

PENGARUH PEMAHAMAN PAJAK, TARIF PAJAK, LINGKUNGAN DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGGUNA E-COMMERCE (Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shop di Sidoarjo)

Nadia Vita Melinda¹, M.Sodik², Khojanah Hasan³

¹*Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widnyama Malang,
Email :nadiavm758@gmail.com*

²*Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widnyama Malang
Email :hmsodik4@gmail.com*

³*Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widnyama Malang
Email : janahasan71@gmail.com*

Presenting Author: nadiavm758@gmail.com;

*Corresponding Author: nadiavm758@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce studi kasus pada pengusaha bisnis online shop di Sidoarjo, Jawa Timur. Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara Non Probability Sampling dengan sampling jenuh. Pengumpulan data dilakukan online dengan cara menyebarkan kuisioner menggunakan link Google Form pada 65 responden. Metode statistik menggunakan uji Validitas dan Reabilitas, uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, dengan pengujian hipotesis uji statistik F dan uji statistik t.

Kata Kunci: *Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak, E-Commerce*

Abstract

This study aims to determine the effect of understanding tax regulations, tax rates, the environment and taxpayer awareness on taxpayer compliance with E-Commerce users, a case study on online shop business entrepreneurs in Sidoarjo, East Java. The data collection technique was carried out by means of Non Probability Sampling with saturated sampling. Data collection was done online by distributing questionnaires using a Google Form link to 65 respondents. Statistical methods using Validity and Reliability test, Classical Assumption test, Multiple Linear Regression Analysis, with hypothesis testing F statistic test and t statistic test.

Keywords: *Understanding Tax Regulations, Tax Rates, Taxpayer Environment, Taxpayer Awareness On Taxpayer Compliance, E-Commerce, Government Regulation No. 23 of 2018*

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini peningkatan jumlah pengusaha bisnis dalam sector online tidak bisa diabaikan oleh mata pemerintah. Bisnis online yang mulai digemari para masyarakat Indonesia mampu menjadi atensi baik untuk pemerintah mulai mencanangkan peraturan baru terkait pajak yang diberlakukan bagi para pengusaha bisnis online yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Seperti yang kita ketahui bersama bahwasannya pajak merupakan salah satu sektor penting jika berbicara tentang pendapatan negara. Maka dari itu dengan meningkatnya perdagangan elektronik akan mampu memperbaiki angka pendapatan negara dengan diterapkannya aturan pajak yang paten untuk pengusaha bisnis berbasis online. Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang paham peraturan pajak berlaku juga disebabkan kurangnya sosialisasi yang dilakukan pihak terkait pada lingkungan masyarakat sekitar. Pada akhirnya banyak masyarakat masih enggan untuk melakukan kewajibannya sebagai wajib pajak yang taat membayar pajak sesuai peraturan yang ada. Pemerintah dapat menetapkan seseorang menjadi wajib pajak jika sudah memenuhi persyaratan yang ada dan mempunyai penghasilan yang pantas untuk dipotong sesuai pajak berlaku. Pemerintah juga telah menerapkan pungutan pajak dengan metode Self Assesment di mana wajib pajak bebas memlih sendiri besarnya pajak terutang. Sayangnya masih banyak masyarakat yang enggan melaporkan penghasilannya dan membayar pajak sesuai ketentuan karena masih menganggap pajak yang dibebankan terlalu besar dan memaksa. Hal inilah yang menyebabkan sasaran pajak pemerintah masih jauh dari berhasil sampai saat ini. Fenomena dan beberapa factor yang berada di sekitar inilah yang mendorong peneliti untuk mengambil penelitian pada sector pajak sesuai dengan judul yang telah ditulis di atas untuk mengetahui apakah faktor-faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap patuhnya wajib pajak orang pribadi studi kasus pada pengusaha bisnis berbasis online.

KAJIAN PUSTAKA

Pajak

Pengertian pajak sebagaimana dimaksud oleh PJA Andriani menyatakan bahwa pajak adalah suatu pungutan atau komitmen umum terhadap suatu barang yang dapat dibatasi dan dinyatakan bagi orang pribadi yang harus membayar sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku. Warga bukan langsung memperoleh remunerasi, tetapi dapat ditunjuk dan dimanfaatkan dalam pendanaan untuk kebutuhan negara.

A. E-Commerce

Pengertiannya alur jual beli yang dilakukan lebih dari satu orang yang mengandalkan kecanggihan teknologi yang telah meningkat pesat memunculkan konsumen dari berbagai tempat menjadi sebuah hubungan transaksi.

B. Pemahaman Peraturan Pajak

Pengertiannya adalah sebuah alur yang mana wajib pajak dapat mengerti bagaimana pajak dan menerapkan ilmu yang ada untuk nanti menyeter pajak atau proses memahami dan tahu peraturan undang-undang juga tata cara perpajakan.

C. Tarif Pajak

Angka nominal yang telah ditentukan dan diatur pemerintah tanpa merugikan untuk kemudian menjadi kewajiban wajib pajak membayarkan sesuai nominal dan perhitungan yang berlaku demi terciptanya keadilan dan mensejahterakan masyarakat.

D. Lingkungan Wajib Pajak

Tempat di mana banyak terjadi kegiatan seputar hubungan antar manusia untuk saling berkegiatan yang juga sebagai saran tukar pengetahuan atau informasi sesama teman, keluarga ataupun orang asing yang juga mengetahui tentang peraturan pajak yang disosialisasikan.

E. Kesadaran Wajib Pajak

Pengertiannya, sebagaimana kata kesadaran berarti paham, sadar, mengetahui atau mengerti akan kewajiban dan hak yang dimiliki, sadar benar untuk mentaati peraturan yang berlaku yang telah dibuat sebagaimana mestinya untuk masyarakat taat dan sadar aturan. Pemahaman yang mendalam akan pengertian sadar taat dalam hal membayar pajak yang diwajibkan untuk wajib pajak sesuai ketentuan dari pemerintah dan semestinya jika mempunyai rasa mengerti akan menaati aturan yang sudah diberlakukan sejak lama.

F. Kepatuhan Wajib Pajak

Keadaan seseorang yang perlu membayar pajak dan taat aturan sehingga membayar pajak rutin dan sesuai aturan yang ada.

Penelitian Terdahulu

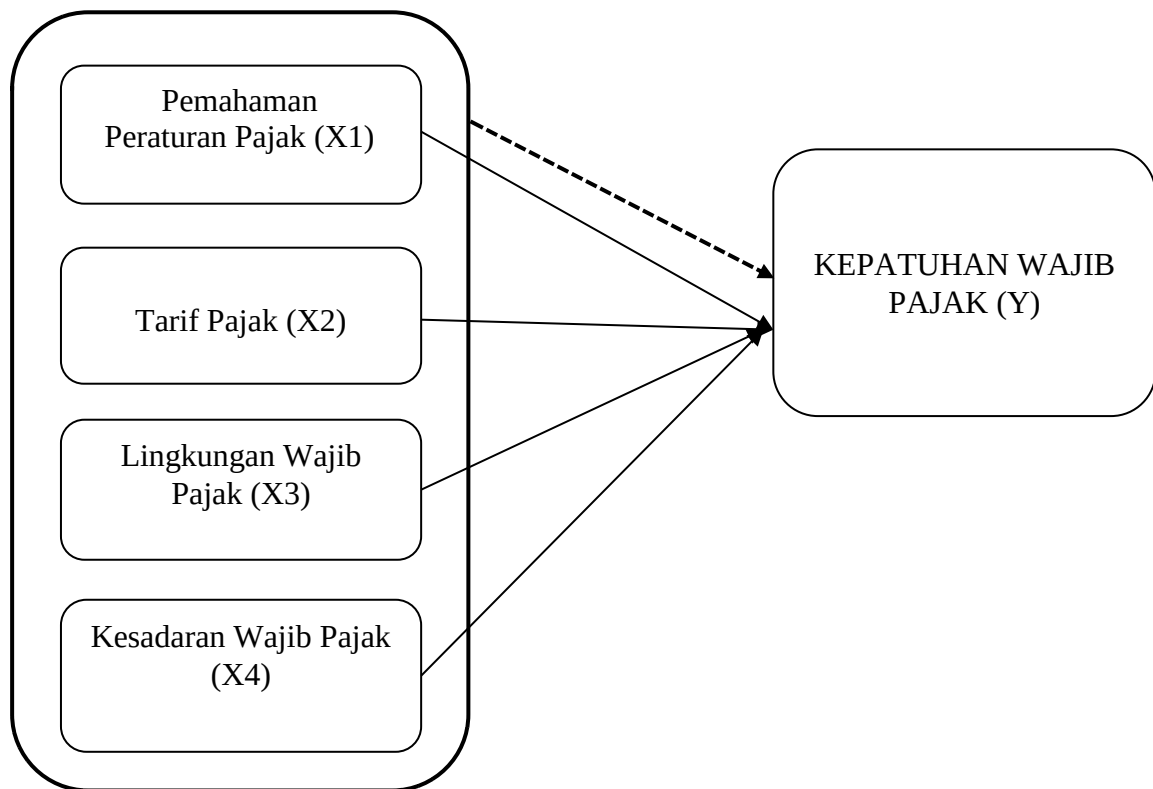
Pertama, pengujian yang dipimpin oleh Arisandy (2017) berencana untuk memberikan bukti dampak masif dari pemahaman pajak warga, kesadaran warga dan sanksi konsistensi penilaian terhadap konsistensi biaya orang-orang yang mempunyai bisnis online shop di Pekanbaru.

Kedua, pengujian yang diarahkan oleh Maulana (2017) bertujuan untuk menentukan dampak masif dari kesadaran warga, sosialisasi kerangka kerja, administrasi kantor administrasi terhadap pelaksanaan kerangka penilaian diri yang mempengaruhi pelaku bisnis sosial.

Ketiga, pemeriksaan yang diarahkan oleh Jotopurnomo dan Mangoting (2013) berarti untuk memutuskan apakah kesadaran warga, sifat tugas administrasi, sanksi biaya dan kesadaran warga saat ini mempengaruhi kepatuhan warga pengguna E-Commerce individu di Surabaya, baik sedikit atau sampai tingkat tertentu. atau di sisi lain selama ini. Konsekuensi dari penelitian ini adalah bahwa faktor-faktor kesadaran warga, sifat administrasi tugas, persetujuan biaya dan iklim warga selama ini dan pada tingkat tertentu secara mendasar mempengaruhi konsistensi warga dengan klien E-Commerce individu di Surabaya.

Kerangka Konseptual

Dalam pengujian yang dilakukan sesi ini bertujuan untuk mengetahui mana saja yang termasuk dalam variabel bebas dan mana yang menjadi variabel terikat yang diuji baik secara parsial maupun simultan apakah faktor atau variabel yang dipilih memang benar adanya berpengaruh terhadap variabel dependen dikatakan. Dalam pengujian yang dilakukan peneliti, variabel bebas terdiri dari 4 variabel yang dilambangkan dengan X1-X4 sedangkan variabel terikat dilambangkan dengan Y.



Keterangan :

- > : Pengaruh Simultan
 —————> : Pengaruh Parsial

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yg dipergunakan pada penelitian ini ialah penelitian kuantitatif. Jenis data yang dipergunakan dalam pengujian oleh peneliti kali ini mengambil dengan satu jenis data yaitu data primer. Data ini peneliti peroleh dengan membuat survei atau bisa disebut dengan kuisioner yang dibuat secara online berbentuk link google form yang kemudian disebarluaskan kepada responden yang telah dihubungi peneliti lebih dahulu untuk memnta kesediaannya mengisi link google form yang telah dibuat peneliti guna mendapatkan data sesuai dengan penelitian yang akan diteliti.

Subjek Pengujian

Pengujian ini akan dilakukan pada *online shop* yang telah berbisnis atau membuka toko selama satu tahun, mempunyai penghasilan kurang dari atau sama dengan 4,8 Milyar dalam satu tahun periode pajak. Online Shop dipilih didasari karena perkembangannya yang tinggi membuat potensi pajak cukup menggiurkan.

Sumber dan Jenis Data

Pengujian yang dilaksanakan oleh peneliti memakai satu jenis data yang disebut data primer. Data Primer dapat dikatakan sebagai satu-satunya data inti atau paten yang digunakan dalam kuisioner pengujian yang telah tersebar pada responden yang dipilh oleh peneliti sebelumnya. Data Primer menjadikan pengujian lebh tepat sasaran dan akurat.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuisioner atau membuat beberapa peranyaan terkait melalui *google form*.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Kriteria yang digunakan adalah Pengusaha Online Shop pengguna E-Commerce yang berada di Sidoarjo, Jawa Timur. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan penulis yaitu pengambilan sampel tanpa peluang berarti bukan semua populasi yang ada memiliki kesempatan yang serupa sejenis untuk dipilih menjadi sampel penelitian. Peneliti mengirimkan polling berbentuk link google form pada 65 responden pengusaha bisnis online pengguna Shopee di Sidoarjo. Ini karena reaksi terbatas dari responden responden bisnis yang peneliti hubungi, tidak semua memberi jawaban sesuai dengan ekspektasi peneliti.

Teknik Analisis Data

1. Skala *likert*

Pengujian dengan standar peningkatan bentuk skala yang digunakan dalam survei atau kuesioner pertanyaan sebuah penelitian berlangsung. Skala yang digunakan yaitu skala 4.

2. Uji Validasi

Mengukur sejauh mana suatu ketepatan suatu yang akan diukur menggunakan instrumen penelitian berupa angket atau kuisioner. Dalam penelitian kali ini uji validitas dilakukan dengan penyebaran kuisioner menggunakan link google form.

3. Uji Realibilitas

Uji ketergantungan dimana hasil perkiraan menggunakan satu jenis yang sama tentu hasil yang diperoleh juga akan sesuai jenis yang dipilih dan disebut reliable.

4. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas
- b. Uji Heteroskedastisitas
- c. Uji Multikolinearitas

5. Uji Hipotesis

- a. Uji Statistik F
- b. Uji Statistik t

6. Koefisien Determinasi (R²)

7. Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Kepatuhan Wajib Pajak

X₁ = Pemahaman Pajak

X₂ = Tarif Pajak

X₃ = Kesadaran Wajib Pajak

X₄ = Kepatuhan Wajib Pajak

e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Usaha berbasis online di tanah air tercinta sedang berkembang. Berbagai barang kini lebih mudah untuk dibeli di internet, mulai dari barang rumah seperti barang kerajinan tangan, makanan, barang furniture, dll. Meningkatnya jumlah pelanggan bisnis online tidak dapat dipisahkan dari kemajuan inovasi web. Produk dengan klasifikasi desain, gadget masih menjadi penguasa bursa perdagangan berbasis web. Khususnya desain untuk fashion wanita sering

memimpin bursa perdagangan internet (pakaian, kemeja, sepatu, dan tas). Aplikasi sosial media hiburan berbasis web baru seperti Instagram dan Tiktok, telah menjadi pilihan utama dalam menjual media bagi para visioner bisnis toko online. Aplikasi gratis dengan aktivitas sederhana adalah pemikiran untuk klien bisnis berbasis web. Hampir semua pengusaha toko online memiliki akun Instagram atau TikTok dan sangat diharapkan untuk beberapa perusahaan toko online untuk menggunakan dua tahap untuk meningkatkan transaksi. Selain itu didukung dengan maraknya para pengguna instagram dan tiktok atau biasa disebut selebgram atau selebtok, siap membantu para visioner bisnis online shop dengan mengiklankan produknya. Kerangka kerja penjaminan dan promosi berbayar adalah pendekatan yang kuat untuk menampilkan bisnis toko berbasis internet melalui hiburan virtual. Otoritas publik telah memberikan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Otoritas publik tidak menetapkan jenis atau tingkat penilaian lain untuk pelaku bisnis berbasis web. Selain bermunculan di toko-toko online yang dikelola oleh dan oleh atau dalam perkumpulan, semakin banyak juga bermunculan pusat-pusat perdagangan atau tempat-tempat jual beli bersama. Sebelumnya, orang dapat mengetahui toko-toko besar, perdagangan, amazon. Namun, sejalan dengan pesatnya laju bisnis berbasis online yang digemari oleh para pengusaha bisnis di 2022, maka lebih menjamur lagi pusat bisnis komersial di Tanah Air tercinta. Kita bisa sebut beberapa yang terkenal seperti Bukalapak, Tokopedia, Lazada, Shopee, Zalora, Bibli dan yang lainnya yang juga mulai berkembang dengan pesat. Keadaan yang terlihat menonjol ini menunjukkan kemajuan usaha melalui perdagangan di internet yang meningkat di Indonesia menjadi sasaran luar biasa untuk pengelola keuangan.

Salah satu pemain bisnis online fundamental di Indonesia adalah Shopee. Head of Public Affairs Shopee Indonesia mengatakan, pada kuartal utama tahun 2021, ada lebih dari 5 juta dealer dinamis di panggung Shopee. UMKM pasti menjadi bagian penting dari perbedaan Shopee. Hal ini terlihat dari kehebohan masyarakat setempat, di mana barang-barang pedagang terdekat membanjiri penawaran di Shopee dengan angka 97% pada tahun 2021. Hal itu juga ditunjukkan oleh hasil review yang dilakukan oleh Ipsos yang merupakan organisasi survei statistik dunia yang terhubung dengan persaingan industri bisnis online di akhir tahun. Pada tahun 2021, ditemukan bahwa Shopee menempati posisi pertama dari empat penanda yang digunakan dalam ulasan tersebut.

Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden berdasarkan Umur

Umur (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
15 -20	6	13,33%
21-25	24	53,33%
26-30	10	22,22%
>30	5	11,11%

Sumber: Penulis (2022)

b. Karakteristik Responden berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah	Persentase (%)
<1 tahun	0	0%

1-3 tahun	34	75,55%
4-6 tahun	8	17,78%
>6 tahun	3	6,67%

Sumber: Penulis (2022)

c. Karakteristik Responden berdasarkan Omzet Penjualan

Omzet Penjualan	Jumlah	Persentase (%)
<300 juta	35	77,78%
300 juta – 1 Milyar	10	22,22%
1 Milyar – 3 Milyar	0	0%
>3<4,8 Milyar	0	0%

Sumber: Penulis (2022)

Hasil Penelitian

a. Uji Validitas

Jumlah sampel 45 dengan tingkat signifikan 0,05 (0,05%) maka $df = 45 - 2 = 43$. Nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,294) = valid Pengujian validitas digunakan dengan bantuan program SPSS dapat dilihat sebagai berikut:

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	tanda	R tabel	Keterangan
Pemahaman Peraturan Pajak (X ₁)	X1.1	0,584	>	0,294	VALID
	X1.2	0,747	>	0,294	VALID
	X1.3	0,451	>	0,294	VALID
	X1.4	0,578	>	0,294	VALID
	X1.5	0,586	>	0,294	VALID
	X1.6	0,532	>	0,294	VALID
	X1.7	0,537	>	0,294	VALID
Tarif Pajak (X ₂)	X2.1	0,521	>	0,294	VALID
	X2.2	0,628	>	0,294	VALID
	X2.3	0,557	>	0,294	VALID
	X2.4	0,756	>	0,294	VALID
	X2.5	0,553	>	0,294	VALID
Lingkungan Wajib Pajak (X ₃)	X3.1	0,737	>	0,294	VALID
	X3.2	0,712	>	0,294	VALID
	X3.3	0,641	>	0,294	VALID
	X3.4	0,708	>	0,294	VALID
	X3.5	0,611	>	0,294	VALID
Kesadaran	X4.1	0,754	>	0,294	VALID

Wajib Pajak (X₃)	X4.2	0,675	>	0,294	VALID
	X4.3	0,492	>	0,294	VALID
	X4.4	0,646	>	0,294	VALID
	X4.5	0,646	>	0,294	VALID
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y1	0,747	>	0,294	VALID
	Y2	0,738	>	0,294	VALID
	Y3	0,604	>	0,294	VALID
	Y4	0,408	>	0,294	VALID
	Y5	0,469	>	0,294	VALID
	Y6	0,573	>	0,294	VALID
	Y7	0,555	>	0,294	VALID
	Y8	0,361	>	0,294	VALID
	Y9	0,603	>	0,294	VALID
	Y10	0,428	>	0,294	VALID

Sumber: Penulis (2022)

Tabel diatas menunjukkan hasil uji validitas dari penelitian yang dilakukan, nilai $R_{hitung} > \text{nilai } R_{tabel}$, ini menunjukkan indikator dari variable independen (X₁- X₄) dan variable dependen (Y) dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel penelitian.

b. Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach`s Alpha	Batas Realibilitas	Keterangan
Pemahaman Peraturan Pajak	0,658	0,60	Reliabel
Tarif Pajak	0,615	0,60	Reliabel
Lingkungan Wajib Pajak	0,707	0,60	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak	0,648	0,60	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,742	0,60	Reliabel

c. Uji Asumsi Klasik

Hasil pengujian asumsi klasik pada SPSS dapat dilihat pada tabel berikut :

Nama Pengujian	Variabel	Kriteria	Hasil
Uji Normalitas	-	Sig. > 0,05	0,114
Uji Heteroskedastisitas	PP (X ₁)	Sig. > 0,05	0,001
	TP (X ₂)	Sig. > 0,05	0,309

Uji Multikolonieritas	LingWP (X_3)	Sig. > 0,05	0,520
	KesWP (X_4)	Sig. > 0,05	0,891
	PP (X_1)	$Tolerance \geq 0,10$ $VIF \leq 10$	0,542 1,845
	TP (X_2)	$Tolerance \geq 0,10$ $VIF \leq 10$	0,746 1,341
	LingWP (X_3)	$Tolerance \geq 0,10$ $VIF \leq 10$	0,678 1,635
	KesWP (X_4)	$Tolerance \geq 0,10$ $VIF \leq 10$	0,618 1,635

Pada tabel di atas, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov one sample. Ini cenderung diakhirkan sebagaimana perhitungan Asymp.Sig. (2-diikuti) sebesar $0,114 > 0,05$ artinya informasi tersebut disesuaikan selaku teratur. Uji heteroskedastisitas diinput yaitu menggunakan uji Glejser, dengan alasan yaitu akibat dari Sig. dari semua faktor otonom lebih menonjol dari 0,05 menyiratkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Terlebih lagi, untuk uji multikolinearitas, kapasitas untuk menanggung semua faktor di atas 0.1 dan hasil VIF untuk semua faktor di bawah 10. Dengan demikian, dapat diduga bahwa tidak ada multikolinearitas.

d. Uji Hipotesis

Nama Pengujian	Variabel	Kriteria	Hasil
Uji F	-	Sig. < 0,05	0,000
Uji t	PemPa (X_1)	Sig. < 0,05 Koe. > 0	0,001 5,025
	TaPa (X_2)	Sig. < 0,05 Koe. > 0	0,309 -1,031
	LingWP (X_3)	Sig. < 0,05 Koe. > 0	0,520 0,650
	KesaWP (X_4)	Sig. < 0,05 Koe. > 0	0,891 0,138
Uji R^2	-	$0 \leq R^2 \leq 1$	0,490

- **Uji Statistik F**

Hasil memunculkan Sig. < 0,001 < 0,05 yangmana H_0 ditolak. Bisa ditarik kesimpulan yaitu PemPa (X_1), TaPa (X_2), LingWP (X_3) dan KesaWP (X_4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variable dependen (Y).

- **Uji Statistik t**

Uraian penjelasan terkait hasil pengujian statistiik t yang tertera pada tabel di atas:

- a. $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $5,025 > 2,02$ dan nilai sig. kurang dari 5% (0,05) sebesar <0,001. Jadi (X_1) berpengaruh signifikan (Y).
- b. $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $-1,031 < 2,02$ dan nilai sig. lebih dari 5% (0,05) sebesar

- 0,309. Jadi (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap (Y).
- c. $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $0,650 < 2,02$ dan nilai sig. lebih dari 5% (0,05) sebesar 0,520. Jadi (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap (Y).
- d. $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $0,138 < 2,02$ dan nilai sig. lebih dari 5% (0,05) sebesar 0,891. Jadi (X_4) tidak berpengaruh signifikan terhadap (Y).
- **Koefisien Determinasi (R^2)**
 Nilai penyesuaian R^2 0,490 atau 49%. Menunjukkan bahwa persentase variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) adalah sebesar 49%. Lalu sebesar 51% terpengaruh oleh faktor atau variabel lain di luar penelitian yang dilakukan peneliti.

Pembahasan

a. Pengaruh Simultan Pemahaman Peraturan Perpajakan, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce

Nilai yang dihasilkan dalam pengujian yang dilakukan peneliti untuk mengetahui pengaruh secara simultan dari variabel pemahaman peraturan pajak (X_1), tarif pajak (X_2), lingkungan (X_3) dan kesadaran wajib pajak (X_4) kepada kepatuhan wajib (Y). Dilihat dari hasil pengujian spekulasi serentak atau disebut dengan Uji F yang telah selesai dilakukan peneliti menunjukkan bahwa f_{hitung} sebesar 11,589 lebih besar daripada f_{tabel} yang didapat pada nilai sebesar 2,61 itu sebabnya peneliti dapat menarik sebuah hasil jika semua faktor atau variabel bebas yang diteliti memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Y) yang pada pengujian kali ini adalah Kepatuhan Wajib Pajak pengguna E-Commerce.

a. Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna E-Commerce

pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pemahaman peraturan pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna e-commerce. Hal ini menunjukkan melalui nilai signifikan pemahaman peraturan perpajakan sebesar $< 0,001$ yang mana nilai tersebut dikatakan lebih kecil dari nilai sig. 0,05 oleh karena itu kesimpulan sementara pertama dalam penelitian ini yakni pemahaman peraturan perpajakan secara parsial berpengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce di Sidoarjo, Jawa Timur.

b. Pengaruh Pemahaman Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna E-Commerce

Pada pembahasan di variabel selanjutnya atau X_2 , hasil yang didapat memunculkan nilai t_{hitung} yang besarnya -1,031 pada dasarnya nilai tersebut lebih kecil dari t_{tabel} yang di dapat yaitu sebesar 2,02 artinya simpulan sementara pertama dikatakan ditolak karena X_2 tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

c. Pengaruh Pemahaman Lingkungan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna E-Commerce

Pada perhitungan untuk variabel X_3 ditemukan hasil bahwa t_{hitung} sebesar 0,650 juga berarti nilainya lebih kecil daripada t_{tabel} yang telah dihasilkan yaitu sebesar 2,02 yang mana berarti kesimpulan sementara pertama ditolak dan juga pada variabel X_3 juga tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

d. Pengaruh Pemahaman Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna E-Commerce

Pada variabel terakhir yang diuji (X_4) memunculkan hasil t_{hitung} sebesar 0,138 yang juga

berarti nilai tersebut lebih kecil disbanding nilai t tabel yang telah dihasilkan sebesar 2,02 dan kesimpulan sementara pertama X_4 ditolak karena variabel X_4 juga tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

e. Implikasi Teori

Implikasi Teori dalam pengujian yang dilakukan oleh peneliti kali ini yaitu terkait dengan semua faktor mempunyai pengaruh untuk seseorang menjadi patuh dalam pembayaran pajak pebisnis online transaksi E-Commerce. Di dalam pengujian kali ini juga menambah wawasan ilmu juga bukti yang nyata bahwasannya banyak faktor yang dapat menjadi pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan seseorang dalam pembayaran pajak yang telah ditentukan atau yang telah berlaku sekian lama.

f. Implikasi Praktis

Implikasi praktis dalam pengujian oleh peneliti kali ini bisa muncul menjadi bahan pertimbangan bagi harus pajak pengusaha bisnis E-Commerce melakukan kepatuhan dalam menjadi wajib pajak, juga hal-hal apa saja yang mendasari seorang wajib pajak menjadi patuh dalam menjalankan kewajibannya membayar pajak sesuai aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Wajib Pajak yang baik dan benar dapat dengan jelas menjalankan kewajiban dan hak yang diperoleh untuk menyetorkan pajak terutang sesuai aturan undang-undang yang berlaku demikian. Tingkat patuh wajib pajak bisa dengan mudah memunculkan dampak yang cepat dalam kenaikan anggaran negara yang sebagaimana akan dialokasikan untuk berbagai sektor dari pemerintahan yang ada.

Kesimpulan

- a. Variabel *Pemahaman Peraturan Pajak* (X_1), *Tarif Pajak* (X_2), *Lingkungan Wajib Pajak* (X_3) dan *Kesadaran Wajib Pajak* (X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) pengguna E-Commerce di Sidoarjo. Karena dari analisis regresi berganda diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dinyatakan berpengaruh pada variabel terikat yaitu Kepatuhan Wajib Pajak. Menurut peneliti pentingnya mengelola *Pemahaman Peraturan Pajak*, *Tarif Pajak*, *Lingkungan Wajib Pajak* dan *Kesadaran Wajib Pajak* secara efektif, guna untuk mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak di Indonesia.
- b. Secara parsial hanya variabel independen X_1 yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Sedangkan variabel tarif pajak, lingkungan dan kesadaran wajib pajak menunjukkan hasil arah negative sehingga ketiga variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Saran

1. Perlu pemahaman lebih dalam kembali terkait pemahaman peraturan pajak yang berlaku, selain itu sosialisasi juga sangat diperlukan untuk pembayar pajak lebih mengerti dengan system pemungutan pajak dan atau tariff pajak yang dikenakan pada para pengusaha bisnis online shop.
2. Peneliti selanjutnya dapat membuat penelitian dengan beragam variabel independen terkait yang belum pernah diusung dalam penelitian tentang perpajakan dan akan lebih baik jika responden yang diteliti bisa lebih luas jangkauannya sesuai keadaan sebenarnya di lapangan.

REFERENSI

- Agus, P. E. P. (2015). *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce*. Bandung: Informatika
- Bakkara, R. H. (2020). 3 Alasan Kenapa Insentif Pajak UMKM Kurang Laku. Diambil dari <https://news.ddtc.co.id/3-alasan-kenapa-insentif-pajak-umkm-kurang-laku-25348>. Diakses pada 24 Juli 2022.
- Budiawan, V. O, & Triyani, Y. (2021). Pengaruh Pemahaman Pajak, Tarif Pajak, & Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pemilik Online Shop yang Terdaftar di Shopee dan Lazada Tahun 2021. *Skripsi*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Jakarta. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/3016/>.
- CNBC. (2022). Ini Dia Raja E-Commerce di Asia Tenggara, Bisa Tebak?. Diambil dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220602154502-37-343830/ini-dia-raja-e-commerce-di-asia-tenggara-bisa-tebak#:~:text=Dalam%20laporan%20tersebut%20e%2Dcommerce,dari%206%20negara%20Asia%20Tenggara>
- Hasanah, R. A. (2016). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Wajib Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna E-Commerce di Palembang (Studi Kasus pada Pengusaha Online Shopping). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang. <http://etheses.uin-malang.ac.id/10498/>.
- Julianto, A. (2017). Pengaruh Tarif, Sosialisasi Serta Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kota Semarang. *Skripsi*. Universitas Dian Nuswantoro. Semarang. <http://eprints.dinus.ac.id/21647/>.
- Kumala, R., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada UMKM. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial*, 1(1), 48-55. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/16>.
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan. Edisi 2019*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Maulana, R., Dhiana, P., & Andini, R. (2017). Pengaruh Signifikan Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Sistem Perpajakan, Pelayanan Kantor Pajak Terhadap Penerapan Self Assesment System yang Berdampak pada Pelaku Sosial Commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pandanaran*, 3(3), 1-16. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/AKS/article/view/808/784>.
- Ningsih, A. S., Maslichah, M., & Mawardi, M. C. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(1), 82-91. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/2836>.
- Noviana, R., Afifudin, & Hariri. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, Penerapan PP. No.23 Tahun 2018, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Sampang). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(4), 51-67. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/6184>.
- Nurmantu, S. (2005). *Pengantar Perpajakan*. Jakarta: Granit.
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang No. 16 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*. Lembaran Negara RI Tahun 2009, No. 62. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. (2013). *Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor: SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi Ecommerce*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. (2018). *Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak*

- Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu*. Lembaran Negara RI Tahun 2018, No. 89. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Tukiran, T. & Mustafidah, H. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta
- Waluyo (2017). *Perpajakan Indonesia*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Widagdo, P. B. (2016). Perkembangan Electronic Commerce (E-Commerce) di Indonesia. *Researchgate Article*. https://www.researchgate.net/publication/311650384_Perkembangan_Electronic_Commerce_E-Commerce_di_Indonesia