201>
- Annisya, Mafiana dkk. 2016. *Pendeteksian Fraudulent Financial Statement dengan Analisis Fraud Diamond (Studi Empiris Perusahaan Jasa Sektor Properti dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 – 2014)*. Unpublished. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Lampung.
- Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). 2016. *Report to the Nations on Occupational Fraud and Abuse*. Retrieved from [www.acfe.com/rtn/rtn-2016.pdf](http://www.acfe.com/rtn/rtn-2016.pdf).
- Amirudin dan Sudirman. (2012). *Perpajakan Pendekatan Teori dan Praktik di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat Dua Media
- Andhika, R. & Putra, R.J. (2019). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Sosialisasi E- Commerce terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak dengan Peran Direktorat Jenderal Pajak dalam Pelayanan Perpajakan sebagai Variabel Moderating. *Media Akuntansi dan Perpajakan* 4(2), 01-10. Diakses dari: <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP/article/view/4361>
- Arisandy, N. (2017). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Bisnis Online di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 62– 71. Diakses dari: <https://www.neliti.com/publications/96921/pengaruh-pemahaman-wajib-pajak-kesadaran-wajib-pajak-dan-sanksi-pajak-terhadap-k>
- Astina, I. P. S., & Setiawan, P. E. (2018). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan WPOP. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(1), 1–30. DOI: <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v23.i01.p01>
- Basalamah, Anies S, “Perilaku Organisasi Memahami dan Mengelola Aspek Humaniora dalam Organisasi”, Edisi Ke-3, Usaha Kami, Depok, 2004.
- Dewi, S., Widyasari & Nataherwin. (2020). Pengaruh Insentif Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak dan Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak selama masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* 9(2), 108-124. Diakses dari: <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/viewFile/1248/874>
- Furchan, A., & Maimun, A. 2005. *Studi Tokoh, Metode Penelitian Mengenai Tokoh*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, M. dan H. Latan. 2012. *Partial Least Squares Konsep Metode dan Aplikasi Menggunakan Program Wrap PLS 2.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.



- Hardiningsih, Pancawati. 2011. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak”. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*. Vol.3, No. 1, 126- 142.
- Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Wiley
- Herryanto, M., & Toly, A. A. (2013). Pengaruh kesadaran wajib pajak, kegiatan sosialisasi perpajakan, dan pemeriksaan pajak terhadap penerimaan pajak. *Accounting and Tax review*, 1(1), 125–135. Diakses dari: <https://www.neliti.com/publications/158159/pengaruh-kesadaran-wajib-pajak-kegiatan-sosialisasi-perpajakan-dan-pemeriksaan-p>
- Hutagaol, J. (2007). *Perpajakan : Isu-isu konteporer*. Jakarta : Graha ilmu.
- Indriyani, P.D., & Jayanto, P.Y. (2020). “ Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan WPOPelaku e-commerce di Kota Semarang pada platform Online marketplace Bibli.com”. *Jurnal Moneter* 7(1), 113-122. Diakses dari: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter/article/download/7703/pdf>
- Machmudah, N. & Putra, U.Y. (2019). Pengaruh Tarif Pajak, Pengetahuan Perpajakan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM Kuliner. Diakses dari: [http://eprints.uad.ac.id/20941/1/TI\\_1500012287\\_NASKAH\\_PUBLIKASI\\_200213065001.pdf](http://eprints.uad.ac.id/20941/1/TI_1500012287_NASKAH_PUBLIKASI_200213065001.pdf)
- Mardiasmo. (2011). *Perpajakan*. Jakarta: CV Andi Offset.
- Maxuel, A. & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-Commerce. *JRMB* 16(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.369>
- Muliari, N. K. dan Setiawan, P. E. 2010. Pengaruh Persepsi tentang Sanksi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak pada Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Moravec, L. and Radvan, M. (2016). Surcharges and penalties in tax law. Paramaduhita and Mustikasari. 2018. Non-Employee Individual Taxpayer Compliance Relationship with Income and Perception of Taxpayer. *Asian Journal of Accounting Research*. Vol. 3, No. 1, 2018.
- Patriandari & Safitri, A. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan WajibPajak Orang Pribadi Pengguna E-Commerce. *Akrual Jurnal Akuntansi dan keuangan* 3(1). Diakses dari: <https://uia.e-journal.id/Akrual/article/download/1529/847/>
- Prakoso, A., Wicaksono, G., Iswono, S., Puspita, Y., Bidhari, S. C., Dwi, N., & Kusumaningrum. (2019). PENGARUH KESADARAN DAN PENGETAHUAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK. *JURNAL*.
- Puspawati, D. (2016). Studi Kualitatif Wajib Pjak Orang Pribadi Pengusaha Tertentu UntukMelakukan Pemabyaran Pajak Penghasilan (PPh) Studi Kasus Pada Pelaku Social Commerce. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 1(2), 119–125. Diakses dari: <https://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/article/download/2729/1770>
- Saragih, S. F. (2013). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor PelayananPajak (KPP) Pratama Medan Timur. Skripsi USU, Fakultas E(<http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/39496>).
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Swistak, A. (2016). Tax penalties in SME tax compliance. *Financial theory and practice*, 40(1), 129-147
- Wahyudin, A. (2015). *Metodologi Penelitian*. Semarang
- Widayanti dan nurilis.2010. “faktor-faktor yang mempengaruhi kemauan untuk membayar pajak wajib pajak orang pribadi yang melakukan pekerjaan bebas. (studi kasus pada KPP pratama gambir tiga)”.SNA XIII Purwokerto.
- Wijayanti, D. W., & Sasongko, N. (2017). Pengaruh Pemahaman, Sanksi Perpajakan, Tingkat Kepercayaan pada Pemerintah dan Hukum Terhadap Kepatuhan Dalam Membayar WajibPajak ( Studi Wajib Pajak pada Masyarakat di Kalurahan Pajang Kecamatan Laweyan Surakarta). *Peran Profesi Akuntansi Dalam Penanggulangan Korupsi*, (4), 308–326. Diakses dari: <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/bitstream/handle/11617/9247/2.%20Diah%20Wahyu.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Winerungan, Oktaviane L. 2013. Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP di KPP Pratama Manado dan KPP Bitung. *Jurnal EMBA* Vol. 1 No. September 2013.
- Wurianti, Exti Lusiani Ega dan Subardjo, Anang. 2015. “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Di Wilayah Kpp Pratama”. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 4 No. 6 (2015).
- Zulma G.W.M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia. *Journal of Economics and Business*, 4(2), September 2020, 288–294. ISSN 2597-8829 (Online), DOI:10.33087/ekonomis.v4i2.170.
- [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id)
- [Republika.co.id](http://Republika.co.id). (2018). Kepatuhan Pengusaha UMKM Membayar Pajak Rendah <https://mediaindonesia.com/ekonomi/341479/e-commerce-panen-di-masa-pandemi>
- E-commerce jadi sumber baru penggerak ekonomi di era pandemi (msn.com)
- E-Commerce Panen di Masa Pandemi (mediaindonesia.com)