

PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK, PENGETAHUAN PAJAK, SANKSI PAJAK, DAN SOSIALISASI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGGUNA E-COMMERCE

(Studi Kasus Pada Pedagang Online Shopping Marketplace Shopee)

Sita Zahira¹

Universitas Muhammadiyah Tangerang, Kota Tangerang, Indonesia.

Email: sitazahira@gmail.com

Informasi Artikel	Abstrak
Diterima: 17-11-2022	Penelitian untuk mengkaji peran kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, sanksi perpajakan dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak oleh pengguna e-commerce. Sampel berjumlah 100 pengusaha e-commerce, diperoleh dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode slovin step Ellen, Ehow Blog (2010). Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, sanksi perpajakan dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Poin penting dari hasil penelitian adalah kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dan sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh negatif. mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.
Direview: 20-11-2022	
Disetujui: 25-12-2022	
Kata Kunci <i>Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce, Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, Sosialisasi Pajak.</i>	

A. Pendahuluan

Pemanfaatan teknologi berbasis digital semakin marak di Indonesia. Seperti yang diungkap oleh Riyanto (2020) tentang Indonesia Digital Report bahwa per Januari 2020 dari 272,1 juta penduduk di Indonesia ada 160 juta orang aktif menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial memberikan perubahan pada perdagangan di Indonesia. Proses perdagangan yang disebut dengan e-commerce bertambah marak. Di Indonesia pertumbuhan e-commerce setiap tahun terus meningkat. Kemkominfo (2019) menjelaskan bahwa pertumbuhan e-commerce di Indonesia pada tahun 2019 tertinggi di dunia yaitu sebesar 78%. Cahya (2020) menyampaikan bahwa sejak awal pandemi Covid 19 jumlah pelanggan e-commerce meningkat pesat, terutama karena ada Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Perdagangan secara online sangat diminati masyarakat disebabkan pembeli dengan hanya di rumah memiliki kesempatan untuk melihat dan memilih produk yang diinginkan bagi penjual, mereka juga tidak harus memiliki toko secara fisik untuk tempat jualan.

Penerimaan terbesar Indonesia berasal dari pajak. Andry (2021) menyampaikan bahwa besaran kontribusi pajak bagi penerimaan negara sebesar Rp. 1.865,7 triliun atau 83,54%. Angka sebesar 83,54% pada satu sisi menunjukkan sumbangsih pajak yang semakin besar, namun pada sisi yang berbeda menunjukkan ketergantungan atas pajak. Pemerintah harus meningkatkan perhatian pada pajak. Peningkatan transaksi e-commerce menjadi salah satu faktor untuk optimalisasi penerimaan pajak. Pemerintah menerbitkan PP Nomor 23 Tahun 2018 untuk meningkatkan penerimaan pajak termasuk dari pelaku usaha e-commerce Peraturan pajak yang dikenakan kepada pelaku usaha yang penghasilan bruto setahun tidak

SALINGDIDIK IX 2022

Sains, Lingkungan dan Pendidikan

melebihi Rp. 4,8 Miliar. PP Nomor 23 Tahun 2018 umum disebut sebagai peraturan pajak UMKM. Tarif yang dikenakan yaitu 0,5% atas omzet, sejauh penjualan kotor dalam satu tahun tidak lebih besar dari Rp. 4,8 Miliar. Berdasarkan PP Nomor 23 Tahun 2018 pelaku usaha tidak akan mengalami kesulitan dalam menghitung pajak, karena hanya dengan menjumlah semua penjualan bruto dikalikan dengan tarif sebesar 0,5%. Pembayaran dan pelaporan pajak dilakukan dengan mudah. Pembayaran dapat menggunakan e-billing dan pelaporan menggunakan e-filing. Bagi pelaku usaha e-commerce tidak mengalami kesulitan dalam mempelajari penggunaan e-billing dan e-filing karena semua petunjuk penggunaan ada di media internet. Media yang familiar bagi pelaku usaha e-commerce.

Pajak merupakan sejumlah dana yang wajib dibayar ke negara, bersifat memaksa dan yang melanggar dikenai sanksi. Namun demikian banyak pengusaha termasuk wajib pajak e-commerce belum patuh atas pajak. Secara regulasi, tidak ada perbedaan aspek perpajakan antara transaksi e-commerce dengan pedagang konvensional, karena status objek pajaknya sama. Untuk pajak penghasilan, objek pajaknya adalah penghasilan itu sendiri baik yang didapat secara transaksi online maupun offline, dimana ketentuannya adalah bahwa setiap tambahan penghasilan yang diterima Wajib Pajak, yang dapat menambah kekayaan Wajib Pajak bersangkutan maka harus dikenakan pajak penghasilan. Selain itu penjual juga dikenakan Pajak Pertambahan Nilai karena termasuk dalam kategori penyerahan barang atau jasa kena pajak di daerah pabean wilayah hukum NKRI.

Kepatuhan atas penerapan perpajakan dipengaruhi beberapa hal, diantaranya adalah pengetahuan pajak, kesadaran pajak, besar sanksi pajak juga sosialisasi pajak. Fenomena pajak di tahun 2022 ini, masih saja ada pengusaha maupun individu yang tidak patuh dengan pajak dan pemeriksaannya. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan dan sosialisasi tentang pajak, serta akibat sanksi pajak yang tidak membuat efek jera bagi masyarakat. Penelitian terdahulu Vina Nirma Suhastin (2019) menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak, pengetahuan pajak, sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna e-commerce berpengaruh positif. Putri dwi Indriyani (2019) sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan pelaku e-commerce. Tujuan kajian ini adalah untuk menguji kembali peranan Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce.

E-Commerce

Laudon dan Laudon (2010) menjelaskan e-commerce merupakan proses perdagangan dengan media elektronik sebagai media bertransaksi. Pembeli dan penjual tidak harus bertemu seperti perdagangan konvensional. Pemilihan pelaku e-commerce sebagai objek penelitian karena menurut Kemkominfo (2019) pertumbuhan e-commerce tertinggi di dunia tahun 2019 ada di Indonesia.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Kesadaran perpajakan adalah keadaan mengetahui atau mengerti perihal pajak (Jotopurnomo 2013). Hasil penelitian Muslim (2018) menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, dan Cindy & Mangoting (2013) menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

H1 : Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengetahuan perpajakan adalah ilmu yang dimiliki oleh wajib pajak tentang : hak dan

SALINGDIDIK IX 2022**Sains, Lingkungan dan Pendidikan**

keajiban wajib pajak, paham tentang NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), sanksi perpajakan, tarif pajak, PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak), bagaimana membayar dan melaporkan pajak (Ilhamsyah, dkk, 2016). Hasil penelitian Muslim (2018) menyatakan pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, dan Cindy & Mangoting (2013) menyatakan pengetahuan pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

H2 : Pengetahuan wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

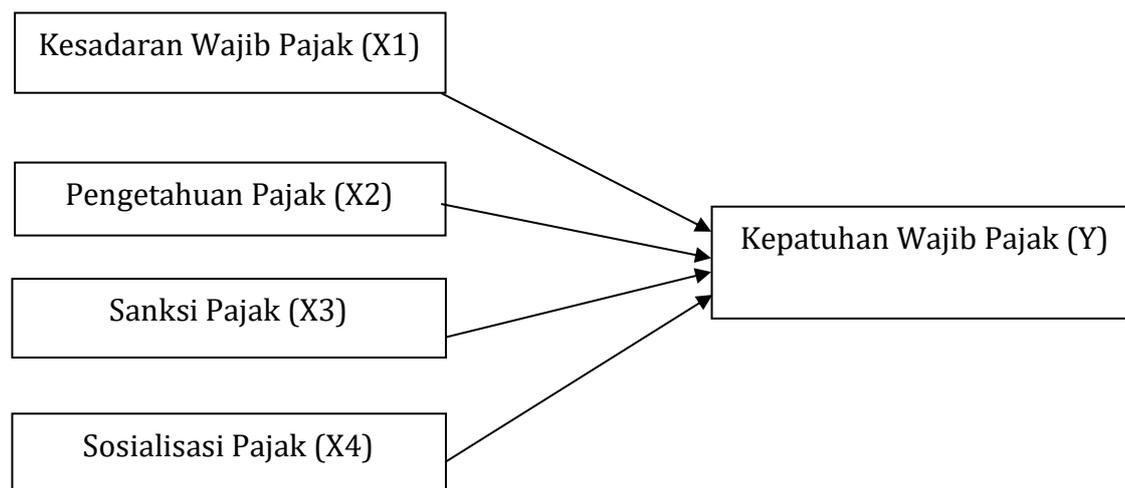
Sanksi merupakan hukuman negatif kepada orang yang melanggar peraturan, sehingga dapat dikatakan bahwa sanksi perpajakan adalah hukuman negatif kepada orang yang melanggar peraturan dengan cara membayar uang (Jotopurnomo 2013). Hasil penelitian Muslim (2018) menyatakan sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, dan Cindy & Mangoting (2013) menyatakan sanksi pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

H3 : Sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan (Sulistyaningrum, 2009:3). Hasil penelitian Muslim (2018) menyatakan sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

H4 : Sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

B. Metode Penelitian

Metode penelitian ini yang dipakai ialah kuantitatif. Sumber data adalah primer. Data didapat dengan menyebarkan kuesioner dengan google form. Teknik sampling yang digunakan metode slovin steph Ellen, Ehow Blog (2010) berikut ini:

SALINGDIDIK IX 2022**Sains, Lingkungan dan Pendidikan**

Metode Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = standar error 0,05 (atau kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan)

Dengan populasi sebanyak 100 pemakai e-commerce Marketplace Shopee, namun setelah diteliti hanya 34 yang aktif berinteraksi maka sampel yang diambil berdasarkan rumus slovin adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{100}{1 + (34 \times 0,05)^2} \\ &= \frac{100}{1 + 0,85} \\ &= \frac{100}{1,85} \\ &= 53,51 \text{ dibulatkan } 54 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui dengan jumlah populasi sebanyak 100 dengan tingkat kesalahan 5% maka sampelnya adalah 54 responden.

Karakteristik Responden

Responden sebagai 54 orang dibagi dalam dua kategori, yaitu sebagai berikut.

Tabel 1 Karakteristik Sampel Berdasarkan Lama Usaha

No	Lama Usaha	Jumlah	Persentase
1.	1 Tahun	5	16%
2.	2 Tahun	9	29%
3.	3 Tahun	8	26%
4.	4 Tahun	5	16%
5.	5 Tahun	3	10%
6.	7 Tahun	1	3%
	Jumlah	31	100%

Menurut tabel lama usaha diatas dijelaskan bahwa sebanyak 55% responden adalah 2 tahun sampai 3 tahun.

SALINGDIDIK IX 2022**Sains, Lingkungan dan Pendidikan****Tabel 2 Karakteristik Sampel Berdasarkan Omzet Usaha**

	Omzet	Total	%
1.	0-300 Jt	29	94%
2.	300 Jt-600 Jt	1	3%
3.	600 Jt-900 Jt	1	3%
	Jumlah	31	100%

Menurut tabel omzet usaha diatas dijelaskan bahwa sebanyak 94% responden memiliki omzet 0-300 juta.

C. Hasil Dan Pembahasan**Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan dengan cara mencari nilai *total correlation* (r) selanjutnya dibandingkan dengan r tabel. Sedangkan nilai r tabel dilihat dengan tabel r_{tabel} df pada tingkat signifikan 0,05. Perbandingannya sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
	0,816	0,355	
Kesadaran Wajib Pajak (X1)	0,732	0,355	
	0,777	0,355	
	0,774	0,355	
	0,95	0,355	
Pengetahuan Pajak (X2)	0,963	0,355	
	0,976	0,355	
	0,957	0,355	
	0,893	0,355	
Sanksi Pajak (X3)	0,640	0,355	
	0,582	0,355	
	0,744	0,355	valid
	0,583	0,355	
Sosialisasi Pajak (X4)	0,738	0,355	
	0,809	0,355	
	0,947	0,355	
	0,957	0,355	
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,955	0,355	
	0,871	0,355	
	0,902	0,355	
	0,917	0,355	
	0,920	0,355	
	0,884	0,355	

SALINGDIDIK IX 2022**Sains, Lingkungan dan Pendidikan**

Tabel diatas keseluruhan nilai rhitung >rtabel berarti seluruh item dari pertanyaan dapat dinyatakan seluruh data valid atau 100%. Sehingga seluruh data dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menentukan tingkat kepercayaan terhadap instrumen yang digunakan dengan cara membandingkan nilai Cronbach's Alpha dengan nilai rtabel 31 pada signifikan 0,05 yaitu sebesar 0,355.

Tabel 4. Uji reliabilitas variabel Kesadaran Wajib Pajak (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.779	4

Tabel diatas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha 0,779 > 0,355 dengan demikian instrumen penelitian variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) adalah reliabel, sehingga instrumen penelitian dapat memenuhi syarat untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel 5. Uji reliabilitas variabel Pengetahuan Pajak (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.972	5

Tabel diatas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha 0,972 > 0,355 dengan demikian instrumen penelitian variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) adalah reliabel, sehingga instrumen penelitian dapat memenuhi syarat untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel 6. Uji reliabilitas variabel Sanksi Pajak (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.658	5

Tabel diatas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha 0,658 > 0,355 dengan demikian instrumen penelitian variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) adalah reliabel, sehingga instrumen penelitian dapat memenuhi syarat untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel 7. Uji reliabilitas variabel Sosialisasi Pajak (X₄)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.947	5

Tabel diatas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha 0,947 > 0,355 dengan demikian instrumen penelitian variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) adalah reliabel, sehingga instrumen penelitian dapat memenuhi syarat untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel 8. Uji reliabilitas variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.927	4

SALINGDIDIK IX 2022

Sains, Lingkungan dan Pendidikan

Tabel diatas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha 0,927 > 0,355 dengan demikian instrumen penelitian variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) adalah reliabel, sehingga instrumen penelitian dapat memenuhi syarat untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Analisis Data Deskriptif

Tabel 9. Hasil Analisis Data Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Total_X1	31	6	19	13.06	2.932
Total_X2	31	5	25	13.81	5.570
Total_X3	31	7	21	16.23	2.929
Total_X4	31	5	24	11.42	4.870
Total_Y	31	4	20	15.13	3.354
Valid N (listwise)	31				

Berdasarkan tabel diatas dijelaskan mean dari kesadaran wajib pajak (X1), pengetahuan pajak (X2), sanksi pajak (X3), dan sosialisasi pajak (X4) lebih besar dari standar deviasi. Dimana hal ini berarti bahwa tingkat keragaman data atau tingkat sebaran data untuk variabel ini adalah rendah.

Uji Normalitas Data

Tabel 10. Hasil Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	31
Normal Parameters ^{a,b}	.0000000
Mean	1.88920279
Std. Deviation	
Most Extreme Differences	.098
Absolute Positive	.098
Negative	-.093
Test Statistic	.098
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil analisis uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai signifikan 0,200 > 0,05 dengan demikian seluruh data variabel independen serta variabel dependen terdistribusi secara normal sehingga memenuhi syarat untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Uji Autokorelasi

Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.826 ^a	.683	.634	2.029	2.035

a. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X1, Total_X3, Total_X2

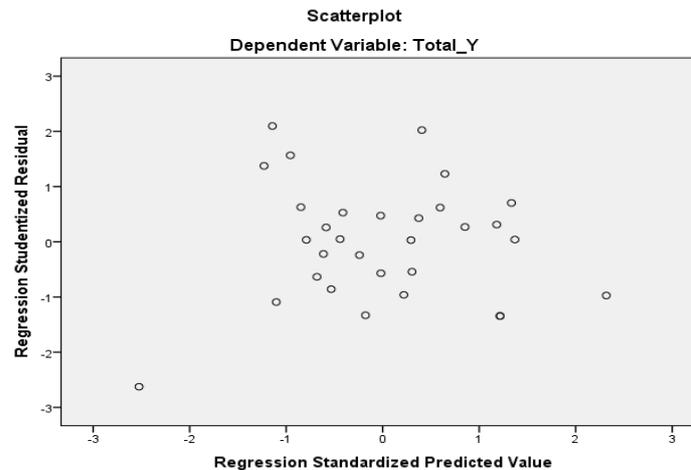
b. Dependent Variable: Total_Y

SALINGDIDIK IX 2022

Sains, Lingkungan dan Pendidikan

Hasil dari tabel di atas didapatkan d sebesar 2,035, sedangkan nilai du sebesar 1,735 dan nilai $4-du$ ($4-1,735$) sebesar 2,265. Maka dapat dijabarkan $du < d < 4-du$ dan mendapatkan hasil bahwa antar variabel yang diteliti tidak terdapat autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) model regresi yang baik adalah homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola titik-titik pada Plot regresi dimana jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik-titik tidak membentuk pola yang jelas tetapi menyebar di atas angka 0.

Uji Multikolinearitas

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.884	2.371		.373	.712	
	Total_X1	.194	.202	.169	.959	.392	2.553
	Total_X2	.162	.107	.269	1.517	.141	2.576
	Total_X3	.632	.174	.552	3.639	.001	1.888
	Total_X4	-.068	.092	-.099	-.744	.463	1.462

a. Dependent Variable: Total_Y

Menurut Ghozali (2016:103-104) nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance 0,10 atau sama dengan VIF 10. Terlihat dari tabel diatas nilai Tolerance variabel X1 0,392, variabel X2 0,388, variabel X3 0,530 dan variabel X4 0,84, maka itu seluruh nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 yang berarti tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

SALINGDIDIK IX 2022

Sains, Lingkungan dan Pendidikan

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh simultan antara variabel independen dan variabel dependen yaitu dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel atau dengan melihat nilai sig <0,05. Berikut hasil uji F:

Tabel 12. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	230.411	4	57.603	13.987	.000 ^b
	Residual	107.073	26	4.118		
	Total	337.484	30			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X1, Total_X3, Total_X2

Dapat disimpulkan Fhitung 13,987 > Ftabel 2,728 berarti Ha diterima, variabel Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak dan Sosialisasi Pajak secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Adj R²

Tabel 13. Hasil Uji Adj R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.826 ^a	.683	.634	2.029

a. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X1, Total_X3, Total_X2

Menurut Chin (1998) nilai R-square dikategorikan kuat jika >0,67, moderat jika >0,33 dan lemah jika >0,19. Maka dapat disimpulkan dari tabel diatas kita mendapatkan 0,683, artinya variabel independen dengan dependen berpengaruh positif dan signifikan karena dikategorikan kuat.

Uji t

Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh parsial antara variabel X1, X2, X3, X4 terhadap variabel Y, dilakukan dengan uji t yaitu membandingkan nilai hasil thitung dengan ttabel atau dengan melihat nilai signifikan < 0,05. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.884	2.371		.373	.712
	Total_X1	.194	.202	.169	.959	.346
	Total_X2	.162	.107	.269	1.517	.141
	Total_X3	.632	.174	.552	3.639	.001
	Total_X4	-.068	.092	-.099	-.744	.463

a. Dependent Variable: Total_Y

1. Kesadaran wajib pajak (X_1) didapatkan nilai t hitung $0,959 < \text{tabel } 2,056$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh positif X_1 terhadap Y
2. Pengetahuan pajak (X_2) didapatkan nilai t hitung $1,517 < \text{tabel } 2,056$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh positif X_2 terhadap Y
3. Sanksi pajak (X_3) didapatkan nilai t hitung $3,639 > \text{tabel } 2,056$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif X_3 terhadap Y
4. Sosialisasi pajak (X_4) didapatkan nilai t hitung $-0,744 < \text{tabel } 2,056$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh negatif X_4 terhadap Y

Persamaan Model Regresi Linear Berganda

Tabel 15. Hasil Uji Persamaan Model Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.884	2.371		.373	.712
	Total_X1	.194	.202	.169	.959	.346
	Total_X2	.162	.107	.269	1.517	.141
	Total_X3	.632	.174	.552	3.639	.001
	Total_X4	-.068	.092	-.099	-.744	.463

a. Dependent Variable: Total_Y

Rumus menghitung nilai persamaan regresi linier adalah:

$$Y = 0,884 + 0,194X_1 + 0,162X_2 + 0,632X_3 - 0,068X_4 + e$$

- a) Nilai konstanta memiliki nilai positif sebesar 0,884. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi Kesadaran Wajib Pajak (X_1), Pengetahuan Pajak (X_2), Sanksi Pajak (X_3), dan Sosialisasi Pajak (X_4) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai agresivitas pajak adalah 0,884.
- b) Nilai koefisien regresi untuk variabel Kesadaran Wajib Pajak (X_1) memiliki nilai positif sebesar 0,194. Hal ini menunjukkan jika Kesadaran Wajib Pajak mengalami kenaikan 1%, maka Kepatuhan Wajib Pajak akan naik sebesar 0,194 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- c) Nilai koefisien regresi untuk variabel Pengetahuan Pajak (X_2) memiliki nilai positif sebesar 0,162. Hal ini menunjukkan jika Pengetahuan Pajak mengalami kenaikan 1%, maka Kepatuhan Wajib Pajak akan naik sebesar 0,194 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- d) Nilai koefisien regresi untuk variabel Sanksi Pajak (X_3) memiliki nilai positif sebesar 0,632. Hal ini menunjukkan jika Sanksi Pajak mengalami kenaikan 1%, maka Kepatuhan Wajib Pajak akan naik sebesar 0,194 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- e) Nilai koefisien regresi untuk variabel Sosialisasi Pajak (X_4) yaitu sebesar -0,068. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel Sosialisasi Pajak

dan Kepatuhan Wajib Pajak. Hal ini artinya jika variabel Sosialisasi Pajak mengalami kenaikan 1%, maka sebaliknya variabel Kepatuhan Wajib Pajak akan mengalami penurunan sebesar -0,632. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstan.

Interpretasi Hasil

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Kesadaran Wajib Pajak, tidak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*. Berdasarkan hasil analisis didapatkan t hitung $0,959 < \text{tabel } 2,056$ dan nilai koefisien regresi sebesar $0,194$ yang berarti bahwa Kesadaran Wajib Pajak tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*. Hal ini kesadaran membayar pajak dapat dilihat dari sikap dan perilakunya, yaitu dalam menunaikan kewajibannya, ketepatan dan kepatuhan dari wajib pajak. Wajib pajak dapat dikatakan memiliki kesadaran apabila wajib pajak mengetahui peran pentingnya Pajak Negara, serta mematuhi peraturan dan tanpa merasa terpaksa. Dengan memiliki kesadaran untuk membayar Pajak secara tidak langsung telah menunjukkan peran sertanya dalam kegiatan pembangunan Bangsa dan Negara. Oleh karena itu agar kesadaran untuk membayar Kesadaran Wajib Pajak dapat terwujud maka diperlukan peran pemerintah dan wajib pajak agar dapat saling mendukung sehingga dapat terwujudnya kesadaran untuk membayar Pajak. Hasil penelitian tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan maka hipotesis ditolak dan tetap berpegang pada fakta penelitian.
2. Pengetahuan Pajak, tidak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*. Berdasarkan hasil analisis didapatkan t hitung $1,517 < \text{tabel } 2,056$ dan nilai koefisien regresi sebesar $0,162$ yang berarti bahwa Pengetahuan Pajak tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*. Hal ini menjelaskan bahwa pengetahuan perpajakan yang dimiliki wajib pajak sangat minim dan tidak menjamin bahwa wajib pajak akan lebih patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu diharapkan pemerintah atau petugas pajak memberikan kegiatan yang dapat memberikan pengetahuan terkait perpajakan kepada wajib pajak baik melalui sosialisasi atau penyuluhan maupun melalui media agar wajib pajak dapat memahami dengan betul tentang perpajakan yang pada akhirnya akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan maka hipotesis ditolak dan tetap berpegang pada fakta penelitian.
3. Sanksi Pajak, berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*. Berdasarkan hasil analisis didapatkan t hitung $3,639 > \text{tabel } 2,056$ dan nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar $0,632$ yang berarti bahwa Sanksi Pajak secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*. Hal ini diasumsikan bilamana sanksi pajak yang diterapkan dengan tepat dapat memberikan efek jera kepada penunggak pajak maka kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce* akan meningkat. Oleh karena itu untuk pemerintah atau petugas pajak dapat memaksimalkan pelaksanaan sanksi denda ini agar wajib pajak dapat patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Pernyataan ini juga mendukung penelitian terdahulu dengan hasil penelitian dari Muslim (2018) dan Cindy (2013) yang menunjukkan bahwa sanksi pajak secara parsial berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
4. Sosialisasi Pajak, tidak berpengaruh negatif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*. Berdasarkan hasil analisis didapatkan t hitung $-0,744 < \text{tabel } 2,056$ dan regresi

SALINGDIDIK IX 2022

Sains, Lingkungan dan Pendidikan

sebesar -0,068 yang berarti bahwa Sosialisasi Pajak secara parsial tidak berpengaruh negatif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*. Sosialisasi dapat diartikan sebagai pembelajaran suatu norma, nilai, serta perilaku seseorang dengan harapan dapat membentuk reformasi sehingga dapat menjadikan organisasi yang efektif. Apabila dikaitkan dalam bidang pajak maka sosialisasi berarti upaya yang dilakukan pemerintah dalam membantu menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai bidang pajak (Ananda Et al., 2015). Supaya dapat mencapai tujuan maka sosialisasi harus dilakukan secara optimal. Dengan diadakannya sosialisasi yang optimal maka dapat meningkatkan pengetahuan seseorang terkait pajak. Semakin banyak pengetahuan yang diterima oleh masyarakat secara perlahan juga dapat menambahkan kesadaran masyarakat untuk lebih taat dalam membayar pajaknya (Rahmawati, et.al., 2013). Hasil penelitian tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan maka hipotesis ditolak dan tetap berpegang pada fakta penelitian.

D. Simpulan

Berdasarkan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh baik secara parsial maupun simultan Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce* dengan demikian berdasarkan hasil penelitian ini dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesadaran pajak yang semakin baik mendorong peningkatan kepatuhan pajak. Kesadaran pajak merupakan dorongan kesadaran akan manfaat dari dana pajak, sehingga membuat kepatuhan pajak semakin lebih baik.
2. Pengetahuan pajak yang semakin baik menyebabkan kepatuhan pajak meningkat. Pengetahuan pajak yang semakin baik membuat Pelaku usaha e-commerce paham kewajiban yang harus dilakukan terkait perpajakan. Oleh karena itu diharapkan petugas pajak memberikan kegiatan yang dapat memberikan pengetahuan terkait perpajakan kepada wajib pajak baik melalui sosialisasi atau penyuluhan.
3. Sanksi denda secara parsial berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai koefisien 0,632. Dikarenakan sanksi denda yang diberikan kepada wajib pajak oleh pemerintah, cenderung dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.
4. Sosialisasi Pajak dari petugas pajak agar terus meningkatkan sosialisasi perpajakannya khususnya para pelaku pengguna *e-commerce* dengan memberikan informasi yang luas dengan penyampaian informasi yang lebih mudah dipahami agar para wajib pajak sadar dan punya pengetahuan akan pentingnya pajak.

E. Daftar Pustaka

- Aditya, N, Andini, R, Raharjo, K. 2016. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Penghasilan (Studi Kasus Pada KPP Semarang Candi). *Jurnal Riset Akuntansi Keuangan* volume 2 nomor 3.
- 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.

SALINGDIDIK IX 2022**Sains, Lingkungan dan Pendidikan**

- Budhiartama & Jati. 2016. "Pengaruh Sikap, Kesadaran Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakan Pada Kepatuhan Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. 15(2) : 1510-1535.
- Cahyadi, I. M. W., & Jati, I. K. (2016). *Pengaruh Kesadaran, Sosialisasi, Akuntabilitas Pelayanan Publik Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor*. E-Jurnal Akuntansi, 16(3), 2342–2373.
- Dharma, G. P. E. (2014). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar PKB Dan BBNKB*. E-Jurnal Akuntansi, 8(2), 340-353.
- Ermawati & Afifi. 2018. "PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI". Prosiding SENDI_U 2018.
- Fitria, D. (2017). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. JABE (Journal of Applied Business and Economic), 4(1), 30-44.
- Jotopurnomo, C., & Mangoting, Y. (2013). *Pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus, sanksi perpajakan, lingkungan wajib pajak berada terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Surabaya*. Tax & Accounting Review, 1(1), 49.
- Tiraada, T. A. M. (2013). *Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus Terhadap Kepatuhan WPOP Di Kabupaten Minahasa Selatan*. JURNAL EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(3), 999–1008.
- Yoeanda, Q., Afifudin, & Mawardi, M. C. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak OP Pelaku e-commerce di Kota Malang)*. Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi, 7(8), 52–64.