

## PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK, PENGETAHUAN PERATURAN PAJAK, DAN PENYULUHAN PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN PEMBAYARAN PAJAK TRANSAKSI E-COMMERCE DI SURABAYA

Aloisius Hama

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapan Surabaya

Email; [aloisius@stieyapan.ac.id](mailto:aloisius@stieyapan.ac.id)

*Abstract: Testing the conscious effect for taxpayer, knowledge of tax regulations, and tax counseling with transaction tax payment compliance for e-commerce actors is the purpose of this research. The research population involves E-commerce actors in the fashion sector who operate on Instagram social media accounts and are located in the city of Surabaya. Multiple Linear Regression is the provision chosen in the data analysis model of this study because this study was designed to examine the influence of the independent variable with the dependent variable. The study results indicate that the growing awareness of taxpayer has a negative and insignificant effect on compliance with paying taxes for e-commerce actors. Knowledge of tax regulations partially found a significant positive effect on tax compliance for e-commerce actors. Then, other results show that partial tax counseling has a positive effect that is not considered significant on tax compliance for e-commerce players.*

*Keywords: Taxpayer awarennes; tax regulations; e-commerce transactions*

### PENDAHULUAN

Penggunaan internet dalam dunia perdagangan melalui transaksi *e-commerce* dapat memberikan keuntungan bagi penjual maupun pembeli, misalnya untuk penjual dapat menurunkan biaya pemasaran dan biaya operasional menjadi lebih rendah dibandingkan dengan perdagangan bersifat konvensional dan untuk pembeli dapat memudahkan dalam hal berbelanja sehingga lebih praktis, dapat dilakukan kapan dan siapa saja tanpa dilakukan pertemuan dengan para penjual seperti konsep perdagangan konvensional pada umumnya.

Melalui *e-commerce*, transaksi jual-beli menjadi semakin mudah dan nyaman. Transaksi menggunakan media ini membuat tingkan perdagangan tradisional turun drastis. Tingkat pertumbuhan perihal transaksi *E-commerce* dalam kurun tahun 2011 sebesar Rp13,5 triliun telah terjadi di Indonesia. Hal demikian sebagaimana dilansir dalam (Bank Indonesia, Katadata dalam Media Keuangan, Maret 2018). Angka demikian naik berkelanjutan sehingga mencapai taksir Rp 47 triliun pada pendataan tahun 2015, Rp75 triliun (2016), kemudian estimasi tahun 2018 sebesar Rp102 T (Media Keuangan, Maret 2018).

Nilai efektifitas dan efisiensi yang prestise membuat *e-commerce* diminati masyarakat. Kemudahan dan peluang yang ditawarkan ditambah dengan bonus demografi populasi muda yang akrab dengan teknologi membuat bermunculan strategi bisnis, yang pada pembahasan ini disebut dengan *e-commerce* atau yang biasa dikenal dengan sebutan *Olshop*.

*E-commerce* yang sering dijumpai biasanya menggunakan media sosial; Instagram, Facebook, Twitter, dan sebagainya untuk tempat menawarkan barang ke publik. Media

sosial dipilih karena tidak perlu menggunakan modal besar. Seseorang dapat memiliki bisnis sendiri secara personal, jangkauannya juga semakin dekat dengan masyarakat di era sekarang yang kebanyakan sudah tidak asing dengan internet, dan transaksinya dilakukan secara *online* atau maya sehingga sangat mudah untuk mendirikan sebuah bisnis. Transaksi jual belinya dilakukan tanpa perlu bertemu langsung, cukup dengan menawarkan sesuatu diperjual belikan dengan tampilan gambar di *website*. Proses pembayaran kebanyakan menggunakan *transfer* bank atau dengan cara lain yang telah disediakan *e-commerce* tersebut.

Populasi pengguna internet yang besar di Indonesia tentu berpengaruh pada jumlah pengguna media sosialnya. Menurut *We Are Social & Hootsuite's Digital in 2018 in SAP 2 Report* diantara 3 *platform* media sosial yang sering dimanfaatkan *e-commerce* untuk menawarkan barang ke publik, Facebook menempati urutan pertama sebesar 41%, kedua Instagram sebesar 38% dan ketiga Twitter sebesar 27% (*wearesocial.com*).

Kegiatan transaksi *e-commerce* yang semakin maju dan bereformasi terus menerus perlu respon pemerintah, terutama dari segi perpajakan. Pemerintah memberikan regulasi tagihan pajak bagi pelaku *e-commerce* terutama yang bergerak dalam bidang perdagangan konvensional. Terciptanya regulasi-regulasi yang dirumuskan pemerintah demikian masih dalam rangka optimalisasi penerimaan pajak, pemerintah ingin memastikan pajak terutang yang dilalui dengan *e-commerce* dapat diambil sesuai ketentuan regulasi. Baik dari pihak penjual maupun pembeli yang berbelanja dikenakan pajak yang sama.

Pajak memiliki peran yang penting sebagai salah satu sumber utama dan penghasilan negara yang digunakan untuk pembangunan nasional dan mewujudkan negara berdikari, adil, dan makmur. Sesuai dengan fungsinya yaitu fungsi mengatur dan fungsi penerimaan. Fungsi pajak guna mengatur alat serta melaksanakan kebijakan di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sedangkan fungsi pajak penerimaan untuk sumber dana yang diperuntukkan pembiayaan serta pengeluaran pemerintah (Wardoyo dan Subiyakto, 2016).

Didapati faktor yang dapat memberi pengaruh pada penerimaan pajak; tingkat kepatuhan wajib pajak pada masyarakat di suatu negara. Kini tingkat kepatuhan wajib pajak di Indonesia ditemu banyak masalah. Dikutip oleh pengamat perpajakan dari DDTC yang menyebut saat ini tingkat kepatuhan pajak di negara tersebut tergolong rendah. Hal demikian tercermin dalam rasio pajak (*tax ratio*) Indonesia yang berada di level 10,8%. Sedangkan lembaga PBB IMF memebrikan syarat *tax ratio* senilai 12,5% guna mencapai pembangunan yang terus berkembang (*jawapos.com*, Maret 2018).

Dirjen Pajak Kemenkeu RI sebagaimana dikutip Sari (2018) menyampaikan, pemasaran *e-commerce* saat ini naik drastis di negara Indonesia, tetapi hanya didapati sebagian pelaku *e-commerce* yang mereka telah mendaftarkan NPWP. Dalam arti para pelaku tersebut belum mendaftarkan diri dan melapor sebagai wajib pajak. Data Dirjen Pajak Kemenkeu RI menyebut 1.600 sampel yang diuji coba. Jumlah demikian menunjuk pada 600 belum teridentifikasi dan sisanya 1.000 sudah. Jumlah 620 dari totalitas 1.000 pelaku usaha dan telah memiliki NPWP. Sebagian besar pelaku usaha tersebut sudah melapor

namun tidak diketahui pelaporannya. Adapun Kepemilikan NPWP ialah identitas yang telah mendaftarkan diri sebagai wajib pajak. Kini diberlakukan sebagai syarat untuk dapat melaporkan serta membayar kewajiban pajak. Mendaftarkan diri sebagai wajib pajak memiliki arti salah satu indikator guna memenuhi kepatuhan membayar pajak. Dari data tersebut telah menunjukkan betapa sedikit sekali para pelaku *e-commerce* yang telah memiliki NPWP dan menjadi sebab atas kepatuhan wajib pajak yang sangat rendah.

Sebab timbulnya kepatuhan dimulai dari kesadaran tentang pajak dikarenakan sikap kesadaran ialah modal utama untuk patuh regulasi pajak. Sikap dan kesadaran wajib pajak merupakan sumber negara terbesar, memahami UU perpajakan serta sanksi yang berlaku, kesadaran membayar hal yang wajib, dan persepsi wajib pajak atas pelaksanaan sanksi denda. Demikian sebagaimana dikutip (Hasanah, 2016). Adapun Kesadaran wajib pajak pelaku *e-commerce* juga perlu diperhatikan oleh pemerintah untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak bagi pelaku *e-commerce*, karena kesadaran wajib pajak bagi pelaku *e-commerce* dinilai masih rendah. Hal demikian dikuatkan dengan penelitian Hasanah (2016) yang menjelaskan bahwa variabel kesadaran telah menunjukkan kesadaran wajib pajak tidak dapat berpengaruh terhadap sikap patuh wajib pajak bagi pelaku *e-commerce*. Kemudian hasil nilai koefisien regresi telah menunjukkan positif. Dalam arti kesadaran wajib pajak atas kepatuhan wajib pajak telah berbanding lurus. Adapun jika kesadaran wajib pajak telah ditingkatkan, maka wajib pajak dapat semakin patuh atas kewajiban pajak yang harus dibayar.

Hal fundamental yang kini harus dimiliki wajib pajak ialah pengetahuan. Didapati penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan pengetahuan atas peraturan pajak agar diketahui bersma sehingga dapat meningkatkan kesadaran membayar pajak. Pengetahuan peraturan pajak transaksi *e-commerce* masih merupakan hal yang baru untuk dipelajari, dipahami, dan diaplikasikan bagi pelaku *e-commerce*. Beberapa penelitian menunjukkan pengetahuan pajak memberi pengaruh pada kepatuhan melaksanakan membayar pajak. Penelitian Arrum S. (2016), menjelaskan variabel pengetahuan atas peraturan pajak bahwa pengetahuan peraturan pajak dapat memberikan pengaruh positif atas kemauannya.

Kini pemerintah telah berupaya dalam optimalisasi penerimaan pajak, yakni dengan cara penyuluhan, seruan moral, iklan-iklan di media cetak maupun elektronik dan sebagainya untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak khususnya bagi para pelaku *e-commerce* yang peraturan pajak masih baru di Indonesia. Penelitian Marcellin (2014) menjelaskan variabel penyuluhan perpajakan tidak dapat memberikan pengaruh, yakni antara penyuluhan perpajakan dengan sikap patuh membayar pajak bagi pelaku *e-commerce* di Jakarta sebab tidak meratanya pelaksanaan penyuluhan di lokasi tersebut. Menyikapi hal ini, peran fiskus dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak sangat dibutuhkan. Langkah ini dapat dilakukan dengan memberikan bimbingan dan penyuluhan kepada wajib pajak agar senantiasa melaksanakan kewajiban dalam membayar pajak sebagaimana dalam UU perpajakan. Pajak nantinya akan kembali kepada negara dan terlebih kepada dirinya sendiri.

Penyuluhan perpajakan dapat dilaksanakan secara berkala dan efektif. Penyuluhan saat ini dapat dilakukan melalui online dan offline, karena dinilai sangat membantu penyebaran informasi mengenai peraturan perpajakan. Informasi yang didapatkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi wajib pajak sehingga dapat lebih sadar untuk memahami dan memenuhi kewajiban perpajakannya, khususnya mengenai peraturan baru tentang pajak *e-commerce*. Pengetahuan yang didapat diharapkan dapat menimbulkan kesadaran atas kewajiban dan kegunaan pajak untuk diri dan negara yang nantinya akan menimbulkan rasa keinginan untuk membayar pajak yang dapat membentuk sikap disiplin dalam perpajakan.

Di sisi lain pemerintah mendapatkan tantangan karena bentuk transaksi *e-commerce* yang cukup unik. Berbeda dengan transaksi secara konvensional yang dapat dengan mudah ditindak lanjuti karena jelas nama pemilik, alamat, usaha dan nomor teleponnya. Walaupun wajib pajak tidak mempunyai NPWP karena masih cukup jelas di mana tempat usaha dan penghasilannya dan masih dapat diselidiki. Penjualan dalam kategori *platform* media sosial dinilai lebih sulit terekam atau dilacak oleh pemerintah jika dibandingkan dengan bentuk *marketplace* (Bukalapak, Tokopedia, Lazada, dan sebagainya) karena sifat transaksinya dalam bentuk personal, ditambah pemerintah belum sepenuhnya mendata seluruh pelaku *e-commerce*. Jika pemerintah lebih jeli terhadap *e-commerce* pada situs media sosial.

Penelitian terdahulu yang mendukung kajian penelitian ini adalah Herryanto dan Toly (2013), bahwa kesadaran WAJIB PAJAK memberikan pengaruh negatif dan signifikansi parsial atas kepatuhan daripada WAJIB PAJAK. Adapun 10 item pernyataan yang telah disebutkan dapat diajukan pada responden, kemudian item dapat mengetahui bahwa regulasi diatur dalam Undang-Undang dan yang paling dipahami. Akan tetapi dalam penelitian ini mencakup nilai 71,6% responden dan belum memiliki NPWAJIB PAJAK ialah modal utama guna membayar pajak. Dalam arti responden masih berada dalam tahap mengakui, mengetahui, menghargai belum sampai pada tahap menaati regulasi pajak yang berlaku, sehingga tidak memiliki komitmen untuk membayar pajak. Sisi lain daripada itu, online shop tidak rutin dijalankan oleh beberapa responden yang berdampak pada responden tidak terlalu serius dalam memikirkan masalah pajak.

Hasil penelitian Hasanah (2016) memberikan informasi, yaitu kesadaran wajib pajak yang tidak memberi pengaruh parsial atas kepatuhan wajib pajak. Masyarakat dapat dituntut melaksanakan membayar pajak dengan sukarela dan kesadaran sebagai bentuk semangat guna membangun kesejahteraan sosial. Adapun kesadaran masyarakat dalam pembayaran pajak kini belum mencapai tingkat ditentukan dan diharapkan. Pada umumnya masyarakat kini merasa berat dalam membayar zakat, menghitung, serta melaporkannya.

Penelitian lebih lanjut, Sutiyono (2013), Marcellin (2014), Arrum S. (2016), Hasanah (2016), Nugroho (2016), dan Salmah (2018) yang menunjukkan bahwa penelitian demikian menyimpulkan adanya pengaruh yang positif secara parsial pengetahuan regulasi pajak dengan kepatuhan membayar perpajakan. Penelitian ini menunjukkan arti bahwa pengetahuan membayar pajak bagi responden dinilai masih dalam koridor terutama hal

pendaftaran NPWP, pengisian SPT, tarif, hingga info dan *training*. Ditemukan bahwa mayoritas responden tidak memiliki NPWP, responden merasa tidak ingin membayar pajak karena mereka memiliki asumsi pengetahuan mengenai regulasi pajak *e-commerce* belum responden yang telah didapatkan dari pemerintah dan berdampak pada timbulnya keraguan membayar pajak.

Sebagai penguat penelitian Marcellin (2014) dan Herryanto dan Toly (2013), bahwa Penyuluhan perpajakan tiadanya pengaruh signifikan atas kepatuhan wajib pajak. Hal ini dapat dikatakan Penyuluhan yang dilakukan fiskus atau pemerintah belum mencapai targetnya. Dari 9 item pernyataan yang diajukan untuk responden, item banyak memperoleh kasus pajak melalui media sosial masih dalam kategori ragu-ragu. Responden yaitu pelaku *e-commerce* setiap saat membuka internet atau media sosialnya lebih terfokus untuk menjalankan kegiatan usahanya saja dan cenderung menghiraukan berita perpajakan yang ada di media sosial. Penyuluhan sangat dibutuhkan guna memberikan informasi masyarakat atas regulasi perpajakan *e-commerce* dan sedang berlaku, cara Penyuluhan yang tepat dan dilakukan secara berkala akan membantu masyarakat memahami kewajibannya untuk membayar.

## METODE

Jenis penelitian adalah kuantitatif. Hal ini untuk menguji serta menganalisis terhadap adanya pengaruh kesadaran wajib pajak (X1); pengetahuan peraturan pajak (X2); dan Penyuluhan perpajakan (X3); dengan kepatuhan membayar pajak (Y) dengan menggunakan data kuantitatif. Adapun data kuantitatif diperoleh melalui jawaban para responden yang diolah dengan menggunakan data SPSS. Uji hipotesis telah diajukan agar metode penelitian dan analisis yang dirumuskan dapat memiliki akurasi yang valid.

Populasi dalam penelitian ini ialah Pelaku *E-commerce* di bidang *fashion* dan beroperasi di akun media sosial Instagram dan berdomisili di Kota Surabaya.

Adapun Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Non Probability*; dengan metode *Sampling Purposive*, teknik penentuan sampel yang didasarkan dengan pertimbangan serta kriteria tertentu (Sugiono, 2017). Dari hal demikian diharapkan dapat mengambil sampel dengan benar-benar sesuai daripada penelitian yang dilakukan, sebagaimana berikut: 1) Pengusaha dan berbisnis *e-commerce* dibidang *fashion* yang beroperasi di akun media sosial Instagram dan berkedudukan di Surabaya; 2) Pelaku *e-commerce* yang telah beroperasi minimal 1 tahun, karena menggambarkan kemampuan pelaku sudah dapat melaporkan kewajiban perpajakannya; 3) Pelaku *e-commerce* yang memiliki beredar bruto (omzet) yang pendapatannya tidak melebihi empat miliar delapanratus juta rupiah selama 1 tahun pajak, penelitian ini memiliki fokus dengan PP Nomor 23 Tahun 2018.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda. Hasanah (2016) menjelaskan uji ini digunakan guna melihat besarnya pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen. Adapun uji regresi linear berganda dalam penelitian dapat

memungkinkan memberi hitungan besar kasarnya Variabel Dependen, jika Variabel Independen diubah dengan  $\alpha = 5\%$ .

## PEMBAHASAN

### A. Pajak dan Diskurusus yang Meliputinya

#### 1. *E-commerce*

Diartikan dengan sekumpulan aplikasi, *technology*, dan bisnis yang dapat berfungsi dengan merelasikan antara penjual dan pembeli guna melakukan transaksi penjualan, penyebaran, pembelian, serta pemasaran barang dan jasa dengan sistem elektronik melalui internet dan jaringan komputer yang lain (wikipedia.com).

Adapun regulasi transaksi sistem *e-commerce* tidak berbeda dengan sistem yang bersifat konvensional. Namun didapati perbedaan dalam regulasinya yaitu *platform* internet dijadikan sebagai (*Point-Of-Sale*) yang bisa diakses di media elektronik seperti komputer personal, *smart phone*, dan sebagainya.

Regulasi transaksi dapat diawali konsumen dengan mencari produk atau jasa yang dikehendaki dalam internet yakni dengan cara *browsing* atas situs-situs *e-commerce* melalui platform tersebut. Kemudian Melalui *online catalog* tersedia, para pengguna dapat menentukan barang atau jasa yang hendak dibeli. Kemudian tahap lebih lanjut konsumen mengisi *order mail* yang disediakan penjual.

#### 2. Kepatuhan Membayar Pajak

Kepatuhan sebagaimana didefinisikan dalam KBBI memiliki arti sifat patuh; ketaatan: pimpinan negara meminta kepatuhan darisetiap warganya. Sistem pajak di Indonesia telah menganut *system self assessment*. Dalam arti kepatuhan memenuhi kewajiban pajak dan wajib pajak berhak menentukan ketentuannya sendiri atas kewajiban pajak yang harus ia bayarkan di tiap tahun. Mengutip Rahayu (2010), jenis-jenis kepatuhan wajib pajak adalah; kepatuhan formal dan kepatuhan material.

#### 3. Kesadaran Wajib pajak

Makna “Kesadaran” dalam KBBI memiliki arti “keinsafan; keadaan mengetahui atas hal yang dialami seseorang. Kesadaran wajib pajak dapat timbul dalam diri wajib pajak karena sebagai dorongan atas motivasi untuk membayar. Dengan kondisi dimana wajib pajak dapat mengakui, mengetahui, menghargai, dan menaati regulasi pajak yang dapat berlaku untuk memiliki kesungguhan serta keinginan memenuhi pajak.

Hasanah (2016) dan Nugroho (2016) merinci bentuk-bentuk kesadaran wajib pajak yang dapat mendorong untuk membayar pajak sebagaimana berikut;

- a. Sadar bahwa pajak adalah bentuk partisipasi yang menunjang pembangunan nasional. Sikap kesadaran ini yang harus tertanam dalam diri wajib pajak. Wajib pajak berkehendak membayar pajak karena ia merasa tidak dirugikan dari pemungutan pajak oleh negara. Pajak dapat digunakan untuk pembangunan secara berkelanjutan dan menyejahterakan sosial.
- b. Sadar bahwa penundaan membayar pajak serta pengurangan beban pajak dapatlah merugikan negara. Wajib pajak berkehendak membayar pajak dikarekanakan faktor

pemahaman atas penundaan membayar pajak serta pengurangan beban pajak akan berdampak pada kurangnya sumber finansial, sehingga menjadi penghambat atas pembangunan negara.

- c. Sadar bahwa pajak telah ditetapkan Undang-Undang yang bersifat memaksa. Wajib pajak dapat membayar pajak dengan sifat disadari dan memiliki landasan hukum normatif. Perihal ini merupakan kewajiban mutlak bagi setiap warga negara.

Adapun indikator yang digunakan mengukur variabel kesadaran wajib pajak sebagaimana dikutip Nugroho (2016) ialah pajak dalam bentuk partisipasi guna menunjang pembangunan nasional. Sikap menunda membayar pajak dan mengurangi beban pajak dapat disinyalir merugikan negara. Adapun pajak telah ditetapkan oleh Undang-Undang yang bersifat memaksa, membayar pajak tidak dapat sesuai dengan yang semestinya dan dibayarkan dapat merugikan negara, serta menyampaikan SPT.

#### 4. Pengetahuan Peraturan Pajak

Pengetahuan dalam KKBI memiliki arti "kepandaian; suatu hal yang diketahui, atau suatu hal yang diketahui terkait pengetahuan". Pengetahuan didefinisikan sebagai bentuk hasil yang terjadi pada orang yang telah melakukan aktivitas panca indera atas objek tertentu. Aktivitas panca indera terjadi; indera rasa, penglihatan, penciuman, raba, dan pendengaran. Pengetahuan pajak dikontekstualisasikan pada proses ubah sikap dan perilaku masyarakat yang membayar pajak.

Didapati indikator-indikator indikator yang menjelaskan wajib pajak untuk mengetahui serta memahami UU peraturan pajak (Nugroho, 2016), diantaranya; (1) Memiliki NPWP; (2) Pengetahuan serta pemahaman hak dan kewajiban wajib pajak; (3) Pemahaman atas PKP, PTKP, dan tarif pajak. Dengan demikian, pengetahuan serta pemahaman atas tarif pajak yang berlaku bisa mendorong yang berkewajiban dalam membayar pajak untuk menghitung kewajiban pajanyak secara rasional.

#### 5. Penyuluhan Perpajakan

Penyuluhan perpajakan berarti segala suluhan yang dilaksanakan oleh Dirjen Pajak Kemenkeu RI guna memberikan edukasi, pengertian, dan binaan kepada masyarakat terutama wajib pajak untuk mengetahui serta memahami regulasi perpajakan.

### B. Analisis Data

#### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang bekerja dalam riset ini ialah Regresi Linear Berganda, yakni tiga variabel independen; Kesadaran wajib pajak (X1); Pengetahuan peraturan pajak (X2); dan Penyuluhan perpajakan (X3) dan satu variabel dependen; Kepatuhan membayar pajak (Y). Hasanah (2016), menjelaskan uji demikian digunakan guna melihat tingginya dampak pengaruh masing-masing variabel independen dan variabel dependen.

Kemudian lebih lanjut, ujian hipotesis dapat dilakukan formulasi Uji F (kecocokan model) serta Uji t. Adapun langkah-langkah penyajian data dilakukan dalam masing-masing hipotesis;

## 2. Uji Statistik F

Uji statistik F dilakukan dengan misi menguji VI; kesadaran wajib pajak; pengetahuan regulasi pajak; Penyuluhan pajak yang mempunyai dampak dan pengaruh secara kolektif atas satu VD; kepatuhan membayar pajak. Adapun cara yang dilakukan dengan melihat tabel ANOVA dengan hasil pengolahan SPSS. Ditemui langkah-langkahnya;

### a. Formulasi hipotesis statistik

1).  $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$  (Tidak didapati pengaruh positif secara simultan atas kesadaran wajib pajak (X1); pengetahuan regulasi pajak (X2); Penyuluhan pajak(X3) atas kepatuhan perpajakan (Y).

2).  $H_1 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$  (Didapati pengaruh positif secara simultan atas kesadaran wajib pajak (X1); pengetahuan regulasi pajak (X2); Penyuluhan pajak (X3) atas kepatuhan pajak (Y).

### b. Menentukan tingkat signifikansi

Adapun Tingkat signifikansi sebesar  $(\alpha) = 5\%$  dengan persamaan  $0,05$ ;  $n_{df1} = (k - 1)$  dan  $df2 = (n - k)$ . Maka dari itu

$$df1 ; df2 = (k - 1 ; n - k)$$

$$df1 ; df2 = (3 - 1 ; 80 - 3)$$

Diperoleh  $F_{tabel}$  seni;lai 3,12

### c. Mencari nilai $F_{hitung}$

Tabel 1 ANOVA untuk Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	SQ	Df	MQ	F	Sig.
1 RRT	2264,325	3	754,775	55,883	,000 <sup>b</sup>
	1026,475	76	13,506		
	3290,800	79			

Pada tabel 1 ANOVA untuk ujian f di atas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  senilai 55,883.

### d. Kriteria keputusan :

1) Jika ditemukan tingkat signifikan lebih besar maka didapati  $H_0$  dapat diterima dan  $H_1$  dinyatakan ditolak. Dalam arti tiada pengaruh yang positif secara simultan antara kesadaran wajib pajak (X1); pengetahuan regulasi pajak (X2); Penyuluhan pajak (X3) atas sikap patuh membayar pajak (Y).

2) Jika ditemukan tingkat signifikan dinyatakan lebih kecil maka didapati  $H_0$  dinyatakan ditolak dan  $H_1$  dinyatakan diterima. Dalam arti ada pengaruh positif secara simultan antara kesadaran wajib pajak (X1); pengetahuan regulasi pajak X2); Penyuluhan pajak (X3) atas kepatuhan perpajakan (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan yang diperoleh bahwa tingkat signifikansi di tabel ANOVA dengan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $55,883 > 3,12$ . Dalam arti,  $H_0$  dinyatakan tertolak dan  $H_1$  dinyatakan terterima yang memiliki arti

adanya pengaruh positif secara simultan antara kesadaran wajib pajak (X1); pengetahuan regulasi pajak (X2); Penyuluhan pajak (X3) atas kepatuhan pajak (Y).

### 3. Uji statistik t

Dapat dikatakan sebagai uji signifikan individu. Dalam arti uji yang menunjukkan nilai validasi jauh memberi pengaruh pada VI secara parsial atas VD yang ditentukan. Ghozali (2016), menjelaskan langkah-langkah yang diperlukan sebagaimana berikut;

#### a. Merumuskan H<sub>0</sub>

1) H<sub>0</sub> : B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, B<sub>3</sub> = 0 (Tiada pengaruh yang positif secara parsial antara kesadaran wajib pajak (X1); pengetahuan regulasi pajak (X2); Penyuluhan pajak (X3) atas kepatuhan membayar (Y)).

2) H<sub>1</sub> : B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, B<sub>3</sub> ≠ 0 (Adanya pengaruh positif secara parsial kesadaran membayar pajak (X1), pengetahuan regulasi pajak (X2); Penyuluhan pajak (X3) atas kepatuhan perpajakan (Y)).

#### b. Menemukan tingkat signifikansi

Adapun Tingkat signifikansi senilai dengan besaran (α) = 5% atau 0,05 atau kata lain derajat kebebasan df = (n - k). Maka dari itu;

$$df = (n - k)$$

$$df = (80 - 3)$$

$$df = (77)$$

karena hipotesis uji satu arah maka diperoleh t<sub>tabel</sub> sebesar 1,665 3. Mencari nilai t<sub>hitung</sub>

Tabel 2. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,486	2,362		,629	,531
Sikap Sadar atas WAJIB PAJAK (X1)	-,012	,082	-,014	-,149	,882
Pengetahuan regulasi pajak (X2)	,658	,071	,798	9,283	,000
Penyuluhan perpajakan (X3)	,063	,067	,075	,944	,348

Pada tabel 2 ditemui hasil ujian t di atas, diperoleh nilai t<sub>hitung</sub> sebesar - 0,149 untuk variabel sikap wajib pajak (X1); nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 9,283 untuk variabel pengetahuan regulasi pajak (X2); dan nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 0,944 untuk variabel Penyuluhan pajak (X3).

#### c. Kriteria keputusan :

1) Jika ditemui tingkat signifikan > 0,05 atau t<sub>hitung</sub> < t<sub>tabel</sub>, maka H<sub>0</sub> dinyatakan diterima dan H<sub>1</sub> dinyatakan ditolak . Dalam arti tiada pengaruh yang positif antara kesadaran wajib pajak (X1); regulasi pajak (X2); Penyuluhan pajak (X3) atas kepatuhan membayar pajak (Y).

- 2) Jika tingkat signifikansi  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  dinyatakan ditolak dan  $H_1$  dinyatakan diterima. Dalam arti adanya pengaruh positif secara parsial antara sikap sadar wajib pajak (X1); pengetahuan regulasi pajak (X2); Penyuluhan pajak (X3) atas kepatuhan wajib pajak (Y)

#### 4. Pengaruh Kesadaran WAJIB PAJAK dengan Kepatuhan Membayar Pajak

Adapun analisis statistika dapat diperoleh nilai koefisien kesadaran wajib pajak (X1) dengan nilai  $-0,012$ . Adapun Nilai demikian menunjukkan variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai pengaruh negatif dengan kepatuhan membayar pajak. Kemudian nilai demikian menunjukkan, bahwa semakin meningkatnya sikap sadar atas wajib pajak, maka semakin menurunkan sikap patuh membayar pajak. Deskripsi hasil uji hipotesis (uji t) telah dilakukan dan diperoleh hasil, kesadaran wajib pajak yang mempunyai nilai signifikansi  $0,882$  Dalam arti, nilai demikian lebih besar daripada  $0,05$ , dengan  $t_{hitung}$  senilai  $-0,149$  dan  $t_{tabel} 1,665$   $t_{hitung} < t_{tabel}$ .

Adapun hal ini dapat disimpulkan, bahwa kesadaran wajib pajak dapat memberi pengaruh negatif dan tidak memiliki nilai signifikansi atas kepatuhan membayar pajak bai pelaku *e-commerce*. Hasil menunjukkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) yakni adanya pengaruh antara kesadaran wajib pajak dengan sifat patuh membayar sistem perpajakan yang dinyatakan ditolak.

#### 5. Pengaruh Pengetahuan peraturan pajak terhadap Kepatuhan Membayar Pajak

Analisis didapati nilai K antara V pengetahuan regulasi pajak (X2) sebesar  $0,658$ . Kemudian nilai demikian memberikan petunjuk adanya variabel pengetahuan regulasi pajak yang memiliki pengaruh positif atas kepatuhan perpajakan. Adapun nilai demikian menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pengetahuan regulasi pajak dapat semakin meninggikan kepatuhan perpajakan. Dalam arti nilai ini lebih kecil daripada  $0,05$ , yaitu dengan  $t_{hitung}$  senilai  $9,283$  dan  $t_{tabel} 1,665$   $t_{hitung} > t_{tabel}$ , > Hal demikian menunjukkan kesimpulan bahwa secara parsial pengetahuan regulasi pajak didapati pengaruh atas kepatuhan membayar pajak bagi pelaku *e-commerce*. Deskeipsi demikian menunjukkan hipotesis kedua ( $H_2$ ) yakni didapati pengaruh positif pengetahuan antara regulasi pajak terhadap sikap patuh membayar pajak diterima.

#### 6. Pengaruh Penyuluhan Perpajakan terhadap Kepatuhan Membayar Pajak

Pada pembahasan ini didapati nilai koefisien V atas Penyuluhan perpajakan (X3) dengan nilai  $0,063$ . Nilai demikian menunjukkan variabel; antara Penyuluhan perpajakan yang memiliki nilai pengaruh positif atas kepatuhan membayar pajak. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) yang dilakukan, dinyatakan hasil Penyuluhan perpajakan telah mempunyai nilai yang signifikan sebesar  $0,348$  Dalam arti nilai demikian lebih besar daripada  $0,05$ , dengan  $t_{hitung}$  senilai  $0,944$  dan  $t_{tabel} 1,665$   $t_{hitung} < t_{tabel}$ , Dengan demikian hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yaitu terdapat pengaruh signifikan Penyuluhan perpajakan terhadap kepatuhan membayar pajak yang ternyata ditolak.

## KESIMPULAN

Sikap sadar atas wajib pajak secara parsial dapat memberi pengaruh negatif atas kepatuhan membayar pajak bagi pelaku *e-commerce*. Hipotesis pertama ( $H_1$ ) menyatakan didapati pengaruh dan kesadaran wajib pajak bagi sikap patuh membayar pajak yang dapat ditolak.

Sikap pengetahuan peraturan pajak dapat dipengaruhi secara positif dengan kepatuhan membayar pajak bagi pelaku *e-commerce*. Hipotesis kedua ( $H_2$ ) menyatakan adanya pengaruh yang positif antara pengetahuan regulasi pajak dengan kepatuhan membayar.

Adanya kegiatan penyuluhan perpajakan dapat memberi pengaruh positif yang tidak signifikan dengan kepatuhan membayar pajak bagi pelaku *e-commerce*. Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) menyatakan adanya pengaruh positif signifikan diantara kegiatan penyuluhan perpajakan dengan kepatuhan membayar yang hasilnya ditolak.

Didapati pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kesadaran wajib pajak ( $X_1$ ); pengetahuan regulasi pajak ( $X_2$ ); Penyuluhan perpajakan ( $X_3$ ); dengan kepatuhan membayar pajak ( $Y$ ). Kepatuhan membayar pajak bagi pelaku *e-commerce* dapat dipengaruhi oleh kesadaran wajib pajak oleh masyarakat, pengetahuan regulasi pajak; serta Penyuluhan perpajakan senilai 68,8%. Adapun sisanya sebesar 31,2% ternyata dipengaruhi variabel yang lain.

## BIBLIOGRAFI

- Alam, Syamsu. 2014. *Pengaruh Penyuluhan perpajakan, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan WAJIB PAJAK Dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan di Desa Baringeng Kecamatan Lilrilau Kabupaten Soppeng*. Skripsi. Makassar : Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- Ananda, Pasca Rizki Dwi, Srikandi Kumadji dan Achmad Husaini. 2015. *Pengaruh Penyuluhan Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan WAJIB PAJAK (Studi pada UMKM yang Terdaftar sebagai WAJIB PAJAK di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu)*. Jurnal Perpajakan (JEJAK) Vol.6 No.2. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
- Arrum S., Putri Citra. 2016. *Pengaruh Pengetahuan Peraturan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan Sistem Komputerisasi Perpajakan Terhadap Kemauan Pelaku E-Commerce Memenuhi Kewajiban Perpajakan*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
- Faizin, Mochammad Rizza, Kertahadi dan Ika Ruhana. 2016. *Pengaruh Penyuluhan, Pemahaman, dan Kesadaran Prosedur Perpajakan Terhadap Kepatuhan WAJIB PAJAK (Studi pada WAJIB PAJAK Orang Pribadi Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan di Desa Mojoranu Kabupaten Bojonegoro)*. Jurnal Perpajakan (JEJAK) Vol.9 No.1. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro



- Marcellin. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Dalam Pemenuhan Kewajiban Perpajakan Penghasilan Pemilik Bisnis Online di Wilayah Jakarta Pusat*. Jurnal Penelitian. Jakarta: Universitas Binus
- Mardiasmo. 2013. *Perpajakan Edisi Revisi*. (Hal: 54). Yogyakarta: Andi Offset
- Mubarak, Wahit Iqbal. 2010. *Promosi Kesehatan*. (Hal: 257). Yogyakarta: Graha Ilmu
- Mulijadi, Nadia. 2017. *Pengaruh Tingkat Pengetahuan Para Pemilik E-commerce di Kota Bandung Mengenai Peraturan Pajak atas Transaksi E-commerce Terhadap Tingkat Kepatuhan Pembayaran Pajak Atas Transaksi E-commerce*. Skripsi. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan
- Muliari, Ni Ketut dan Putu Ery Setiawan. 2011. *Pengaruh Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan dan Kesadaran WAJIB PAJAK Pada Kepatuhan Pelaporan WAJIB PAJAK Orang Pribadi di KPP Denpasar Timur*. Jurnal Akuntansi Bisnis: Vol.6.1-Januari 2011
- Nazir, Mohammad. 2017. *Metode Penelitian*. (Hal: 110, 170, 179). Bogor: Ghalia Indonesia
- Nopiana, Puspita Rama dan Erni Yanti Natalia. 2018. *Analisis Penyuluhan perpajakan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT WAJIB PAJAK di Kepulauan Riau*. Jurnal Benefita. Batam: Universitas Putera Batam
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2012. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. (Hal:138). Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Nugroho, Bhuono Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. (Hal: 68). Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Nugroho, Edwin. 2016. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak WAJIB PAJAK Orang Pribadi yang Melakukan Pekerjaan Bebas di KPP Pratama Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Nurmantu, Safri. 2005. *Pengantar Perpajakan (Edisi 3)*. (Hal: 148). Jakarta:Penerbit Granit
- Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-43/PJ/2011 tentang Penentuan Subjek Pajak Dalam Negeri dan Subjek Pajak Luar Negeri
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor: 39/PMK.03/2018 tentang Tata Cara Pengambilan Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak
- Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 jo Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh WAJIB PAJAK Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu
- Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map E-commerce*) 2017-2020
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-commerce*)
- Rahayu, Siti Kurnia. 2010. *Perpajakan Indonesia Konsep dan Aspek Formal*. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Salmah, Siti. 2018. *Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran WAJIB PAJAK Terhadap Kepatuhan WAJIB PAJAK Dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)*. Jurnal Akuntansi Vol. 1, No. 2. Makasar: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi-LPI
- Sari, Ririn Puspita. 2018. *Kebijakan Perpajakan Atas Transaksi E-commerce*. Jurnal Akuntabel 15 (1), 2018 67-72. Surabaya: Universitas Airlangga
- Sutiyono, Agus Eko. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Formal WAJIB PAJAK Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus pada KPP Pratama Blitar)*. Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 jo Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP)
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 jo Undang-Undang 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPH)
- Waluyo. 2011. *Perpajakan Indonesia* (Edisi 10, Buku 1). (Hal: 17). Jakarta:Penerbit Salemba Empat
- Widayati dan Nurlis. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak WAJIB PAJAK Orang Pribadi yang Melakukan Pekerjaan Bebas (Studi Kasus pada KPP Pratama Gambir Tiga)*. Jurnal SNA. Vol SNA XIII
- Wijayanto, Guntur Jati. 2016. *Pengaruh Penyuluhan Perpajakan dan Pemahaman Prosedur Perpajakan Terhadap Kepatuhan WAJIB PAJAK Dalam Memenuhi Kewajiban Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB P2) di Kota Magelang Tahun 2015*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

#### COPYRIGHT

Copyright (c) 2021 Aloisius Hama



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).