

The Determinant Analysis of E-Commerce Tax Payer Compliance in Surakarta: PP No. 23 of 2018

Lintang Kurniawati¹✉, Nur Kholis²

¹Department of Accounting, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

²Department of Accounting, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Indonesia

✉ lk123@ums.ac.id

doi <https://doi.org/10.53017/ujeb.167>

Received: 13/02/2022

Revised: 27/03/2022

Accepted: 30/03/2022

Abstract

This study aims to determine the effect of taxpayers' perceptions of PP Number 23 of 2018, taxpayer awareness, understanding of regulations, and tax rates on e-commerce taxpayer compliance in the city of Surakarta. The population of this study is e-commerce actors in the city of Surakarta. Based on certain criteria, the sample size is 100 respondents. The data collection method used a questionnaire (google form) which was measured by a Likert scale. The data analysis methods used were: (1) descriptive statistics, (2) data quality tests consisting of validity and reliability tests, (3) classical assumption tests consisting of data normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation tests, (4) multiple linear regression analysis. The conclusion of this study is that there is a significant effect of taxpayer awareness and understanding of regulations on e-commerce taxpayer compliance. Meanwhile, taxpayers' perceptions of PP Number 23 of 2018 and tax rates have no effect on e-commerce taxpayer compliance.

Keywords: PP Number 23 of 2018; Taxpayer Awareness; Understanding Of Regulations; Tax Rate; Taxpayer Compliance; E-Commerce

Analisis Determinan Kepatuhan Wajib Pajak *E-Commerce* di Kota Surakarta: PP Nomor 23 Tahun 2018

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi wajib pajak tentang PP Nomor 23 tahun 2018, kesadaran wajib pajak, pemahaman peraturan, dan tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* di kota Surakarta. Populasi penelitian ini adalah pelaku *e-commerce* di kota Surakarta. Berdasarkan kriteria tertentu, maka besarnya ukuran sampel adalah sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner (*google form*) yang diukur dengan skala likert. Metode analisis data yang digunakan adalah: (1) statistik deskripsi, (2) uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, (3) uji asumsi klasik terdiri dari uji kenormalan data, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, (4) analisis regresi linier berganda. Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat pengaruh kesadaran wajib pajak dan pemahaman peraturan yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Sedangkan persepsi wajib pajak tentang PP Nomor 23 tahun 2018 dan tarif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

Kata kunci: PP Nomor 23 tahun 2018; Kesadaran Wajib Pajak; Pemahaman Peraturan; Tarif Pajak; Kepatuhan Wajib Pajak; E-Commerce

1. Pendahuluan

Kini dunia telah memasuki era digital. Semakin mudah dan nyaman konsumen melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce* (*electronic commerce* atau perdagangan elektronik) membuat transaksi perdagangan konvensional turun secara signifikan. Data pertumbuhan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2011 sebesar Rp 13,5 triliun (sumber: Bank Indonesia, katadata). Nilai tersebut terus merangkak naik menjadi Rp 47 triliun pada tahun 2015, Rp 75 triliun pada tahun 2016, dan di proyeksikan pada tahun 2018 menjadi 102 triliun.

E-commerce merupakan transaksi komersial secara elektronik. Sama halnya dengan perdagangan konvensional, pemerintah berwenang untuk memastikan kepatuhan wajib pajak bagi pelaku usaha *e-commerce* di Indonesia. Para pelaku transaksi konvensional telah memberlakukan peraturan perpajakan. Kegiatan ekonomi transaksi *e-commerce* belum terekam pemerintah. Kementerian Keuangan bekerja sama dengan beberapa kementerian lainnya merumuskan pajak *e-commerce* yang nantinya berupa Peraturan Menteri Keuangan (PMK).

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Pemberlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. PKP Pedagang atau PKP Penyedia Jasa yang melakukan penyerahan BKP dan/ atau JKP secara elektronik (*e-commerce*) melalui Penyedia Platform Marketplace wajib memungut, menyeter, dan melaporkan Pajak Pertambahan Nilai yang terutang; atau Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah. Pajak yang terutang adalah sebesar 10% dari nilai transaksi penyerahan BKP dan/ atau JKP. Transaksi perdagangan online sangat diminati karena dapat memberikan kemudahan dan keuntungan yang besar bagi pedagang atau konsumen. Di masa pandemi covid-19 banyak pegawai yang kehilangan sumber pendapatan, sehingga banyak yang beralih mencari penghasilan melalui berdagang secara online. Dengan memanfaatkan smart phone dan internet, seseorang dapat dengan mudah memasarkan produk dan jasa melalui sosial media. Dari sisi pelaku usaha, hadirnya media penjualan online menjadi peluang untuk meningkatkan keuntungan dengan memperluas target pasar di dunia maya. Salah satu media penjualan melalui internet adalah *market place*. *Market place* adalah lokasi jual beli produk dimana penjual dan konsumen bertemu dalam sebuah *platform*. Media selanjutnya adalah berupa *website* yang dimiliki oleh usaha untuk digunakan sebagai wadah jual beli.

Dalam transaksi jual beli pada online marketplace, terdapat banyak penjual yang merupakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagian di antara penjual-penjual tersebut belum memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Hal ini menjadi tantangan bagi Ditjen Pajak untuk menggali data pelaku transaksi perdagangan elektronik. Potensi PPh dari transaksi perdagangan elektronik dapat dilihat dari omzet setiap penjual yang terdaftar dalam online marketplace.

Bagi wajib pajak yang memiliki peredaran bruto kurang dari Rp4,8 miliar setahun maka pajak yang dikenakan menggunakan tarif PPh Final sebagaimana diatur dalam PP No. 23 Tahun 2018. Sedangkan wajib pajak dengan peredaran bruto dalam satu tahun lebih dari Rp4,8 miliar maka menggunakan tarif PPh sesuai pasal 17 UU PPh. Selain itu, wajib pajak dengan peredaran bruto lebih dari Rp4,8 miliar juga wajib mendaftarkan diri untuk menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP).

Menurut penelitian Zaen Zuhaj [1] persepsi Wajib Pajak tentang PP No 46 tahun 2013 berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Menurut penelitian Khrisna [2] persepsi Wajib Pajak tentang PP No 46 tahun 2013 berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Perbedaan penelitian ini dari peneliti terdahulu adalah adanya

variabel tentang Persepsi WP tentang PP No 23 th 2018 yaitu penurunan tarif yang semula 1% menjadi 0.5%, karena dengan adanya penurunan tarif menjadikan beban pajak yang harus dibayar lebih kecil dan tidak memberatkan wajib pajak.

Menurut penelitian Hasanah [3] kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Menurut penelitian Arisandy [4] kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Ningsih [5] yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak yang sadar kewajibannya dalam membayar pajak, maka akan membuat wajib pajak patuh.

Menurut penelitian Hasanah [3] pemahaman peraturan berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Menurut penelitian Yoeanda [6] pemahaman peraturan pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Ningsih [5] yang menyatakan pemahaman peraturan pajak tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Menurut penelitian Hasanah [3] tarif pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Menurut penelitian Fitria [7] tarif pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Cahyani [8] yang menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan adanya penurunan tarif yang semula 1% menjadi 0.5% menjadikan beban pajak yang harus dibayar lebih kecil dan tidak memberatkan wajib pajak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh kepatuhan wajib pajak *e-commerce* di kota Surakarta dengan menambahkan persepsi wajib pajak tentang PP No.23 Tahun 2018, kesadaran wajib pajak, pemahaman peraturan dan tarif pajak.

2. Literatur Review

2.1. Pajak

Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasar atas Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapatkan jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan atas penghasilan yang diterima oleh wajib pajak dalam tahun pajak tertentu. Peraturan Pajak No 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu sebagaimana dimaksud adalah wajib pajak orang pribadi dan atau wajib pajak badan berbentuk koperasi, persekutuan komanditer, firma, atau perseroan terbatas yang memiliki atau memperoleh penghasilan dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp4.800.000.000,00 (empat miliar delapan ratus juta rupiah) dalam satu tahun pajak dan dikenakan tarif 0,5% (nol koma lima persen) dari peredaran bruto.

2.2. Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak adalah sebuah kondisi dimana seorang wajib pajak mengetahui, mengakui, menghargai dan menaati ketentuan perpajakan yang berlaku serta memiliki kesanggupan dan keinginan untuk memenuhi kewajiban pajaknya. Menurut (Manik Asri,2009) wajib pajak memiliki kesadaran apabila sesuai dengan hal-hal berikut:

- a. Mengetahui adanya undang-undang dan ketentuan perpajakan.
- b. Mengetahui fungsi pajak untuk pembiayaan negara.
- c. Memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

- d. Memahami fungsi pajak untuk pembiayaan negara.
- e. Menghitung membayar, melaporkan pajak dengan suka rela.
- f. Menghitung membayar, melaporkan pajak dengan benar.

2.3. Pemahaman Peraturan

Proses dimana seorang wajib pajak mengetahui aturan perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan untuk membayar pajak. Menurut Lovihan [9] Pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perpajakan adalah cara wajib pajak dalam memahami peraturan perpajakan yang telah ada. Wajib pajak yang tidak memahami peraturan perpajakan secara jelas cenderung akan menjadi wajib pajak yang tidak taat. Jelas bahwa semakin paham wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, maka semakin paham pula wajib pajak terhadap sanksi yang akan diterima bila melalaikan kewajiban perpajakan mereka. Dimana wajib pajak yang benar-benar paham, mereka akan mengetahui sanksi administrasi dan sanksi pidana sehubungan dengan SPT dan NPWP.

2.4. Tarif Pajak

Tarif pajak adalah dasar pengenaan pajak atas obyek pajak yang menjadi tanggung jawab pajak. Menurut Mardiasmo [10] tarif pajak dibagi menjadi empat, yaitu:

- a. Tarif sebanding/proporsional, tarif berupa persentase yang tetap terhadap berapapun jumlah yang dikenai pajak, sehingga besarnya pajak yang terutang proporsional terhadap besarnya nilai yang dikenai pajak.
- b. Tarif Tetap, tarif berupa jumlah yang tetap (sama) terhadap berapapun jumlah yang dikenai pajak, sehingga besarnya pajak yang terutang tetap
- c. Tarif Progresif, presentase tarif yang digunakan semakin besar bila jumlah yang dikenai pajak semakin besar.
- d. Tarif Degresif, presentase tarif yang digunakan semakin kecil bila jumlah yang dikenai pajak makin besar.

2.5. Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan suatu tindakan patuh terhadap ketentuan pajak yang berlaku. Kepatuhan wajib pajak mencakup beberapa hal antara lain mencatat atau membukukan transaksi usaha, melaporkan kegiatan usaha sesuai dengan peraturan yang berlaku dan kepatuhan terhadap semua aturan perpajakan lainnya. Menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor: 72/PMK.03/2012 bahwa kriteria kepatuhan wajib pajak adalah:

- a. Tepat waktu dalam menyampaikan SPT
- b. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau mendunda pembayaran pajak
- c. Laporan keuangan diaudit Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat Wajar tanpa pengecualian selama 3 (tiga) tahun berturut-turut
- d. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana dibidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dan jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir.

2.6. Pengertian *E-Commerce*

Menurut Loudon [11] *e-commerce* adalah suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan.

2.7. Pengembangan Hipotesis

2.7.1. Hubungan Persepsi WP tentang PP No 23 Tahun 2018 dengan Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce

Pemerintah terus mengupayakan agar penerimaan negara melalui sektor perpajakan dapat meningkat secara terus menerus. Salah satu perturan yang dikeluarkan adalah PP No 23 Tahun 2018 tentang pajak penghasilan yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu yang menyatakan bahwa tarif pajak penghasilan (Pph) Final 0.5% yang diharapkan mampu mendorong wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakannya.

Persepsi Wajib Pajak Tentang PP No 23 Tahun 2018 diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Peraturan ini telah menyederhanakan tarif pajak final 0.5% atas peredaran bruto tertentu. berdasarkan penelitian dari Zaen Zulhaj [1] menyatakan bahwa Persepsi Wajib Pajak Tentang PP No 46 tahun 2013 berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini adalah:

H₁: Persepsi Wajib Pajak Tentang PP No 23 Tahun 2018 berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *e-commerce*

2.7.2. Kesadaran Wajib Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce

Kesadaran wajib pajak merupakan kondisi dimana wajib pajak mengetahui, memahami dan melaksanakan perpajakan dengan benar dan sukarela. Kesadaran pajak ini dapat ditingkatkan dengan pemahaman wajib pajak akan peraturan perpajakan dan undang-undang perpajakan yang mencantumkan tata cara perpajakan yang akan membantu wajib pajak untuk mengetahui bagaimana cara wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakannya. Penelitian yang dilakukan Yoeanda [6] menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini adalah:

H₂: Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *e-commerce*.

2.7.3. Pemahaman Peraturan dengan Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce

Berdasarkan *Teori Of Planned Behavior*, pemahaman peraturan yang terkait dengan *behavior* menjelaskan bahwa sikap individu akan mempengaruhi keinginan individu dalam bertindak dengan mengetahui hasil dari tindakan yang dilakukan individu tersebut. Teori ini memiliki pengaruh pemahaman wajib pajak terhadap niat wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Pemahaman peraturan adalah proses dimana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pemahaman untuk membayar pajak. Penelitian yang dilakukan Yoeanda [6] menyatakan bahwa pemahaman peraturan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini adalah:

H₃: Pemahaman Peraturan berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *e-commerce*.

2.7.4. Tarif Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce

Tarif pajak adalah dasar pengenaan pajak atas obyek pajak yang menjadi tanggung jawab pajak. Tarif pajak final atas PP Nomor 23 Tahun 2018 adalah tarif final 0,5% dari peredaran bruto tertentu, dengan adanya penurunan tarif dari 1% menjadi 0,5% diharapkan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Penelitian yang dilakukan Cahyani [8] tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis yang diambil dalam penelitian ini adalah:

H₄: Tarif Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *e-commerce*.

3. Metode

3.1. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah UMKM Kota Surakarta. Berdasarkan data dari DINKOPUKM Kota Surakarta jumlah yang diakses pada 8 Maret 2021 berjumlah 3098 UKM yang terdaftar. Subyek dari penelitian ini adalah pelaku UMKM pengguna *e-commerce* di Kota Surakarta.

3.2. Populasi dan Sampel

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Populasi adalah seluruh jumlah orang atau penduduk di suatu daerah, jumlah orang, atau pribadi yang mempunyai ciri-ciri yang sama, jumlah penghuni baik manusia maupun makhluk hidup lainnya pada suatu satuan ruang tertentu, sekelompok orang, benda, atau hal yang menjadi sumber pengambilan sample. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM Kota Surakarta yang menggunakan E-Commerce.

Penelitian ini menggunakan responden dari UMKM *e-commerce* di kota Surakarta sebagai obyek penelitian karena berdasar data dari DINKOPUKM Kota Surakarta jumlah yang diakses pada 8 Maret 2021 berjumlah 3098 UKM yang terdaftar dan ada kemungkinan UKM yang menggunakan *e-commerce* belum terdaftar di DINKOPUKM Kota Surakarta dan peneliti juga tinggal di Kota Surakarta sehingga data dan hasil penelitian segera di peroleh.

Menurut Sumargo [12], sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih sedemikian rupa sehingga hasilnya dapat menyimpulkan populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik metode Probability Sampling. Probability Sampling adalah setiap unit analisa dalam populasi memiliki peluang yang sama terpilih untuk menjadi anggota sample [12]. Penentuan jumlah sample dalam penelitian ini menggunakan rumus teori Roscoe. Menurut Teori Roscoe dalam Sugiyono [13] yang menyatakan bahwa jumlah anggota sampel 10 kali dari dari jumlah variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini terdiri 5 variabel maka jumlah sampelnya adalah $5 \times 10 = 50$ responden.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form*. Jawaban dari responden diukur dengan skala *Likert* yaitu: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), kurang setuju (skor 3), tidak setuju (skore 2), dan sangat tidak setuju (skor 1).

3.4. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependent biasa disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependent dalam penelitian ini yaitu kepatuhan pajak. Kepatuhan wajib pajak adalah keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hal perpajakan.

3.4.2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Independen biasa disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi wajib pajak tentang PP No 23 tahun 2018, kesadaran wajib pajak, pemahaman peraturan, tarif pajak.

Untuk mengklasifikasi variabel dengan baik agar tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah penelitian selanjutnya. Maka penelti menggunakan

skala pengukuran dengan skalaliker untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok.

Dalam mengukur jawaban responden pada kuisioner Pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *online shop* di kota Surakarta menggunakan skala likert, maka jawaban akan diberi skor dengan tingkatan sebagaimana ditunjukkan pada [Tabel 1](#).

Tabel 1. Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, dan frekuensi. Karakteristik responden dibutuhkan untuk mengetahui informasi umum yang menjadi responden penelitian. Informasi umum dalam penelitian ini antara lain : umur, jenis kelamin, pendidikan, lama usaha, dan jenis usaha.

3.5.2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk mengukur *valid* (ketepatan) tidaknya suatu item pertanyaan dalam kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan melalui perhitungan dengan program SPSS yaitu membandingkan koefisien korelasi masing-masing item pertanyaan dengan total skor tiap variabel (r_{hitung}) dengan t_{tabel} . Suatu item pertanyaan dikatakan valid, apabila $r_{hitung} > t_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban responden terhadap setiap pertanyaan dalam sebuah kuesioner. Apabila jawaban responden stabil atau konsisten dari waktu ke waktu maka kuesioner dapat dikatakan reliabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel, apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal tidaknya suatu distribusi data. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan histogram dan *normal P-P plot of regression standardized residual*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas [14].

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan diantara variabel bebas. Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF). Jika hasil nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* $\geq 0,1$, maka tidak ada hubungan antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas [14].

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain [14]. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain adalah sama, maka dalam model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain adalah tidak sama, maka dalam model regresi tersebut terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Menurut Gujarati [15] bahwa uji *Glejser* dilakukan dengan cara meregresikan variabel-variabel independen terhadap nilai absolut residualnya ($|e|$). Jika semua nilai *sig* pada hasil uji heteroskedastisitas lebih dari 0,05, maka hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat adanya heteroskedastisitas pada model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode-1(sebelumnya) atau korelasi kesalahan antar responden. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini, uji autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson* [14].

3.5.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen [16], [17]. Adapun persamaan regresi linier berganda dapat dibuat model sebagaimana ditunjukkan pada persamaan 1.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon \quad (1)$$

Dimana:

Y = kepatuhan wajib pajak *e-commerce*

X_1 = persepsi wajib pajak tentang PP No. 23 tahun 2018

X_2 = kesadaran wajib pajak

X_3 = pemahaman peraturan

X_4 = tarif pajak

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel persepsi wajib pajak tentang PP No. 23 tahun 2018

β_2 = koefisien regresi variabel kesadaran wajib pajak

β_3 = koefisien regresi variabel pemahaman peraturan

β_4 = koefisien regresi variabel tarif pajak

ε = *error*

Untuk mengetahui apakah semua variabel independen (X) dalam model regresi berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y), maka dilakukan uji F . Sebagai kriteria dalam uji F adalah sebagai berikut:

- Apabila nilai $\text{sig} \leq 0,05$, maka semua variabel independen (X) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- Apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, maka semua variabel independen (X) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Sedangkan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen (X) dalam model regresi berpengaruh secara parsial atau individu terhadap variabel dependen (Y), maka digunakan uji t . Adapun sebagai kriteria dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai $\text{sig} \leq 0,05$, maka variabel independen (X) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)
- b. Apabila nilai $\text{Sig} > 0,05$, maka variabel independen (X) secara parsial atau individu tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

Perhitungan uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, asumsi klasik, koefisien regresi, uji t, uji F, dan koefisien determinasi menggunakan bantuan *software* SPSS versi 23.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskripsi karakteristik responden sebagai informasi umum dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, pendidikan, lama usaha, jenis usaha, dan umur ditunjukkan pada [Tabel 2](#).

Tabel 2. Statistik Deskripsi Karakteristik Responden

Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	30	30,0
Perempuan	70	70,0
Pendidikan		
SMA/SMK/D1/D2	67	67,0
Diploma (D3)	15	15,0
Sarjana (S1)	18	18,0
Lama Usaha		
< 1 tahun	39	39,0
1 – 3 tahun	48	48,0
3 – 5 tahun	5	5,0
> 5 tahun	8	8,0
Jenis Usaha		
Pakaian	29	29,0
Tas/Dompet	10	10,0
Kosmetik	11	11,0
Sepatu/sandal	2	2,0
Selimut	3	3,0
Asesoris (jam tangan, kacamata, dsb)	8	8,0
Kuliner	7	7,0
Peralatan Dapur/Rumah Tangga	6	6,0
Lainnya	24	24,0

Berdasarkan [Tabel 2](#) dapat diketahui bahwa responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah sebanyak 30 orang (30,0%), sedangkan perempuan sebanyak 70 orang (70,0%). Sehingga pelaku *e-commerce* didominasi oleh perempuan.

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir diperoleh bahwa 67 responden (67,0%) berpendidikan SMA/SMK/D1/D2, 15 responden (15,0%) berpendidikan Diploma (D3), dan 18 responden (18,0%) berpendidikan Sarjana (S1). Sehingga pelaku *e-commerce* didominasi oleh responden berpendidikan SMA/SMK/D1/D2.

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan lamanya usaha diperoleh bahwa 39 responden (39,0%) lamanya usaha kurang dari 1 tahun, 48 responden (48,0%) lamanya usaha antara 1 dan 3 tahun, 5 responden (5,0%) lamanya usaha antara 3 dan 5 tahun, dan 8 responden (8,0%) lamanya usaha lebih dari 5 tahun. Sehingga pelaku *e-commerce* didominasi oleh responden yang lamanya usaha antara 1 dan 3 tahun. Adapun jenis usaha

yang dijalankan oleh pelaku *e-commerce* yang paling banyak adalah menjual pakaian secara online yaitu sebanyak 29%.

Deskripsi identitas responden berdasarkan usia diperoleh bahwa rata-rata umur responden adalah 28,8 tahun dengan standar deviasi sebesar 5,44 tahun. Disamping itu, umur responden yang paling muda adalah 19 tahun dan yang paling tua adalah 54 tahun.

4.2. Uji Kualitas Data

4.2.1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa koefisien korelasi semua item pertanyaan dengan skor total adalah lebih besar dari r_{tabel} , maka semua item pertanyaan variabel persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X_1), kesadaran wajib pajak (X_2), pemahaman peraturan (X_3), tarif pajak (X_4), dan kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y) dinyatakan valid.

Item pertanyaan pada variabel persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X_1) yang mempunyai validitas tertinggi adalah item pertanyaan X13 dengan koefisien korelasi sebesar 0,954, sedangkan item pertanyaan yang mempunyai validitas terendah adalah item pertanyaan X110 dengan koefisien korelasi sebesar 0,202.

Untuk item pertanyaan pada variabel kesadaran wajib pajak (X_2) yang mempunyai validitas tertinggi adalah item pertanyaan X26 dengan koefisien korelasi sebesar 0,922, sedangkan item pertanyaan yang mempunyai validitas terendah adalah item pertanyaan X22 dengan koefisien korelasi sebesar 0,808.

Untuk item pertanyaan pada variabel pemahaman peraturan (X_3) yang mempunyai validitas tertinggi adalah item pertanyaan X32 dengan koefisien korelasi sebesar 0,911, sedangkan item pertanyaan yang mempunyai validitas terendah adalah item pertanyaan X38 dengan koefisien korelasi sebesar 0,704.

Untuk item pertanyaan pada variabel tarif pajak (X_4) yang mempunyai validitas tertinggi adalah item pertanyaan X44 dengan koefisien korelasi sebesar 0,939, sedangkan item pertanyaan yang mempunyai validitas terendah adalah item pertanyaan X45 dengan koefisien korelasi sebesar 0,799.

Sedangkan untuk item pertanyaan pada variabel tarif pajak (X_4) yang mempunyai validitas tertinggi adalah item pertanyaan X44 dengan koefisien korelasi sebesar 0,939, sedangkan item pertanyaan yang mempunyai validitas terendah adalah item pertanyaan X45 dengan koefisien korelasi sebesar 0,799.

Sedangkan untuk item pertanyaan pada variabel kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y) yang mempunyai validitas tertinggi adalah item pertanyaan Y4 dengan koefisien korelasi sebesar 0,947, sedangkan item pertanyaan yang mempunyai validitas terendah adalah item pertanyaan Y7 dengan koefisien korelasi sebesar 0,407.

4.2.2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan reliabilitas untuk semua variabel dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar antara 0,924 dan 0,946. Sehingga nilai *Cronbach's Alpha* > 0,600. Dengan demikian variabel persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X_1), kesadaran wajib pajak (X_2), pemahaman peraturan (X_3), tarif pajak (X_4), dan kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y) dinyatakan reliabel.

4.3. Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil perhitungan terkait dengan analisis statistik deskripsi tentang variabel penelitian dapat dilihat pada **Tabel 3**. Skor variabel persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 dapat diperoleh yang terkecil adalah sebesar 12 dan yang terbesar adalah sebesar 50. Rata-rata skor persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 sebesar 32,77 dengan standar deviasi sebesar 8,329. Untuk skor variabel kesadaran wajib pajak dapat diperoleh yang

terkecil adalah sebesar 6 dan yang terbesar adalah sebesar 30. Rata-rata skor kesadaran wajib pajak sebesar 21,83 dengan standar deviasi sebesar 4,262. Untuk skor variabel pemahaman peraturan dapat diperoleh yang terkecil adalah sebesar 21 dan yang terbesar adalah sebesar 50. Rata-rata skor pemahaman peraturan sebesar 35,57 dengan standar deviasi sebesar 7,097. Untuk skor variabel tarif pajak dapat diperoleh yang terkecil adalah sebesar 8 dan yang terbesar adalah sebesar 25. Rata-rata skor tarif pajak sebesar 16,15 dengan standar deviasi sebesar 4,462. Sedangkan untuk skor variabel kepatuhan wajib pajak dapat diperoleh yang terkecil adalah sebesar 8 dan yang terbesar adalah sebesar 40. Rata-rata skor kepatuhan wajib pajak *e-commerce* sebesar 18,27 dengan standar deviasi sebesar 5,745.

Tabel 3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

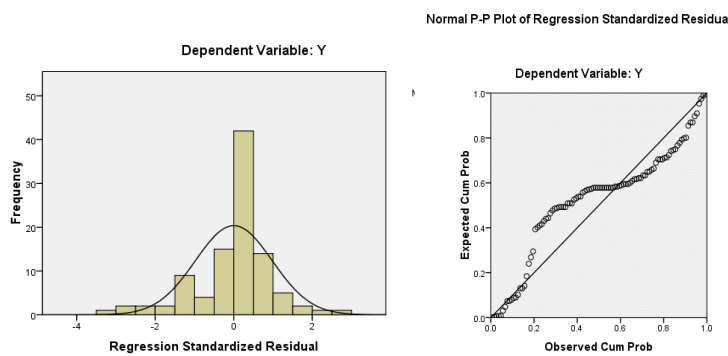
Variabel	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
Persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X ₁)	12	50	32,77	8,329
Kesadaran wajib pajak (X ₂)	6	30	21,83	4,262
Pemahaman peraturan (X ₃)	21	50	35,57	7,097
Tarif pajak (X ₄)	8	25	16,15	4,462
Kepatuhan wajib pajak <i>e-commerce</i> (Y)	8	40	18,27	5,745

Sumber: Data Diolah, SPSS

4.3.1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Kenormalan Data

Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan histogram dan *normal P-P plot of regression standardized residual*. Hasil uji kenormalan data ditunjukkan pada **Gambar 1.**



Gambar 1. Uji Normalitas

Dari grafik di atas, terlihat bahwa bentuk kurvanya merupakan kurva dari distribusi normal. Berdasarkan *normal P-P plot of regression standardized residual* nampak titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan data mengikuti distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikorelasi. Jika hasil nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* ≥ 0,1, maka tidak terjadi multikolinieritas (Santoso, 2001). Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada **Tabel 4.** Dapat diketahui nilai VIF yang diperoleh antara 5,279 dan 8,051, sehingga nilai VIF kurang dari 10. Disamping itu, nilai *Tolerance* juga lebih dari 0,1. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X ₁)	0,141	7,075
Kesadaran wajib pajak (X ₂)	0,189	5,279
Pemahaman peraturan (X ₃)	0,124	8,051
Tarif pajak (X ₄)	0,157	6,382

Sumber: Data Diolah, SPSS

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas yang digunakan adalah uji *Glejser*. Menurut Gujarati (2006) bahwa uji *Glejser* dilakukan dengan cara meregresikan variabel-variabel independen terhadap nilai absolut residualnya ($|e|$). Adapun hasil uji *Glejser* ditunjukkan pada **Tabel 5**.

Tabel 5. Uji *Glejser*

Variabel	Koefisien	Nilai t-hitung	Sig
Konstanta	-0,413	-0,308	0,759
Persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X ₁)	-0,072	-0,963	0,338
Kesadaran wajib pajak (X ₂)	0,095	0,749	0,456
Pemahaman peraturan (X ₃)	0,050	0,535	0,594
Tarif pajak (X ₄)	0,066	0,501	0,618

Sumber : Data Diolah, SPSS

Berdasarkan **Tabel 5** di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier untuk heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Glejser* sebagaimana ditunjukkan pada persamaan 2:

$$|e| = -0,413 - 0,072 X_1 + 0,095 X_2 + 0,050 X_3 + 0,066 X_4 \quad (2)$$

Hasil uji *Glejser* dari hasil perhitungan diperoleh nilai *sig* sebesar 0,338 untuk variabel independen X₁, nilai *sig* sebesar 0,456 untuk variabel independen X₂, nilai *sig* sebesar 0,594 untuk variabel independen X₃, dan nilai *sig* sebesar 0,618 untuk variabel independen X₄. Ternyata nilai *sig* tersebut semuanya lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat adanya heteroskedastisitas pada model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Dalam penelitian ini, uji autokorelasi yang digunakan adalah uji *Durbin-Watson*. Hasil perhitungan diperoleh nilai *Durbin-Watson* (Nilai D-W) sebesar 1,867. Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 0,05, ukuran sampel (n) sebesar 100, dan banyaknya variabel bebas (k) sebesar 4, maka dari Tabel *Durbin-Watson* diperoleh nilai dL sebesar 1,592 dan dU sebesar 1,758. Ternyata nilai D-W sebesar 1,867 terletak diantara dU dan 2 atau diantara 1,758 dan 2, maka hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat autokorelasi.

4.3.2. Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis. Seperti yang telah dipaparkan diatas, variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X₁), kesadaran wajib pajak (X₂), pemahaman peraturan (X₃), dan tarif pajak (X₄), sedangkan variabel dependennya adalah kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y). Berdasarkan variabel independen dan dependen tersebut, maka dengan menggunakan *software* SPSS versi 23 diperoleh hasil perhitungan sebagaimana ditunjukkan pada **Tabel 6**.

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	Nilai t-hitung	Sig
Persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X ₁)	0,00009	0,001	0,999
Kesadaran wajib pajak (X ₂)	0,744	4,227	0,000
Pemahaman peraturan (X ₃)	0,321	2,459	0,016
Tarif pajak (X ₄)	-0,134	-0,727	0,469
Konstanta	1,361		0,468
F-hitung = 53,729			0,000
R ² = 0,693			

Sumber: Data Diolah, SPSS

Dari hasil perhitungan pada **Tabel 6** di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,361 + 0,00009 X_1 + 0,744 X_2 + 0,321 X_3 - 0,134 X_4 + e \quad (3)$$

4.3.3. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Hasil perhitungan dengan menggunakan *software* SPSS versi 23 diperoleh F_{hitung} sebesar 53,729 dengan nilai *sig* sebesar 0,000 seperti terlihat pada **Tabel 6**. Dengan demikian, hasil uji F menunjukkan bahwa $sig < 0,05$, artinya variabel persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X₁), kesadaran wajib pajak (X₂), pemahaman peraturan (X₃), dan tarif pajak (X₄) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y).

4.3.4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Dari **Tabel 6** nampak bahwa besarnya koefisien determinasi (R²) sebesar 0,693. Koefisien determinasi ini menunjukkan besarnya sumbangan atau kontribusi variabel persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X₁), kesadaran wajib pajak (X₂), pemahaman peraturan (X₃), dan tarif pajak (X₄) terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y) yaitu 69,3%. Atau dengan kata lain, variabel persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X₁), kesadaran wajib pajak (X₂), pemahaman peraturan (X₃), dan tarif pajak (X₄) dapat menjelaskan variabel kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y) sebesar 69,3%.

4.3.5. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Adapun hasil uji t yang diperoleh dari program SPSS adalah sebagai berikut:

H₁ : Persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

Hipotesis 1 diuji dengan menggunakan uji t. Di dalam uji t ini, nilai koefisien regresi variabel persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X₁) yang besarnya 0,00009 merupakan nilai koefisien yang bermakna atau tidak bermakna. Dari **Tabel 6** nampak bahwa hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,001 dengan nilai *sig* sebesar 0,999. Nilai *sig* tersebut bila dibandingkan dengan taraf signifikansi sebesar 0,05, ternyata nilai *sig* sebesar 0,999 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji t adalah tidak signifikan, artinya bahwa secara parsial variabel persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 (X₁) tidak berpengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y). Oleh karena itu, hipotesis 1 (H₁) yang menyatakan bahwa persepsi WP tentang PP No. 23 tahun 2018 berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* ditolak.

H₂ : Kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

Hipotesis 2 diuji dengan menggunakan uji t. Di dalam uji t ini, nilai koefisien regresi variabel kesadaran wajib pajak (X₂) yang besarnya 0,744 merupakan nilai koefisien yang

bermakna atau tidak bermakna. Dari **Tabel 6** nampak bahwa hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,227 dengan nilai *sig* sebesar 0,000. Nilai *sig* tersebut bila dibandingkan dengan taraf signifikansi sebesar 0,05, ternyata nilai *sig* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji t adalah signifikan, artinya bahwa secara parsial variabel kesadaran wajib pajak (X_2) berpengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y). Oleh karena itu, hipotesis 2 (H_2) yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* diterima.

H₃ : Pemahaman peraturan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

Hipotesis 3 diuji dengan menggunakan uji t. Di dalam uji t ini, nilai koefisien regresi variabel pemahaman peraturan (X_3) yang besarnya 0,321 merupakan nilai koefisien yang bermakna atau tidak bermakna. Dari **Tabel 6** nampak bahwa hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,459 dengan nilai *sig* sebesar 0,016. Nilai *sig* tersebut bila dibandingkan dengan taraf signifikansi sebesar 0,05, ternyata nilai *sig* sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji t adalah signifikan, artinya bahwa secara parsial variabel pemahaman peraturan (X_3) berpengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y). Oleh karena itu, hipotesis 3 (H_3) yang menyatakan bahwa pemahaman peraturan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* diterima.

H₄ : Tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

Hipotesis 4 diuji dengan menggunakan uji t. Di dalam uji t ini, nilai koefisien regresi variabel tarif pajak (X_4) yang besarnya -0,134 merupakan nilai koefisien yang bermakna atau tidak bermakna. Dari **Tabel 6** nampak bahwa hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,727 dengan nilai *sig* sebesar 0,469. Nilai *sig* tersebut bila dibandingkan dengan taraf signifikansi sebesar 0,05, ternyata nilai *sig* sebesar 0,469 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji t adalah tidak signifikan, artinya bahwa secara parsial variabel tarif pajak (X_4) tidak berpengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y). Oleh karena itu, hipotesis 4 (H_4) yang menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* ditolak.

4.4. Pembahasan

4.4.1. Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Tentang PP No 23 Tahun 2018 terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *e-Commerce*

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi wajib pajak tentang PP No. 23 tahun 2018 (X_1) sebesar 0,00009 dengan nilai *sig* sebesar 0,999. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif persepsi Wajib Pajak tentang PP No. 23 tahun 2018 (X_1) terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y), artinya wajib pajak mempersepsikan PP No.23 tahun 2018 semakin bagus, maka kepatuhan wajib pajak *e-commerce* juga akan mengalami peningkatan. Apabila skor wajib pajak mempersepsikan PP No.23 tahun 2018 meningkat 1 satuan, maka skor kepatuhan wajib pajak *e-commerce* akan meningkat sebesar 0,00009. Walau persepsi wajib pajak tentang PP No. 23 tahun 2018 berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*, tetapi ternyata dari hasil uji t diperoleh hasil uji yang tidak signifikan (nilai *sig* > 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa secara empiris variabel persepsi wajib pajak tentang PP No. 23 tahun 2018 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Bagus atau tidaknya persepsi wajib pajak tentang PP No. 23 tahun 2018 tidak akan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wajib pajak memberikan persepsi yang positif dalam memandang peraturan pajak PP No. 23 Tahun 2018 tentang kebijakan penurunan tarif pajak final dari 1% menjadi 0,5% atas peredaran bruto tertentu. Dengan

adanya penurunan tarif pajak ini seharusnya wajib pajak akan semakin tinggi tingkat kepatuhan dalam membayar pajak. Dan seharusnya persepsi wajib pajak tentang PP No. 23 tahun 2018 mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Namun demikian, hasil penelitian ini memberikan hasil bahwa persepsi wajib pajak tentang PP No. 23 tahun 2018 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Hal ini dikarenakan penelitian ini dilakukan pada saat kondisi pandemi Covid-19, dimana pelaku *e-commerce* sedang mengalami tidak stabilnya perputaran roda usaha yang merupakan dampak pandemi Covid-19.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Septiana, C. [18] yang menyatakan bahwa Peraturan Pemerintah No. 23 tahun 2018 tidak mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Tetapi, hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Meikhati & Kasetyaningsih [19], Palalangan et al [20], Saputri [21] dan Syaputra [22] yang menyatakan bahwa persepsi wajib pajak tentang PP No. 23 tahun 2018 mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

4.4.2. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak e-Commerce

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel kesadaran wajib pajak (X_2) sebesar 0,744 dengan nilai *sig* sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif kesadaran wajib pajak (X_2) terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y), artinya kesadaran wajib pajak semakin bagus, maka kepatuhan wajib pajak *e-commerce* juga akan mengalami peningkatan. Apabila skor kesadaran wajib pajak meningkat 1 satuan, maka skor kepatuhan wajib pajak *e-commerce* akan meningkat sebesar 0,744. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t, dimana hasil uji t diperoleh merupakan hasil uji yang signifikan (nilai *sig* < 0,05). Dengan demikian bahwa secara empiris variabel kesadaran wajib pajak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Semakin tinggi kesadaran wajib pajak akan berpengaruh terhadap tingginya kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

Berdasarkan hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kesadaran wajib pajak akan mempengaruhi semakin tinggi kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak. Demikian juga, kesadaran wajib pajak yang semakin rendah dapat berpengaruh terhadap rendahnya kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Tinggi rendahnya kesadaran wajib pajak akan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Sehingga kesadaran wajib pajak tentunya merupakan dorongan wajib pajak untuk menyadari pentingnya pajak bagi negara. Oleh karena itu, apabila kesadaran wajib pajak terus meningkat, maka kepatuhan wajib pajak juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Indriyani & Jayanto [23] yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak mempunyai pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Tetapi, hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hafiyyan [24] dan Hapsari & Kholis [25] yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak tidak mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

4.4.3. Pengaruh Pemahaman Peraturan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak e-Commerce

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel pemahaman peraturan (X_3) sebesar 0,321 dengan nilai *sig* sebesar 0,016. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif pemahaman peraturan (X_3) terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y), artinya wajib pajak semakin bagus dalam memahami peraturan, maka kepatuhan wajib pajak *e-commerce* juga akan mengalami peningkatan. Apabila skor pemahaman peraturan meningkat 1 satuan, maka skor kepatuhan wajib pajak

e-commerce akan meningkat sebesar 0,321. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t, dimana hasil uji t diperoleh merupakan hasil uji yang signifikan (nilai *sig* < 0,05). Dengan demikian bahwa secara empiris variabel pemahaman peraturan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Semakin tinggi pemahaman peraturan akan berpengaruh terhadap tingginya kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa wajib pajak semakin memahami peraturan berbagai aspek tentang pajak tentunya akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepatuhan wajib untuk membayar pajak. Wajib pajak yang semakin paham tentang peraturan perpajakan, maka wajib pajak semakin patuh untuk membayar pajak. Tingkat pemahaman peraturan wajib pajak yang tinggi akan memperkecil tingkat pelanggaran terhadap peraturan pajak yang pada akhirnya terjadi peningkatan tingkat kepatuhan pajak. Tingkat pemahaman peraturan wajib pajak yang rendah akan memperbanyak tingkat pelanggaran terhadap peraturan pajak yang pada akhirnya terjadi penurunan tingkat kepatuhan pajak. Oleh karena itu, tinggi rendahnya pemahaman peraturan akan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cahyani [8], Palalangan et al [20], Saputri [21], Syaputra [22], Hapsari & Kholis [25] dan Indriyani & Jayanto [23] yang menyatakan bahwa pemahaman peraturan mempunyai pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Tetapi, hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Faramita [26] dan Septiana [18] yang menyatakan bahwa pemahaman peraturan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

4.4.4. Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak e-Commerce

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel tarif pajak (X_4) sebesar -0,134 dengan nilai *sig* sebesar 0,469. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh negatif tarif pajak (X_4) terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* (Y), artinya wajib pajak mempersepsikan tarif pajak semakin bagus, maka kepatuhan wajib pajak *e-commerce* akan mengalami penurunan. Apabila skor wajib pajak mempersepsikan tarif pajak meningkat 1 satuan, maka skor kepatuhan wajib pajak *e-commerce* akan menurun sebesar 0,134. Walau tarif pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*, tetapi ternyata dari hasil uji t diperoleh hasil uji yang tidak signifikan (nilai *sig* > 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa secara empiris variabel tarif pajak tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Bagus atau tidaknya wajib pajak mempersepsikan tarif pajak tidak akan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wajib pajak memberikan persepsi yang negatif dalam memandang tentang kebijakan penurunan tarif pajak final dari 1% menjadi 0,5% atas peredaran bruto tertentu. Dengan adanya penurunan tarif pajak ini seharusnya wajib pajak akan semakin tinggi tingkat kepatuhan dalam membayar pajak. Dan seharusnya dengan adanya penurunan tarif pajak ini, wajib pajak termotivasi dan terdorong dalam mematuhi kewajiban dalam membayar pajak, sehingga seharusnya tarif pajak mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Namun demikian, hasil penelitian ini memberikan hasil bahwa variabel tarif pajak tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Hal ini dikarenakan penelitian ini dilakukan pada saat kondisi pandemi Covid-19, dimana pelaku *e-commerce* sedang mengalami tidak stabilnya perputaran roda usaha yang merupakan dampak pandemi Covid-19.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Faramita [26] dan Hapsari & Kholis [25] yang menyatakan bahwa tarif pajak mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

5. Kesimpulan

Simpulan yang dapat diambil adalah:

- a. Tidak terdapat pengaruh persepsi wajib pajak tentang PP No. 23 tahun 2018 terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.
- b. Terdapat pengaruh kesadaran wajib pajak yang signifikan terhadap terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Dengan adanya kesadaran wajib pajak yang tinggi, maka kepatuhan wajib pajak *e-commerce* semakin tinggi.
- c. Terdapat pengaruh pemahaman peraturan yang signifikan terhadap terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Dengan adanya pemahaman peraturanyang tinggi, maka kepatuhan wajib pajak *e-commerce* semakin tinggi.
- d. Tidak terdapat pengaruh tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

Referensi

- [1] Z. Zulhaj, "Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Tentang Penerapan PP No. 46 Tahun 2013 Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Yogyakarta," *Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta*, 2016.
- [2] I. Khrisna, "Analisis Penerapan Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013 Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Padang," *Jurnal Akuntansi*, vol. 5, no. 1, 2017.
- [3] R. A. Hasanah, "Pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna e-commerce: Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shopping." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2016.
- [4] N. Arisandy, "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*, vol. 14, no. 1, pp. 62–71, 2017.
- [5] A. S. Ningsih, M. Maslichah, and M. C. Mawardi, "Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce," *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, vol. 8, no. 01, 2019.
- [6] Q. Yoeanda, A. Afifudin, and M. C. Mawardi, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPATUHAN WAJIB PAJAK (Studi Kasus Wajib Pajak OP Pelaku e-commerce di Kota Malang)," *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, vol. 7, no. 08, 2018.
- [7] P. A. Fitria and E. Supriyono, "Pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, persepsi tarif pajak, dan keadilan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak," *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, vol. 1, no. 1, pp. 47–54, 2019.
- [8] L. P. G. Cahyani and N. Noviari, "Pengaruh tarif pajak, pemahaman perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM," *E-Jurnal Akuntansi*, vol. 26, no. 3, pp. 1885–1911, 2019.
- [9] S. Lovihan, "Pengaruh kesadaran membayar pajak, pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan, dan kualitas layanan terhadap kemauan membayar pajak wajib orang pribadi di kota tomohon," *JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING" GOODWILL"*, vol. 5, no. 1, 2014.
- [10] M. Mardiasmo, "Perpajakan Edisi Terbaru 2018," *Penerbit Andi. Yogyakarta*, 2018.
- [11] K. C. Laudon and J. P. Laudon, "Computer and Information System, Edisi Ke-5," *United States of America: Times Mirror Higher Education Group*, 1998.
- [12] B. Sumargo, *Teknik sampling*. Unj press, 2020.
- [13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta, 2016.
- [14] S. Santoso, "Model Logit (Logistic Regression) Sebagai Model Probabilitas Linier

- Alternatif, Dalam Contoh Aplikasi Teknik Industri,” *Jurnal Teknik Industri*, vol. 2, no. 1, pp. 59–64, 2001.
- [15] D. Gujarati, *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- [16] N. R. Draper and H. Smith, *Applied regression analysis*, vol. 326. John Wiley & Sons, 1998.
- [17] Sudjana, *Teknik analisis regresi dan korelasi bagi para peneliti*. Tarsito, Bandung, 1983.
- [18] C. Septiana, “Pengaruh Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018, Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, Kualitas Pelayanan Petugas Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Klaten.” Skripsi, 2019.
- [19] E. Meikhati and S. W. Kasetyaningsih, “Pengaruh Penerapan PP 23 Tahun 2018 terhadap Tingkat Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM,” in *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS*, 2019, pp. 50–59.
- [20] C. A. Palalangan, R. Pakendek, and L. P. Tangdialla, “Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Tentang Penerapan Pp No 23 Tahun 2018, Pemahaman Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Makassar,” *Paulus Journal of Accounting (PJA)*, vol. 1, no. 1, pp. 29–41, 2019.
- [21] G. L. Saputri, W. Wardono, and I. Karisudin, “Pentingnya Kemampuan Literasi Matematika dan Pembentukan Kemampuan 4C dengan Strategi REACT (Relating, Experiencing, Applying, Cooperating, Transferring),” in *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional Matematika*, 2019, vol. 2, pp. 563–571.
- [22] R. Syaputra, “Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Atas Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi,” *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, vol. 6, no. 2, pp. 121–144, 2019.
- [23] P. D. Indriyani and P. Y. Jayanto, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan WPOP Pelaku E-Commerce di Kota Semarang pada Platform Online Marketplace Bibli. com,” *Jurnal Moneter*, vol. 7, no. 1, 2020.
- [24] D. A. Hafiyyan, “Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha sesuai PP nomor 23 tahun 2018 dengan sanksi pajak sebagai variabel moderasi,” *SKRIPSI-2019*, 2019.
- [25] A. Hapsari and N. Kholis, “Analisis Faktor-Faktor Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Karanganyar,” *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, vol. 4, no. 1, pp. 56–67, 2020.
- [26] R. Faramita, “Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Tarif Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak yang Melakukan Kegiatan e-Commerce di Kota Pontianak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak atas Transaksi e-Commerce,” *Jurnal Kajian Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi UNTAN (KIAFE)*, vol. 7, no. 2.



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