

Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kesadaran Pajak, Dan Sosialisasi Pajak Atas Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Kepatuhan Pajak Pengguna *E-Commerce*

Olivia Susanti¹⁾

olivia.125210169@stu.untar.ac

Estralita Trisnawati²⁾

estralitat@fe.untar.ac.id

¹⁾²⁾Universitas Tarumanagara Jakarta

ABSTRAK

Pajak telah memainkan peranan penting dalam hal pembangunan negara dengan mendanai pengeluaran umum pemerintah, seperti pembangunan infrastruktur negara. Namun tingkat presentase kepatuhan perpajakan di negara Indonesia masih tergolong cukup rendah, terbukti dengan rasio yang lebih kecil jika dibandingkan dengan negara-negara lainnya di Asia Tenggara. Dengan semakin banyaknya volume e-commerce, terutama sejak masa pandemi COVID-19, tantangan baru terkait pengelolaan Pajak Pertambahan Nilai pun mulai bermunculan. Penelitian ini menganalisis pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran, dan sosialisasi kebijakan terhadap kepatuhan wajib pajak pada pengguna e-commerce. Dalam hal ini dibahas mahasiswa Akuntansi Bisnis angkatan 2021 Universitas Tarumanagara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei online, menggunakan 303 responden yang aktif bertransaksi melalui platform seperti Tokopedia dan Shopee. Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan bantuan IBM SPSS versi 29. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pengetahuan perpajakan, kesadaran, dan sosialisasi kebijakan merupakan faktor yang efektif menentukan kepatuhan wajib pajak. Dari ketiga faktor tersebut, pengetahuan perpajakan merupakan faktor yang paling kuat, disusul kesadaran perpajakan, sedangkan sosialisasi kebijakan perpajakan relatif paling kecil pengaruhnya. Temuan ini menunjukkan bahwa pendidikan dan kampanye perpajakan secara substansial meningkatkan pengetahuan dan kesadaran wajib pajak tentang kewajiban mereka. Studi ini juga berkontribusi untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak di kalangan pengguna e-commerce dan menyoroti perlunya mengembangkan strategi yang ditargetkan untuk meningkatkan kepatuhan pajak di Indonesia.

Kata kunci: *E-commerce*, Pengetahuan Pajak, Kesadaran Pajak, Sosialisasi Pajak, Kepatuhan Pajak

PENDAHULUAN

Pajak merupakan suatu instrumen yang sangat penting dan memiliki peranan yang besar terhadap perkembangan dan pembangunan suatu negara, hal tersebut dikarenakan pajak adalah sumber pendapatan dari suatu negara (Jalil et al., 2024:3). Pendapatan dari pajak digunakan oleh pemerintah untuk membiayai seluruh pengeluaran negara, seperti pembangunan infrastruktur (Halomoan & Herning Sitabuana, 2022:1243). Masyarakat diharuskan membayar pajak bukan untuk keuntungan pribadi melainkan untuk kepentingan umum dan membantu negara mewujudkan kemandiriannya dalam pembangunan dan pengembangannya tanpa perlu bergantung pada negara lain (Handayani et al., 2020:22).

(Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021) Kepatuhan pajak menggambarkan sejauh mana Wajib Pajak mengikuti peraturan dan administrasi perpajakan tanpa adanya penegakan hukum. Kepatuhan ini juga mencerminkan pelaksanaan kewajiban sebagai warga negara dalam upaya meningkatkan kesejahteraan, keadilan, dan pembangunan sosial. Namun, kenyataannya, banyak masyarakat Indonesia yang mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban perpajakan yang ditetapkan, sehingga tingkat kepatuhan Wajib Pajak terdaftar di Indonesia masih tergolong rendah. Jika dibandingkan dengan rasio pajak negara-negara lain di kawasan Asia Tenggara, rasio pajak Indonesia termasuk salah satu yang terendah. (Sekilas APBN, 2022:1). Berikut adalah persentase rasio pajak beberapa negara di kawasan Asia Tenggara di tahun 2022 yang disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 1
Daftar Sampel Nama Perusahaan

Negara	Rasio Pajak (%)
Thailand	17,18%
Vietnam	16,21%
Singapura	12,96%
Indonesia	10,38%
Laos	9,46%
Myanmar	5,78%
Brunei Darussalam	1,30%

Sumber: Sekilas APBN Kementerian Republik Indonesia Juli, 2023

Menurut (Purnomo, 2023) dalam artikel website Direktorat Jenderal Pajak, rasio pajak atau tax ratio adalah perbandingan antara pajak yang dikumpulkan pemerintah dan PDB, yang mencerminkan kontribusi pajak terhadap pendapatan negara. PDB mencakup seluruh aktivitas ekonomi, sementara tax ratio menunjukkan efektivitas pengumpulan pajak serta kontribusi sektor ekonomi dalam pembiayaan negara. Angka ini mencerminkan hubungan ekonomi antara pemerintah dan masyarakat, di mana tax ratio yang tinggi menunjukkan partisipasi pajak yang baik, sementara tax ratio rendah menandakan perlunya peningkatan kepatuhan dan kebijakan perpajakan.

Menurut (Sugiharto, 2022) dalam artikel Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, Pandemi COVID-19 yang terjadi pada tahun 2019 memang memberikan dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang perdagangan. Dengan adanya kebijakan isolasi mandiri, banyak orang yang beralih dari metode belanja tradisional ke platform e-commerce sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini tidak hanya mempermudah akses bagi konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa, tetapi juga memberikan peluang bagi pengusaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus terbatas oleh lokasi fisik.

E-commerce menawarkan berbagai kemudahan, seperti pilihan produk yang lebih banyak, harga yang kompetitif, serta kenyamanan berbelanja dari rumah. Selain itu,

perkembangan teknologi yang pesat juga mendukung pertumbuhan e-commerce dengan adanya aplikasi mobile, sistem pembayaran digital, dan layanan pengiriman yang semakin efisien. Dengan meningkatnya penggunaan e-commerce, banyak perusahaan mulai beradaptasi dengan melakukan transformasi digital untuk tetap bersaing di pasar. Mereka menginvestasikan lebih banyak dalam pemasaran digital, memperbaiki pengalaman pengguna di platform online, dan menyediakan layanan pelanggan yang lebih baik.

Namun, meskipun e-commerce semakin populer, tantangan seperti keamanan data, kepercayaan konsumen, dan persaingan yang ketat tetap harus dihadapi oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan agar dapat memenuhi harapan konsumen yang terus berkembang.

Merujuk pada 58/PMK.03/2022 mengenai Penunjukan Pihak Lain sebagai Pemungut Pajak serta Prosedur Pemungutan, Penyetoran, dan/atau Pelaporan Pajak yang Dipungut oleh Pihak Lain atas Transaksi Pengadaan Barang dan/atau Jasa melalui Sistem Informasi Pengadaan Pemerintah, 2022, menyebutkan bahwa pajak yang dipungut oleh marketplace pengadaan barang dan jasa adalah PPh Pasal 22, PPN, serta PPnBM. Terkait dengan tarif PPN yang berlaku dan dipungut marketplace sesuai dengan tarif umum yaitu 11%. Dilansir dari pernyataan Direktorat Jenderal Pajak Suryo Utomo dalam siaran Pers Nomor: SP-47 Tahun 2020 pada Selasa (17/11/2020) terdapat 10 marketplace yang menerapkan pemungutan PPN atas transaksinya. Marketplace tersebut adalah:

1. beIN Sports Asia Pte Limited
2. Cleverbridge AG Corporation
3. Hewlett-Packard Enterprise USA
4. PT Bukalapak.com
5. PT Ecart Webportal Indonesia (Lazada)
6. PT Fashion Eservices Indonesia (Zalora)
7. PT Global Digital Niaga (Blibli.com)
8. PT Tokopedia
9. Softlayer Dutch Holdings B.V. (IBM)
10. Valve Corporation (Steam)

Namun, saat melakukan transaksi di salah satu marketplace tersebut, sering kali pada invoice atau faktur tidak terdapat informasi mengenai pemungutan PPN, sehingga banyak orang yang tidak menyadarinya. Berikut adalah salah satu contohnya:

Gambar 1.

Contoh Faktur Transaksi

INFO PRODUK	JUMLAH	HARGA SATUAN	TOTAL HARGA
Magic Arm 11 Inch Bracket with C-Clamp for Flash Camera LCD Monitor Berat: 500 gr	1	Rp109.900	Rp109.900
Subtotal Harga Barang			Rp109.900
Diskon Barang dari Platform			-Rp4.396
Total Ongkos Kirim			Rp11.500
Kupon Diskon Ongkos Kirim dari Platform			-Rp11.500
TOTAL BELANJA			Rp105.504
Biaya Layanan			Rp 1.000
Biaya Jasa Aplikasi			Rp1.000
TOTAL TAGIHAN			Rp107.504

Meskipun sudah banyak penelitian yang mengkaji kepatuhan perpajakan dalam konteks yang lebih luas, namun masih kurangnya penelitian yang secara khusus mengkaji dampak pengetahuan, kesadaran, dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan pajak penjualan elektronik (PPN).

Menurut (Astari et al., 2024:10), transaksi digital yang terjadi di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan semenjak terjadinya pandemi covid-19 pada tahun 2019, peningkatan tersebut merupakan salah satu peningkatan tertinggi dalam lebih dari satu dekade lalu, apalagi dibandingkan dengan data transaksi digital yang tercatat pada tahun 2019 yaitu sebesar 519, 2 miliar rupiah. Data peningkatan jumlah transaksi digital ditampilkan berdasarkan dari data Bank Indonesia pada tahun 2009, 2018, 2019, 2020, dan 2022 yang menunjukkan terjadinya peningkatan signifikan dalam transaksi digital yang disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 2
Data Kenaikan Jumlah Transaksi Digital di Indonesia

Tahun	Jumlah	Peningkatan (%)
2009	519, 2 miliar	-
2018	106, 7 triliun	20.466,26%
2019	473 triuliun	350%
2020	504,9 triliun	6,7%
2022	1.177,8 triliun	133,27%

Sumber: Bank Indonesia, Publikasi Bank Indonesia Tahun 2020-2022, data diolah

Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan diatas dan adanya research gap penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Amanda et al., 2023) hasil penelitiannya menyebutkan jikalau pengetahuan pajak mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak. Penelitian yang dibuat oleh (Zaikin et al., 2022) menunjukkan bahwa pengetahuan, sosialisasi pajak dan kesadaran pajak berpengaruh pada kepatuhan perpajakan dari Wajib Pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ernawatiningsih & Sudiartana, 2020) menunjukkan bahwa pengetahuan dan kesadaran Pajak tidak memiliki pengaruh pada kepatuhan pajak.

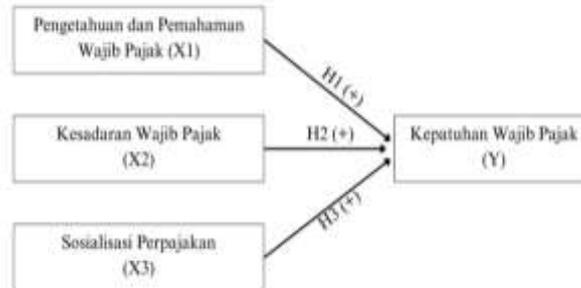
Perbedaan hasil penelitian yang ada mendorong peneliti untuk melakukan pengujian kembali variabel-variabel yang telah ditentukan. Hal tersebut juga melatarbelakangi pengambilan judul penelitian ini, yaitu “Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kesadaran Pajak, dan Sosialisasi Pajak Atas Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Kepatuhan Pajak Pengguna E-Commerce” dengan fokus penelitian pada mahasiswa jurusan Akuntansi Bisnis angkatan 2021 Universitas Tarumanagara.

Rumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian ini adalah menganalisis apakah pengetahuan pajak, kesadaran pajak, dan sosialisasi pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan pajak pengguna *e-commerce* dalam konteks pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Subjek penelitian dibatasi pada mahasiswa jurusan Akuntansi Bisnis Universitas Tarumanagara angkatan 2021.

Kerangka Pikir

Gambar 2
Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Hipotesis berdasarkan kerangka di atas adalah sebagai berikut:

A. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak

Penelitian (Damajanti & Karim, 2017) membuktikan bahwa “pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak”. Temuan ini beralasan, karena sistem perpajakan Indonesia menuntut pengetahuan khusus di bidang perpajakan. Dari penjelasan tersebut maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 (H1): Pengetahuan perpajakan *e-commerce* dan tingkat kepatuhan wajib pajak mempunyai hubungan positif dan signifikan

B. Pengaruh Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak

Penelitian (Moenek, 2020) menunjukkan bahwa “kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak”. Dengan kata lain, semakin tinggi kesadaran wajib pajak terhadap tanggung jawab perpajakan maka semakin besar pula kepatuhannya. Jadi, hipotesis penelitian ini adalah:

Hipotesis 2 (H2): Terdapat hubungan positif yang signifikan antara kesadaran pajak dengan kepatuhan pengguna *e-commerce*.

C. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak

Dalam penelitiannya (Ernawatiningsih & Sudiartana, 2020) diketahui bahwa sosialisasi perpajakan menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan yang efektif oleh petugas akan membuat wajib pajak lebih memahami kewajibannya untuk meningkatkan kepatuhan. Dengan demikian, dihipotesiskan bahwa:

Hipotesis 3 (H3): Sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak pengguna *e-commerce*.

METODE

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif dan menggunakan data statistik yang dikumpulkan menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dengan bantuan *Google Form* dan akan diolah dengan metode regresi linear berganda dengan bantuan *software IBM SPSS Statistic Ver 29 for Mac*. Proses survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa jurusan Akuntansi angkatan 2021 Universitas Tarumanagara. Kuesioner tersebut mencakup pertanyaan mengenai Pengetahuan Pajak, Kesadaran Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Kepatuhan Pajak.

Sampel

Pada penelitian ini data sampel populasi yang digunakan adalah total keseluruhan mahasiswa Universitas Tarumanagara tahun angkatan 2021 yang berjurusan Akuntansi dan aktif melakukan transaksi pada platform *e-commerce* Tokopedia dan Shopee. Jumlah sampel dari penelitian ini didapatkan dari Puskom Universitas Tarumanagara yang berada di Lantai 7 Gedung A, jumlahnya adalah sebanyak 310 mahasiswa aktif yang terdaftar dan didapatkan 303 sampel data yang layak diuji karena 6 data kuesioner lainnya tidak kembali dan 1 data kuesioner bukan merupakan mahasiswa yang aktif melakukan transaksi *e-commerce*.

Pengumpulan Data

Penelitian ini membuat beberapa pertanyaan untuk dijawab oleh para responden. Pertanyaan tersebut menyangkut variabel-variabel yang diteliti, yaitu Pengetahuan Pajak, Kesadaran Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Kepatuhan Pajak. Dalam kuesioner ini, masing-masing variabel mengambil 3 indikator yang didapatkan dari penelitian-penelitian perdahulu, lalu diadaptasi dan diubah sesuai dengan kebutuhan lebih lanjut variabel-variabel yang diteliti pada penelitian ini.

Kuesioner penelitian ini menggunakan pengukuran skala liker untuk pengambilan sampel dari responden yang diteliti, dengan keterangan masing-masing skala seperti dibawah ini:

Tabel 3
Skala Likert

Singkatan	Kategori	Skor
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Diolah Peneliti

Variabel penelitian seperti yang diungkapkan oleh (Sugiyono, 2017) “mencakup segala sesuatu yang diputuskan oleh peneliti untuk diamati, sehingga dari variabel-variabel penelitian tersebut dapat diperoleh informasi mengenai hal-hal tersebut untuk dapat diambil suatu kesimpulan.”

Variabel dalam suatu penelitian adalah atribut yang dimiliki oleh sekelompok objek yang sedang diteliti, dengan adanya variasi di antara satu objek dan objek lainnya dalam kelompok tersebut. Untuk memperjelas operasional variabel, peneliti akan menjelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

Tabel 4
Tabel Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	• Kepatuhan dalam mendaftarkan diri ke kantor pajak	1, 2	As'ari, N. G (2018:68)
	• Kepatuhan Wajib Pajak dalam menghitung dan membayar pajak dengan benar	3, 4, 5	Wardani, D. K & Wati, E (2018:43)
	• Kepatuhan wajib pajak pelaku <i>e-commerce</i> dalam mematuhi kewajiban perpajakannya sesuai ketentuan yang berlaku	6	Putri, L. H (2023:32)
Pengetahuan dan Pemahaman Wajib Pajak (X1)	• Pengetahuan Wajib Pajak mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan. • Pengetahuan mengenai fungsi pajak	7, 8, 9, 10	As'ari, N. G (2018:68)

	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan mengenai sistem perpajakan di Indonesia 	11, 12, 13	Wardani, D. K & Wati, E (2018:44)
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengetahuan dalam kesadaran membayar pajak • Persepsi wajib pajak tentang penggunaan dana pajak • Kondisi keuangan wajib pajak. 	14, 15, 16	As'ari, N. G (2018:69)
Sosialisasi Perpajakan (X3)	<ul style="list-style-type: none"> • Penyelenggaraan sosialisasi • Media sosialisasi. • Manfaat Sosialisasi 	17, 18, 19, 20	Wardani, D. K & Wati, E (2018:43)

Sumber: Diolah Peneliti

Pretest

Sebelum menyebar kuesioner kepada para sampel populasi asli, dilakukan *pretest* untuk menguji apakah tiap-tiap pertanyaan dalam indikator variabel uji merupakan pertanyaan yang valid, dapat relavan, mudah dimengerti, dan layak untuk diuji. *Pretest* menggunakan 100 sampel acak untuk disebarkan kuesioner yang telah disiapkan. Setelah semua sampel pretest terkumpul, lalu dilakukanlah uji validitas dan uji realibilitas sampel tersebut.

Berdasarkan dari hasil uji validitas dan realibilitas, dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan yang diuji untuk disebarkan pada responden utama sudah valid dan reliabel, yang mana menunjukkan bahwa pengukuran dari butir-butir tersebut dapat diandalkan dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang diterapkan untuk menguji data-data sampel yang didapatkan dari penyebaran kuesioner penelitian ini adalah teknik persamaan model regresi linear berganda menggunakan alat bantu *software SPSS Ver 29 for Mac* untuk menguji data, lalu dalam pengumpulan data menggunakan alat bantu *Google Form* dan *Microsoft Excel* dalam pencatatan data yang terkumpul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Penelitian ini menginvestigasi dampak dari Pengetahuan, Kesadaran, dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak terkait PPN bagi pengguna e-commerce, dengan fokus pada mahasiswa Akuntansi Bisnis Universitas Tarumanagara angkatan 2021 yang secara aktif menggunakan platform Tokopedia dan Shopee. Dari total 310 kuesioner yang disebarkan, sebanyak 303 responden mengisi kuesioner dan memenuhi kriteria yang ditetapkan, sedangkan 7 responden lainnya tidak mengisi atau tidak memenuhi syarat.

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan memberikan penjelasan mengenai informasi yang telah dikumpulkan, tanpa berusaha menarik kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2018) Statistik deskriptif menyajikan data yang telah diringkas berdasarkan rata-rata, deviasi standar, nilai maksimum, dan minimum. Hasil dari analisis statistik deskriptif disajikan dalam tabel 1 di bawah ini:

Tabel 5
Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan Pajak	303	7	24	20.43	2.992
Kesadaran Pajak	303	3	12	10.32	1.462

Sosialisasi Pajak	303	4	16	13.54	1.991
Kepatuhan Pajak	303	6	20	17.10	2.274
Valid N (listwise)	303				

Sumber: Pengolahan Data melalui SPSS Versi 29

1. Pengetahuan Pajak

Dari analisis deskriptif terhadap 303 peserta, skor Pengetahuan Perpajakan minimal 7, sedangkan skor maksimal 24. Jadi, rentangnya antara 7 hingga 24. Rata-rata 20,43, dan standar deviasi 2,99. Karena simpangan bakunya lebih kecil dari rata-ratanya, berarti datanya relatif homogen.

2. Kesadaran Pajak

Di antara 303 responden, skor Kesadaran Pajak minimal adalah 3, sedangkan skor maksimum adalah 12. Jadi rentangnya adalah 3 hingga 12. Rata-ratanya adalah 10,32 dan standar deviasinya adalah 1,46. Kecilnya nilai dispersi atau standar deviasi terhadap mean menunjukkan pemerataan data Sadar Pajak.

3. Sosialisasi Pajak

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa skor Sosialisasi Pajak di antara 303 responden memiliki skor minimum 4 dan tertinggi 16, dengan rentang terkait antara 4 hingga 16. Rata-rata adalah 13,54, standar deviasi adalah 1,99, yang menunjukkan bahwa sebaran relatif dari datanya relatif berbentuk kerucut.

4. Kepatuhan Pajak

Berdasarkan analisis terhadap 303 partisipan, Kepatuhan Perpajakan minimal 6 dan maksimal 20. Oleh karena itu, kisarannya adalah 6 hingga 20. Rata-ratanya adalah 17,10 dengan standar deviasi 2,27. Standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan bahwa data Kepatuhan Pajak tidak mempunyai deviasi yang besar.

Hasil Uji Asumsi Analisa Data

Penelitian ini melakukan pengujian asumsi analisis data terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang dibagikan kepada responden utama, untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan yang digunakan telah terbukti valid dan relevan, sehingga hasil pengukurannya dapat diandalkan untuk variabel-variabel penelitian ini.

Tabel 6
Uji Validitas

Variabel	No. Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pengetahuan Pajak (Pp)	X1.1	0.751	0.113	Variabel Valid
	X1.2	0.761	0.113	Variabel Valid
	X1.3	0.741	0.113	Variabel Valid
	X1.4	0.694	0.113	Variabel Valid
	X1.5	0.722	0.113	Variabel Valid
	X1.6	0.744	0.113	Variabel Valid
Kesadaran Pajak (Kp)	X2.1	0.758	0.113	Variabel Valid
	X2.2	0.780	0.113	Variabel Valid
	X2.3	0.746	0.113	Variabel Valid
Sosialisasi Pajak (Sp)	X3.1	0.796	0.113	Variabel Valid
	X3.2	0.706	0.113	Variabel Valid
	X3.3	0.740	0.113	Variabel Valid
	X3.4	0.761	0.113	Variabel Valid

Kepatuhan Pajak (KP)	Y.1	0.703	0.113	Variabel Valid
	Y.2	0.669	0.113	Variabel Valid
	Y.3	0.736	0.113	Variabel Valid
	Y.4	0.719	0.113	Variabel Valid
	Y.5	0.732	0.113	Variabel Valid

Tabel 7
Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Pengetahuan Pajak (Pp)	0.830	Reliabel
Kesadaran Pajak (Kp)	0.638	Reliabel
Sosialisasi Pajak (Sp)	0.742	Reliabel
Kepatuhan Pajak (KP)	0.757	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data melalui SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa semua item valid karena koefisien yang diperoleh lebih besar dari 0,113; oleh karena itu, tidak ada pernyataan yang perlu diubah atau dihapus. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel pernyataan memiliki nilai yang tergolong reliabel karena melebihi nilai Cronbach's alpha sebesar 0,6. Dengan demikian, semua item pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian ini.

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi sampel yang digunakan normal. Pengujian ini dilakukan melalui uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan SPSS versi 29. Menurut Ghozali (2018:145), pengambilan keputusan dapat didasarkan pada probabilitas (signifikansi asimtotik).

Tabel 8
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		303
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.22769776
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.035
	Negative	-.043
Test Statistic		.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Pengolahan Data melalui SPSS Versi 29

Sejak Asymp. tanda tangan. (2-tailed) dengan nilai 0,200 diatas 0,05, sesuai tabel membuktikan adanya distribusi normal pada data.

Uji Heteroskedastisitas Glejser

Heteroskedastisitas, yang dikenal sebagai uji heteroskedastisitas, pada dasarnya adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menentukan kemungkinan perubahan varians yang berbeda dalam kelompok atau subsampel yang mungkin terjadi pada kumpulan data tertentu.

Tabel 9
Hasil Uji Heteroskedasti

Variabel	Sig (p-value)	Keterangan
Pengetahuan Pajak	.438	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kesadaran Pajak	.725	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Sosialisasi Pajak	.609	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Pengolahan Data melalui SPSS Versi 29

Dari keluaran SPSS terlihat seluruh variabel mempunyai tingkat signifikansi lebih dari 0,05. Artinya tidak terdapat bukti heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas: Ini adalah uji statistik yang digunakan untuk memeriksa adanya hubungan linier yang tinggi antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi.

Tabel 10
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengetahuan Pajak	.273	3.656	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kesadaran Pajak	.400	2.498	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Sosialisasi Pajak	.335	2.987	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Pengolahan Data melalui SPSS Versi 29

Tabel 10 menunjukkan nilai VIF seluruh variabel berada di bawah 10,00, sedangkan nilai toleransinya mendekati 1; dengan demikian, dapat dipastikan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi.

Hasil Uji Hipotesis

Uji Regresi Linear Berganda

Untuk menguji hipotesis yang disajikan dipenelitian ini digunakan persamaan model regresi linear berganda. Berikut adalah hasil pengolahan data dengan bantuan SPSS 29 yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.879	.543		5.305	.000		
	Pengetahuan Pajak	.311	.045	.410	6.864	.000	.273	3.656
	Kesadaran Pajak	.284	.077	.183	3.703	.000	.400	2.498
	Sosialisasi Pajak	.364	.062	.319	5.908	.000	.335	2.987

Sumber: Pengolahan Data melalui SPSS Versi 29

Untuk menganalisis data hasil uji, digunakan persamaan sebagai berikut:

$$Kepatuhan Pajak = \alpha + (\beta_1 \text{ Pengetahuan Pajak}) + (\beta_2 \text{ Kesadaran Pajak}) + (\beta_3 \text{ Sosialisasi Pajak})$$

$$\text{Kepatuhan Pajak} = 2.879 + (0.311Pp) + (0.284Kp) + (0.364Sp) + e$$

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel independen Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, dan Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variasi Kepatuhan Perpajakan. Dengan menggunakan nilai konstanta persamaan regresi yaitu 2,879 disimpulkan bahwa Kepatuhan Pajak akan tetap konstan jika seluruh variabel independen bernilai nol.

Koefisien Pengetahuan Perpajakan sebesar 0,311; setiap peningkatan satu satuan Pengetahuan Perpajakan maka Kepatuhan Perpajakan meningkat sebesar 0,311 dengan syarat semua hal lainnya tetap sama.

Kesadaran Pajak mempunyai koefisien sebesar 0,284 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Kesadaran Pajak maka Kepatuhan Pajak akan naik sebesar 0,284. Pengaruh yang paling kuat diberikan oleh Sosialisasi Perpajakan dengan koefisien sebesar 0,364 yang berarti setiap kenaikan satu satuan tingkat Sosialisasi Perpajakan maka tingkat

Kepatuhan Perpajakan akan meningkat sebesar 0,364.

Seluruh variabel independen mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0,05, artinya masing-masing variabel berpengaruh signifikan secara statistik terhadap Kepatuhan Pajak.

Selain itu, hasil analisis juga menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, karena nilai Tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 sehingga memperkuat reliabilitas model regresi. Temuan ini menekankan bahwa Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, dan Sosialisasi Perpajakan merupakan elemen penting dalam memastikan Kepatuhan Perpajakan, khususnya bagi pengguna *e-commerce*.

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui jika model penelitian dapat diterapkan untuk mengetahui pengaruh kepatuhan pajak pengguna *e-commerce*. Berikut hasil pengolahan data uji F yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 12
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1106.641	3	368.880	242.308	.000 ^b
	Residual	455.187	299	1.522		
	Total	1561.828	302			

Sumber: Pengolahan Data melalui SPSS Versi 29

Berdasarkan pada hasil uji pada tabel yang disajikan di atas menunjukkan nilai signifikan yang didapatkan dari penelitian ini kurang dari 0.05, yaitu sebesar adalah 0.000, sehingga dapat diartikan bahwa model penelitian regresi ini dapat diterapkan untuk meneliti pengaruh kepatuhan pajak pada pengguna *e-commerce*

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menganalisis persentase hasil pengujian yang dilakukan terhadap koefisien determinasi. Hasil uji koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.706	1.234

Sumber: Pengolahan Data melalui SPSS Versi 29

Dari tabel diatas diperoleh koefisien determinasi sebesar 70,6%. Hal ini menyatakan bahwa besarnya pengaruh variabel independen X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y adalah sebesar 70,6%, sedangkan 29,4% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti yaitu Denda Pajak, Kualitas Pelayanan, Tarif Pajak, Moralitas Pajak, Kepercayaan Masyarakat, dan Kebijakan Amnesti Pajak.

Uji t

Uji t parsial pada regresi linier berganda menunjukkan pentingnya variabel independen tertentu terhadap variabel dependen sekaligus menyesuaikan variabel independen lainnya. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 11, Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, dan Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pengguna *e-commerce* dalam perpajakan, karena nilai signifikansinya dibawah 0,005. Kesimpulan yang dapat diambil adalah peningkatan Pengetahuan, Kesadaran, dan Sosialisasi Perpajakan akan semakin menumbuhkan perilaku kepatuhan di kalangan pengguna *e-commerce*.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dari penelitian, berikut adalah beberapa poin pembahasan yang dapat diambil:

1. Pengetahuan Pajak dan Kepatuhan Pajak

Hasil analisis regresi yang positif dan signifikan secara statistik menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan perpajakan berhubungan positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Artinya, semakin baik tingkat pemahaman wajib pajak terhadap peraturan maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhannya. Pemahaman yang mendalam terhadap aturan perpajakan berkontribusi terhadap peningkatan kepatuhan membayar pajak, termasuk PPN dalam transaksi e-commerce.

2. Kesadaran Pajak dan Kepatuhan Pajak

Kesadaran pajak juga berperan besar dalam menentukan kepatuhan pajak. Mereka yang memandang pajak sebagai bentuk balas budi kepada negara pasti akan patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Kesadaran yang ditanamkan pada wajib pajak mendorong mereka untuk proaktif dalam memenuhi kewajiban perpajakannya tanpa ada tekanan dari pihak yang berwenang.

3. Sosialisasi Perpajakan dan Kepatuhan Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan faktor kedua yang meningkatkan kepatuhan, meskipun pengaruhnya tidak sebesar pengetahuan dan kesadaran perpajakan. Meskipun informasi perpajakan telah dipublikasikan melalui berbagai media, namun pemahaman dan implementasi peraturan perpajakan secara komprehensif tetap diperlukan. Upaya sosialisasi yang lebih baik diharapkan dapat mendorong wajib pajak untuk mengambil tanggung jawab yang lebih besar dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

REFERENSI

- 58/PMK.03/2022 tentang Penunjukan Pihak Lain sebagai Pemungut Pajak dan Tata Cara Pemungutan, Penyetoran, dan/atau Pelaporan Pajak yang Dipungut oleh Pihak Lain atas Transaksi Pengadaan Barang dan/atau Jasa melalui Sistem Informasi Pengadaan Pemerintah. (2022). www.jdih.kemenkeu.go.id
- Amanda, A., Made Sudiartana, I., Putu, N., Dewi, S., Ekonomi, F., Universitas, B., & Denpasar, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Self Assessment System, E-Filing,

- Tingkat Pendapatan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA), 5(Juni), 456–467. www.kemenkeu.go.id
- Astari, C. P., Larasati, D. A., Nuranjani, D., Wahyuni, F. P., & Fadilla, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Transaksi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Akibat Dari Pandemi Covid-19. *Journal of Business and Halal Industry*, 1(3), 1–10. <https://economics.pubmedia.id/index.php/jbhi>
- Damajanti, A., & Karim, A. (2017). EFFECT OF TAX KNOWLEDGE ON INDIVIDUAL TAXPAYERS COMPLIANCE. *Economics & Business Solutions Journal*, 1(1), 1–19.
- Ernawatiningsih, N. P. L., & Sudiartana, I. M. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. *JURNAL AKUNTANSI PROFESI*, 14(3), 482–491. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jippg.v3i2>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halomoan, K., & Herning Sitabuana, T. (2022). PAJAK, PANDEMI, DAN MASYARAKAT. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(7), 1243–1254. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.147>
- Handayani, E. P., Harimurti, F., & Kristanto, D. (2020). PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, SOSIALISASI PAJAK, DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM (Survey Pada Pedagang Batik di Pasar Klewer Surakarta). *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 16(1), 22–32.
- Jalil, F. Y., Azhar, I., Annas, M., Galib, A., Tarmizi, R., Tanjung, J., de Fretes, A. V. C., Sutarni, Solihin, A., Wulandari, S. S., Asnidar, & Meliana. (2024). DASAR-DASAR PERPAJAKAN (A. Nugraha & S. Y. Mutiara, Eds.; Mukhlisiah, Rizka). Sada Kurnia Pustaka dan Penulis.
- Moenek, R. (2020). The Effect of Awareness of Tax Laws, Understanding of Tax Laws and Tax Compliance Behaviour on Supply Chain Management. *International Journal of Supply Chain Management IJSCM*, 9(1), 718–726. <http://excelingtech.co.uk/>
- Presiden, Kementerian Keuangan, & DPR. (2021). UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 7 TAHUN 2021 TENTANG HARMONISASI PERATURAN PERPAJAKAN.
- Purnomo, Z. H. S. (2023, December 29). Yuks, Mengenal apa itu Tax Ratio. Artikel Website Direktorat Jenderal Pajak. <https://www.pajak.go.id/index.php/id/artikel/yuks-mengenal-apa-itu-tax-ratio>
- Sugiharto. (2022, December 30). Memanfaatkan E-Commerce Dengan Benar. Kementerian Keuangan Republik Indonesia: KPKNL Palembang. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-palembang/baca-artikel/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html>
- Sugiyono. (2017). https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=fstream&fid=140&bid=1879#flipbook-pdf_collections/7/. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (F. Ajefri, Ed.). Alfabeta.
- T. S, M. A., Pratiwi, D. R., & Fitri, H. (2023). SEKILAS APBN: TAX RATIO DISEPAKATI, MASIH LEBIH RENDAH DARI TAHUN 2022. Pusat Kajian Anggaran DPR RI,

- 2(36), 1–1. <https://berkas.dpr.go.id/pa3kn/sekilas-apbn/public-file/sekilas-apbn-public-69.pdf>
- Tokopedia dan 9 Perusahaan Lain Resmi Jadi Pemungut PPN Produk Digital. (2020, November 17). Redaksi DDTCNews. <https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/25588/tokopedia-dan-9-perusahaan-lain-resmi-jadi-pemungut-ppn-produk-digital>
- Zaikin, M., Pagalung, G., & Rasyid, S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(1), 57–76. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1346>