

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPATUHAN WAJIB
PAJAK *E-COMMERCE* DI KALIMANTAN TIMUR**



Oleh :

Nama : Irwansyah

No. Mahasiswa : 17312550

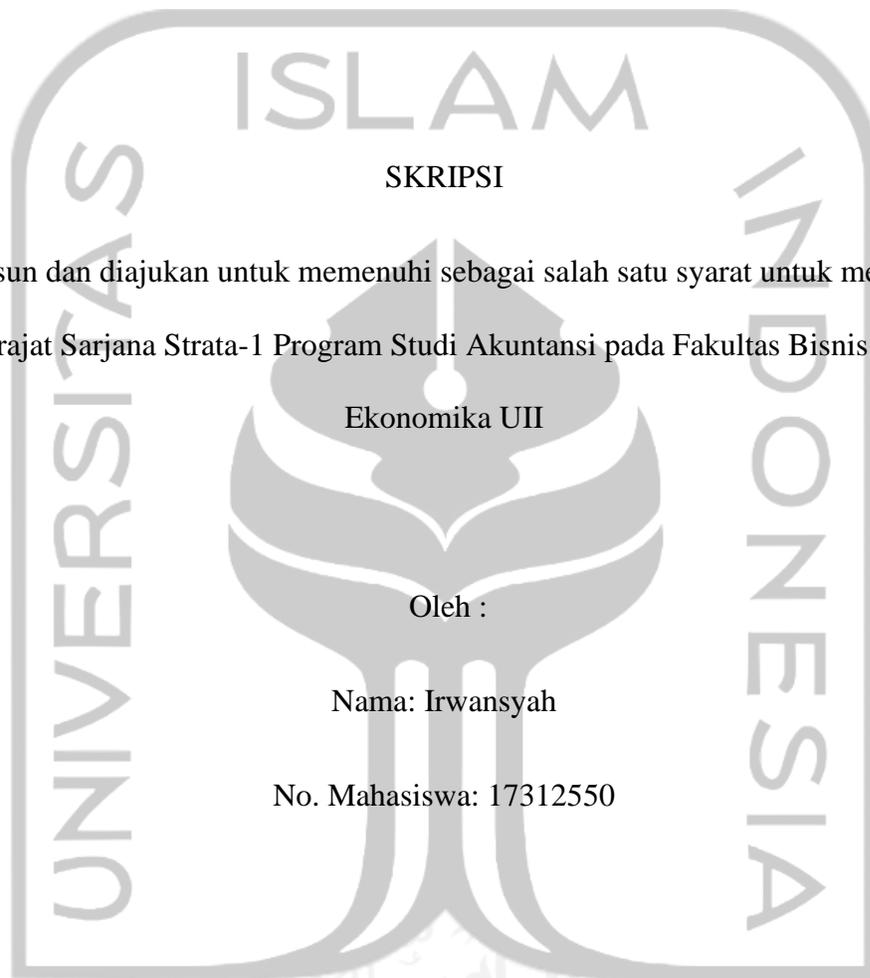
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2021

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPATUHAN WAJIB

PAJAK *E-COMMERCE* DI KALIMANTAN TIMUR



SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan

Ekonomika UII

Oleh :

Nama: Irwansyah

No. Mahasiswa: 17312550

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA

2021

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 14 Januari 2022

Penulis,



(Ifwansyah)



LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING
FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPATUHAN WAJIB
PAJAK *E-COMMERCE* DI KALIMANTAN TIMUR



SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Irwansyah

No. Mahasiswa: 17312550

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 18 Januari 2022

Dosen Pembimbing.

(Umi Sulistiyanti S.E., Ak., M.Acc)

LEMBAR BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE DI
KALIMANTAN TIMUR

Disusun oleh : IRWANSYAH

Nomor Mahasiswa : 17312550

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Kamis, 03 Februari 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Umi Sulistianti, SE., M.Accy.

Penguji : Reni Yendrawati, Dra., M.Si., CFra.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah: 5)

“ Untuk mendapatkan apa yang kamu suka, pertama kamu harus sabar dengan

apa yang kamu benci”

(Imam Ghazali)

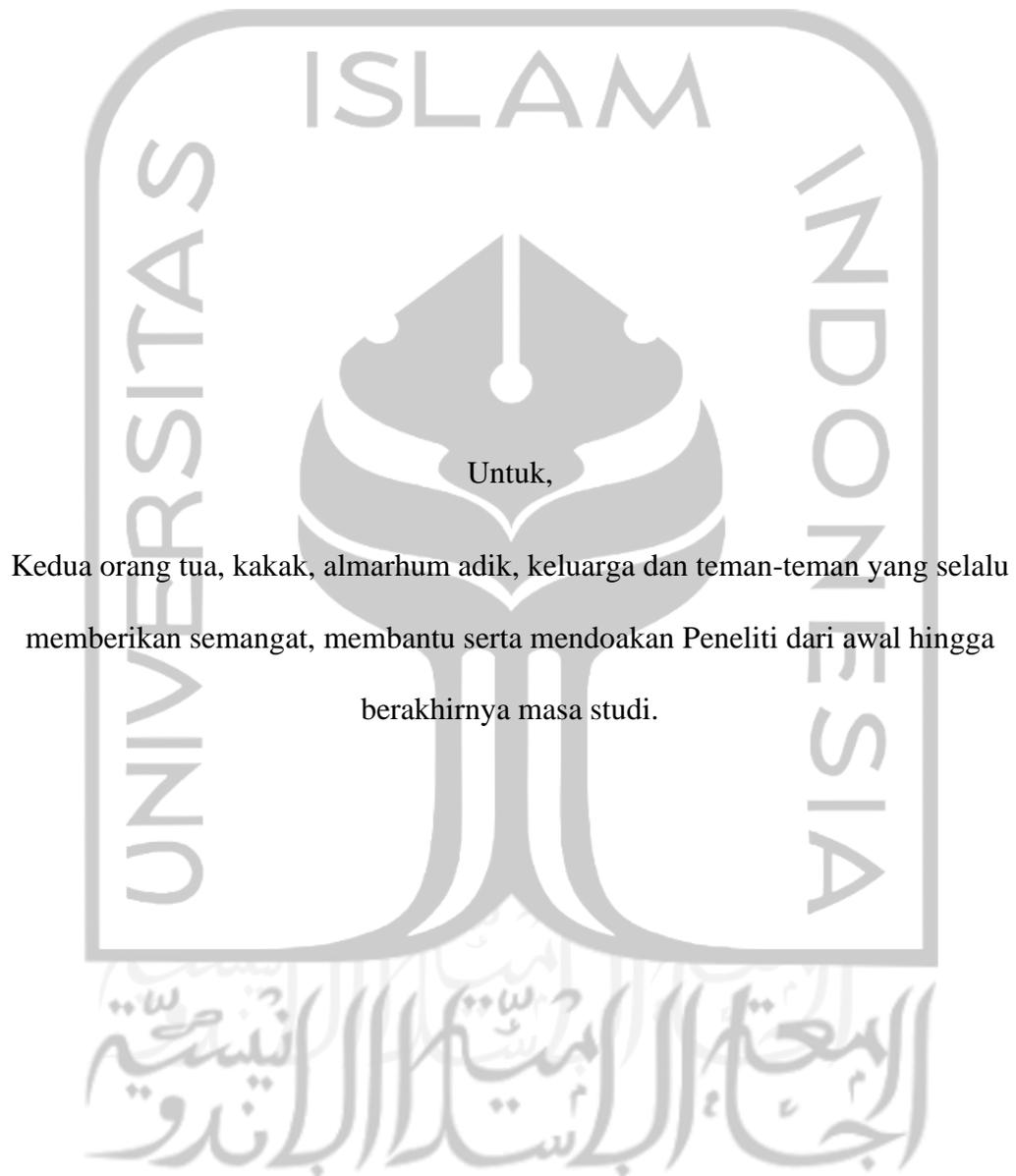
“You don’t have to be great to start, but you have to start to be great.”

(Zig Ziglar)

“Jika orang lain bisa, maka aku juga bisa.”

(unkwon)

HALAMAN PERSEMBAHAN



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur Peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkah dan rahmat-Nya, Peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* di Kalimantan Timur”. Shalawat dan salam tak lupa Peneliti haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang seperti zaman sekarang ini.

Penelitian ini digunakan oleh Peneliti sebagai syarat memenuhi tugas akhir untuk meraih gelar strata-1 atau S1 pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Dalam Penelitian Penelitian ini, Peneliti mendapatkan banyak bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua Peneliti, Bapak Masli dan Ibu Siti Aisyah yang selalu memberi semangat, doa, dan dukungan kepada Peneliti.
2. kakak Peneliti, Jainal Abdillah yang telah memberikan kritik, saran, dan motivasi serta semangat dalam penyusunan tugas akhir Peneliti.
3. Almarhum adik Peneliti, Gazali Rahman yang menjadi semangat untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung dalam penyelesaian studi Peneliti.

5. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung dalam penyelesaian studi Peneliti.
6. Bapak Johan Arifin S.E., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung dalam penyelesaian studi Peneliti.
7. Bapak Dr. Mahmudi. S.E., M.Si., Ak., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung penyelesaian studi Peneliti.
8. Ibu Umi Sulistiyanti S.E., Ak., M.Acc selaku dosen pembimbing Peneliti yang selalu memberikan bantuan dan arahan kepada Peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih atas bimbingannya selama ini.
9. Teman-teman di Resik-Resik Jogja yang menjadi teman kerja Peneliti.
10. Teman-teman marbot Masjid Baiturrahman yang membantu Peneliti belajar Ilmu Agama dan teman main PS (*Playstation*).
11. Ibu kost dan anak, bu Yani dan mas Irfan yang telah memberikan tempat tinggal secara gratis selama berkuliah di Yogyakarta.
12. Seluruh Mahasiswa Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang telah membantu Peneliti selama masa studi.

Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya karena telah memabntu Peneliti selama masa studi ini. semoga apa yang telah diberikan kepada Peneliti selama ini dapat diberikan balasan yang melimpah. Terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb



Peneliti,

(Irwansyah)

DAFTAR ISI

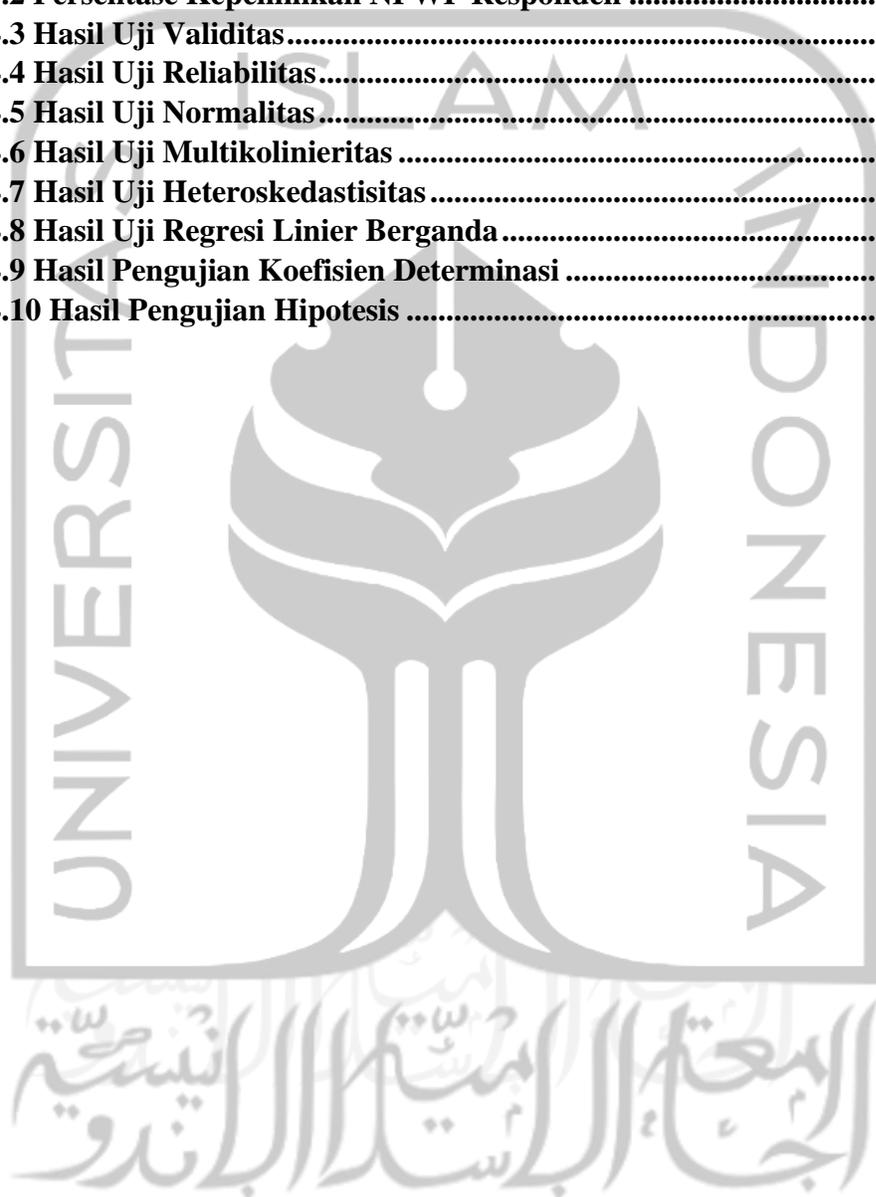
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRACT	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Tugas Akhir	9
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Atribusi	10
2.1.2 Teori Tindakan Beralasan (<i>Theory of Reasoned Action</i>)	11
2.1.3 <i>E-Commerce</i>	12
2.1.4 Kepatuhan wajib pajak	26

2.1.5	Sanksi Pajak.....	27
2.1.6	Kesadaran wajib pajak	28
2.1.7	Sosialisasi Perpajakan.....	29
2.1.8	Persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem-sistem perpajakan	30
2.2	Tinjaun Penelitian Terdahulu.....	32
2.3	Hipotesis Penelitian.....	38
2.3.1	Pengaruh Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak <i>E-Commerce</i> 38	
2.3.2	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak <i>E-Commerce</i>	40
2.3.3	Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak <i>E-Commerce</i>	41
2.3.4	Pengaruh Persepsi atas Efektivitas Sistem Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak <i>E-Commerce</i>	42
2.4	Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III.....		44
METODE PENELITIAN		44
3.1	Populasi dan Sampel	44
3.2	Sumber Data	46
3.3	Metode Pengumpulan Data	46
3.4	Definisi Variabel dan Pengukuran Variabel.....	47
3.4.1	Kepatuhan Wajib Pajak	48
3.4.2	Sanksi Pajak.....	48
3.4.3	Kesadaran Wajib Pajak.....	49
3.4.4	Sosialisasi Perpajakan.....	50
3.4.5	Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem-Sistem Perpajakan	51
3.5	Metode Analisis Data	52
3.5.1	Statistik Deskriptif	53
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	53
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.6	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	56

3.6.1	Analisis Regresi Berganda.....	56
3.7	Uji Statistik	57
3.7.1	Uji T	57
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN	58
4.1	Karakteristik Responden.....	58
4.2	Hasil Pengumpulan Data	59
4.3	Uji Statistik Deskriptif	60
4.4	Pengujian Instrumen Penelitian.....	63
4.4.1.	Uji Validitas	63
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.1.	Uji Normalitas.....	66
4.4.2.	Uji Multikolinieritas.....	67
4.4.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.5	Uji Hipotesis.....	69
4.5.1.	Regresi Linier Berganda.....	69
4.5.2.	Analisis Determinasi.....	71
4.5.3.	Uji T.....	72
BAB V	79
KESIMPULAN	79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Implikasi.....	79
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	80
5.4	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
DAFTAR LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1 Persentase Domisili Responden	59
Tabel 4.2 Persentase Kepemilikan NPWP Responden	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	72
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....43



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	88
LAMPIRAN 2	92
LAMPIRAN 3	97
LAMPIRAN 4	103



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of tax sanctions, taxpayer awareness, tax socialization, and taxpayer perceptions on the effectiveness of the tax system on taxpayer compliance. The study was conducted on taxpayers who carry out trade transactions of goods and services by e-commerce in East Kalimantan. The data used in this study is primary data obtained from respondents who have met the respondent's criteria to fill out online questionnaires via Google form which have been randomly distributed and a sample of 100 respondents was taken. Based on the results of the research conducted, it can be concluded that the variable of tax sanctions and the perception of taxpayers on the effectiveness of the taxation system has a positive effect on taxpayer compliance. Meanwhile, tax socialization and taxpayer awareness have no effect on taxpayer compliance.

Keywords: Taxpayer Compliance, Tax Sanctions, Taxpayer Awareness, Tax Socialization, Taxpayer Perception of the Effectiveness of the Taxation System.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sanksi perpajakan, kesadaran wajib pajak, sosialisasi pajak, dan persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian dilakukan kepada Wajib Pajak yang melakukan transaksi perdagangan barang dan jasa secara *E-Commerce* di Kalimantan Timur. Data yang digunakan pada Penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari responden yang telah memenuhi kriteria responden untuk mengisi kuesioner secara daring melalui *Google form* yang telah disebar secara acak dan diambil sampel sejumlah 100 responden. Berdasarkan hasil Penelitian yang dilakukan maka diperoleh kesimpulan bahwa variabel sanksi perpajakan dan persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan, sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci : Kepatuhan Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi, inovasi teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat dan juga berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Salah satu perkembangan inovasi teknologi yaitu dengan kehadiran internet, internet sangat membantu manusia untuk mengakses berbagai macam informasi yang mereka butuhkan. layanan manajemen konten *Hoot Suite* layanan manajemen konten dan *We Are Social* (2021) agensi pemasaran media sosial dalam laporan bertajuk "Digital 2021" mengatakan Pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 ini mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa dibanding Januari 2020 . Saat ini Indonesia memiliki penduduk sebesar 274,9 juta jiwa. Ini artinya, penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 persen (Kemp, 2021).

Jumlah pengguna internet di Indonesia yang besar tersebut tentunya mengubah cara masyarakat berinteraksi, khususnya di bidang perdagangan. Perubahan interaksi secara digital ini kemudian mendorong kemajuan untuk mengubah interaksi yang sebelum secara konvensional ke digital, interaksi perdagangan secara digital biasa dikenal dengan *E-Commerce*. Menurut Turban Turban, et al., (2004) mendefinisikan *E-Commerce* sebagai proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan, dan/atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet.

Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup cepat. Berdasarkan laporan Penelitian yang dilakukan *DSInnovate (The Power of Spectrums, 2021)* mengatakan Sektor *E-Commerce* Indonesia meningkat dua kali lipat setiap tahun selama tiga tahun terakhir dan diproyeksikan tumbuh delapan kali lipat pada tahun 2022. Pertumbuhan tersebut diiringi dengan nilai transaksi *E-Commerce* yang tinggi dan diperkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data yang dikeluarkan Bank Indonesia (Muamalat, 2020) nilai transaksi *E-Commerce* Indonesia pada tahun 2017 sebesar 42,2 Triliun, 2018 sebesar 105,6 Triliun, 2019 sebesar 205,5 Triliun dan sampai dengan bulan November 2020 sebesar 266,3 Triliun.

Nilai transaksi yang besar tersebut menjadi fokus pemerintah dalam mengatur peraturan pajak transaksi *E-Commerce* untuk memaksimalkan pendapatan pajak. Perlu diketahui, pajak adalah salah satu penerimaan negara dan menjadi sumber pendapatan utama negara, jika tidak ada pajak, sebagian besar aktivitas negara akan sulit dilaksanakan. Pajak juga menyumbang penerimaan negara kurang lebih 80 persen dari APBN.

Permasalahan muncul dari pendapatan sektor pajak yaitu kurangnya kepatuhan wajib pajak yang mengakibatkan kurang optimalnya pendapatan pajak negara. Kurangnya kepatuhan wajib pajak Indonesia dapat dilihat dari terus menurunnya *tax ratio* Indonesia selama lima tahun terakhir. *tax ratio* atau perbandingan antara jumlah pajak yang terhimpun dalam Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data yang didapat dari Validnews (*Febrio: Tren Penurunan Rasio Perpajakan Jadi Tantangan*

Pemerintah / Validnews.Id, n.d.) Tercatat pada 2016 rasio pajak Indonesia berada di angka 8,91 persen, 2017 sebesar 8,47 persen, 2018 sebesar 8,85 persen, 2019 sebesar 8,42 persen, dan 2020 sebesar 7,7 persen . Begitu juga dengan wajib pajak *E-Commerce* mengutip pernyataan ketua bidang perdagangan Apindo Franky Sibarani pada 2014 di antaranews (2014) (*Apindo: Transaksi Online Mayoritas Tidak Bayar Pajak - ANTARA News, n.d.)* *E-Commerce* di Indonesia memiliki nilai transaksi yang cukup besar per tahun, yaitu di bawah 100 triliun akan tetapi belum melakukan kewajiban perpajakan atas transaksi tersebut. Pemerintah telah berupaya dalam menambah kepatuhan wajib pajak, di antaranya melalui penyuluhan pajak.

Kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya sanksi perpajakan, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem-sistem yang dimiliki pemerintah. Faktor sanksi perpajakan, menurut (Pujo Gunarso, 2016) sanksi perpajakan ialah suatu perangkat yang dapat menjamin bahwa peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dipatuhi. Sanksi perpajakan sebagai perangkat pencegahan (preventif) untuk wajib pajak agar dapat mematuhi peraturan perpajakan yang sedang berlaku. apabila wajib pajak tidak dapat mematuhi peraturan perpajakan, maka wajib pajak hendaknya dikenakan sanksi pajak. Dengan adanya sanksi pajak diharapkan wajib pajak memiliki kesadaran maupun kepatuhan terhadap kewajiban perpajakannya. Banyak Penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui apakah sanksi pajak dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak, di antaranya Penelitian

Cahyadi dan Jati (2016), Putri dan Jati (2012) dan Susilawati dan Budiarta (2013), pada Penelitian mereka ditemukan bahwa sanksi pajak memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Adapun Penelitian lain yang hampir serupa yaitu Penelitian Andinata (2015) dan Oladipupo dan Obazee (2016), ditemukan bahwa sanksi pajak tidak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Faktor kedua yaitu Kesadaran wajib pajak, menurut (Mutia, 2014) ketika ada rasa kesadaran yang timbul dari dalam diri wajib pajak atas kewajibannya membayar pajak dengan ikhlas tanpa adanya unsur. Jika wajib pajak telah memenuhi kewajiban perpajakannya dengan ketulusan maupun keikhlasan hati dan sadar bahwa pentingnya pajak untuk pertumbuhan dan pembangunan daerahnya, sehingga ketidakpatuhan dalam perpajakan tidak akan terjadi. Menurut (Putri & Setiawan, 2017) kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan seperti membayar pajak terbagi menjadi beberapa jenis yaitu pertama, sebagai bentuk dukungan kepada pemerintah untuk membiayai pembangunan negara. Kedua, keterlambatan memenuhi kewajiban pajak dan berkurangnya beban pajak akan mengurangi pendapatan Negara. Ketiga, pajak diatur dan disahkan berdasarkan Undang-undang dan bersifat memaksa. Kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan akan memengaruhi tinggi rendahnya kepatuhan wajib pajak. Kesadaran pajak yang tinggi untuk memahami fungsi pajak, baik memahami manfaat pajak untuk orang lain atau diri sendiri Sehingga masyarakat akan sukarela dan disiplin untuk membayar dan melaporkan kewajiban perpajakan mereka. Kesadaran wajib pajak sangat berkaitan

dengan kepatuhan wajib pajak. Seperti dalam Penelitian Yulsiati (2015), Anggraeni (2016), Yoeanda, Affifudin, dan Mawardi (2018), Ningsih, Maslichah, dan Mawardi (2019), dan Jayanto (2020) menunjukkan kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Karsimiati (2009), Sentanu dan Setiawan (2016), Hardiningsih dan Yulianawati (2011), dan Markhumah (2019) menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Faktor ketiga yaitu sosialisasi perpajakan, Sosialisasi perpajakan merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan pemerintah untuk memberikan informasi dan pemahaman kepada wajib pajak, khususnya pelaku bisnis *E-Commerce* mengenai. Apabila diterapkannya sosialisasi, wajib pajak dapat memahaminya oleh karena itu wajib pajak akan mengetahui betapa pentingnya perpajakan. Dilakukannya sosialisasi perpajakan diharapkan dapat memberikan dampak pada pengetahuan wajib pajak secara positif sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Apabila intensitas sosialisasi yang dilakukan semakin tinggi, maka akan ada kemungkinan kepatuhan wajib pajak yang meningkat. Dalam Penelitian (Wardani & Wati, 2018) menemukan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun berbanding terbalik dengan Penelitian yang dilakukan oleh (Winerungan, 2013) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, begitu juga dengan Penelitian yang dilakukan oleh Savitri dan Musfialdy (2016) serta Andreas dan Savitri (2015).

Faktor keempat yaitu persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem-sistem yang dimiliki pemerintah. Persepsi yaitu suatu proses seseorang dalam kegiatannya untuk memberikan kesan, evaluasi, komentar, menguasai, mengorganisir, menafsirkan pada situasi tertentu, kejadian yang mampu memberikan kesan sikap yang positif ataupun negatif (Robbins,2001). Wajib pajak mempunyai persepsinya masing-masing terhadap sistem-sistem perpajakan yang pemerintah gunakan saat ini. Sebelum pemerintah memperbaiki sistem perpajakan mereka, mulai dari pendaftaran NPWP hingga dapat mengisi SPT menggunakan internet, wajib pajak diharuskan untuk mengunjungi KPP agar dapat menjalankan tahapan-tahapan perpajakan.

E-Registration, E-Banking, E-Filing, E-SPT, dan Drop Box merupakan beberapa pembaruan sistem yang berdampak pada meningkatnya persepsi baik masyarakat terhadap sistem yang dimiliki pemerintah khususnya di bidang perpajakan, disebabkan pembaruan itu dapat membantu wajib pajak untuk menghemat waktu dan bisa melakukan proses perpajakan di mana saja sehingga kepatuhan wajib pajak meningkat. Penelitian mengenai persepsi masyarakat terhadap efektivitas sistem-sistem yang dimiliki pemerintah. Hasil Penelitian Fikriningrum dan Setyawan (2012) ditemukan bahwa persepsi efektivitas sistem perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kewajiban perpajakan. Sebaliknya, pada Penelitian Utami, Andi dan Soerono (2012) mengungkapkan bahwa persepsi atas efektivitas sistem perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian lain yang hampir sama, Sutari (2013) pada Penelitiannya ditemukan hasil serupa

dengan Utami, Andi dan Soerono. Persepsi atas efektivitas sistem perpajakan tidak memengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan uraian di atas, Peneliti ingin meneliti mengenai **“faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* di Kalimantan Timur”**, adapun variabel yang akan dipilih yaitu, sanksi perpajakan kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan. dan persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan. Penelitian ini bagian dari pengembangan dari Penelitian-Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indriyani dan Jayanto (2020), Dolosais (2020), Ningsih, Maslichah, dan Mawardi (2019), Yoeanda, Affifudin, dan Mawardi (2018) yang di mana menyarankan Penelitian selanjutnya untuk menambah variabel lain dan memperluas objek Penelitian, sehingga Peneliti dapat mengetahui apa saja faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.

Penelitian tersebut akan dilaksanakan di Provinsi Kalimantan Timur Alasan memilih provinsi tersebut karena memiliki pertumbuhan transaksi *E-Commerce* terbilang sangat tinggi dikutip dari tribun kaltim (2019) pertumbuhan transaksi triwulanan *E-Commerce* di provinsi tersebut mencapai 16,04 persen pada triwulan pertama 2019 ini lebih tinggi dari rata-rata kalimantan dan nasional yang masing-masing 5,50 persen dan 2,96 persen. sehingga membuat potensi pajak di sektor ini cukup menjanjikan (*Laju Pertumbuhan Transaksi E-Commerce Di Kaltim Meningkat, Produk Fashion Mendominasi - Tribunkaltim.Co*, n.d.). Adapun alasan lain yaitu masih rendah *tax ratio* Kalimantan timur (Safarina 2019) *tax ratio* Kalimantan timur

sebesar 0,50 persen lebih rendah dari rata-rata provinsi seluruh Indonesia sebesar 0,88 persen (*Calon Ibu Kota Baru Yang Sudah Menuju Kemandirian Fiskal*, n.d.).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas maka Peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*?
2. Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*?
3. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*?
4. Apakah persepsi atas efektivitas sistem perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas maka Peneliti membuat tujuan Penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.

2. Untuk menguji pengaruh kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.
3. Untuk menguji sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*?
4. Untuk menguji persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*?

1.4 Manfaat Tugas Akhir

Dari Penelitian tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa jadi rujukan dan perbandingan bagi Penelitian berikutnya yang ingin meneliti kasus sejenis.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan untuk memperbaiki maupun melaksanakan peraturan terkait dalam hal kebijakan dan pelaksanaan pertukaran informasi untuk tujuan pajak dan dapat menjadi bahan bacaan dalam ilmu perpajakan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Selain itu, peneliti juga menggali informasi dari buku-buku maupun skripsi dalam rangka mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

2.1.1 Teori Atribusi

Teori atribusi mengatakan bahwa seseorang dapat menentukan perilaku dirinya berasal dari internal maupun eksternal apabila mereka mampu memperhatikan perilaku individu lain yang mereka temui (Robbins, 2001). Sikap wajib pajak sangat memiliki hubungan dengan kepatuhan wajib pajak pada saat memberikan penilaian terhadap pajak. Kondisi internal maupun eksternal dapat memberikan pengaruh penilaian seseorang terhadap orang lain, oleh karena itu teori ini dapat menjelaskan tujuan tersebut. Lahirnya suatu perilaku dari dalam diri individu merupakan sifat yang dipercaya dapat dikendalikan oleh pribadi individu tersebut, sedangkan perilaku yang lahir dari eksternal individu yaitu perilaku yang dipengaruhi dari luar individu, maksudnya individu secara terpaksa berperilaku karena keadaan yang memaksa.

Menurut Robbins (2001) dalam menentukan internal maupun eksternal tergantung dari tiga faktor antara lain :

a) Kekhususan (kesendirian atau *Distinctiveness*)

Kekhususan adalah bahwa seorang individu akan melihat perilaku orang lain secara kontras dalam berbagai keadaan. Seseorang yang berperilaku seperti pengamat dapat memberikan atribusi eksternal kepada individu tersebut, dan tergolong sebagai suatu perilaku yang luar biasa. Begitupun sebaliknya apabila dipandang sebagai sesuatu yang biasa.

b) Konsensus

Konsensus adalah apabila setiap orang memiliki kemiripan sudut pandang pada saat menanggapi suatu tindakan individu lainnya pada keadaan yang bersamaan. Atribusi internal apabila memiliki konsensusnya tinggi, begitupun sebaliknya, dapat dikatakan atribusi eksternal apabila memiliki konsensus rendah.

c) Konsistensi

Konsistensi adalah apabila setiap saat seorang individu mampu menilai perilaku individu lainnya dengan respon yang sama. Jika Semakin konsisten perilaku tersebut, maka akan dihubungkan perilaku tersebut dengan hal-hal yang disebabkan oleh internal.

2.1.2 Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*)

Teori tindakan beralasan merupakan suatu teori yang dapat mendeskripsikan keinginan individu untuk melaksanakan suatu tindakan (Jogiyanto, 2007). Penelitian

ini sangat relevan dengan teori yang dikembangkan kembali oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen (1980), karena rasionalitas dapat memengaruhi individu untuk menentukan perilaku taat dan tidaknya individu terhadap kewajiban perpajakan. Perilaku wajib pajak dalam membuat keputusan dipengaruhi lingkungan yang dapat membentuk norma subjektif (Imelda, 2014).

2.1.3 E-Commerce

Secara umum, pada sub bab *E-Commerce* akan menjelaskan satu persatu mengenai *E-Commerce* mulai dari pengertian, kategori, mekanisme transaksi dan pajak penghasilan atas transaksi *E-Commerce* sebagaimana yang akan dijelaskan sebagai berikut:

2.1.3.1 Pengertian E-Commerce

E-Commerce merupakan singkatan dari *Electronic Commerce* yaitu kegiatan bisnis yang menggunakan jaringan komputer sebagai perantara yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers*, dan pedagang. *E-Commerce* itu sendiri bidang bisnis multi-disiplin yang menggabungkan berbagai macam bidang khususnya bidang teknik misalnya pengamanan, dan pengambilan data dari multi media, jaringan dan telekomunikasi, penyimpanan, dan dari perspektif bisnis contohnya pemasaran, manajemen jaringan distribusi, penagihan dan pembayaran, pembelian dan penjualan, sedangkan dari perspektif hukum contohnya pembuatan perjanjian hak intelektual, *information privacy*, perpajakan, dan penyelesaian hukum lainnya (Ninieki, 2009).

Pengarang buku *E-Commerce The Cutting Edge of Business* Kamlesh K. Bajaj dan Debjani Nag (2000) di dalam bukunya mendefinisikan *E-Commerce* yaitu sebagai proses transaksi informasi bisnis menggunakan EDI (*Electronic Data Exchange*) *E-mail*, EBB (*Electronic Bulletin Board*), *Electronic Fund Transfer* maupun teknologi lain yang memanfaatkan jasa jaringan internet tanpa perlu memanfaatkan kertas (*the paperless exchange of business information*).

2.1.3.2 Kategori Aplikasi E-Commerce

E-Commerce terbagi menjadi tujuh jenis berdasarkan kepada siapa saja pelaku (penjual dan pembeli) yang akan terlibat, bagaimana interaksi pembeli dan penjual terjadi, dan proses pada transaksi tersebut. Mengutip dari skripsi (Hasanah, 2016) di

Dalam tulisan Ajeet Khurana yang berjudul *Types of E-Commerce*, mengatakan saat ini terdapat empat kategori *E-Commerce*, yaitu:

1. *E-Commerce Business to Business (B2B)*
2. *E-Commerce Retail or Business to Customer (B2C)*
3. *E-Commerce Customer to Business (C2B)*
4. *E-Commerce Customer to Customer (C2C)*

Terdapat tiga tambahan jenis *E-Commerce* lainnya menurut Tutorial Point yaitu:

1. *Business to Government (B2G)*
2. *Government to Business (G2B)*
3. *Government to Citizen (G2C)*

a) *Business to Business (B2B)*

Yaitu bisnis komersial di mana transaksinya melibatkan satu organisasi ke organisasi lain atau sebaliknya. Kegiatan bisnis model B2B tersebut seperti transaksi jual beli, aktivitas-aktivitas penjualan, *inventory management*, *supplier management*, *channel management*, *payment management* hingga *service* maupun *support*.

b) *Business to Consumer (B2C)*

Yaitu bisnis komersial di mana transaksinya dilakukan antara organisasi dan konsumen. Amazon.com, Yahoo.com, dan Schwab.com menjadi pendahulu atau Pelopor di kategori *B2C*. Dalam kategori *B2C* transaksi yang terjadi antara lain seperti pencarian konsumen, penjualan, hingga pelayanan dan dukungan untuk konsumen.

c) *Consumer to Consumer (C2C)*

Yaitu proses pertukaran transaksi keuangan maupun informasi kepada konsumen, umumnya transaksi ini terjadi pada situs bisnis yang menjadi perantara atau yang memediasi. Pada transaksi *C2C* tersebut pertukaran terjadi antara konsumen dengan konsumen lainnya. Pada transaksi ini pihak ketiga dapat terlibat ataupun tidak.

d) *Customer to Business (C2B)*

Yaitu kategori *E-Commerce* di mana transaksinya berbanding terbalik dengan *E-Commerce* pada umumnya, pada kategori ini peran konsumen yang

aktif dalam mengiklankan melalui internet kepada khalayak mengenai apa yang konsumen butuhkan, kemudian satu atau beberapa perusahaan akan menawarkan produk maupun jasa yang dibutuhkan konsumen tersebut.

e) *Business to Government (B2G)*

Penyesuaian *E-Commerce* dari bentuk *E-Commerce Business to Business (B2B)* di atas. Perbedaan dari kategori B2G dengan B2B yaitu kerja sama pemerintah dan pihak bisnis (swasta) berbentuk pengaturan regulasi yang disepakati kedua belah pihak untuk menyediakan media untuk aplikasi bagi kedua belah pihak antara pihak bisnis dan pemerintah, serta memberikan akreditasi untuk *website E-Commerce* yang akan digunakan kedua belah pihak untuk menunjang kegiatan *E-Commerce* B2G tersebut.

f) *Government to Business (G2B)*

Yaitu *E-Commerce* yang bentuk transaksinya dilakukan antara bisnis dan pihak pemerintah. Beberapa bentuk transaksi yang dilakukan kedua belah pihak ini antara lain seperti penjualan barang, jasa, maupun keduanya, mulai dari transaksi kecil hingga transaksi berskala besar. Sehingga dapat tercipta suatu bentuk kerja sama yang dapat saling menguntungkan satu sama lainnya, pemerintah juga akan langsung di dalamnya melalui hubungan dengan pihak swasta. Yang dilakukan secara *online* dan *mobile* melalui *website* yang menjadi perantara transaksi antara pihak pemerintah dengan swasta.

2.1.3.3 Mekanisme Transaksi *E-Commerce*

Pada *E-Commerce* dimulainya proses transaksi pada saat produk maupun jasa ditawarkan oleh penjual pada situs melalui *server* yang ada. Transaksi pembelian yang ingin dilakukan konsumen, maka konsumen perlu mengisi order mail maupun sejenisnya yang pihak penjual atau pihak ketiga telah sediakan. Ada beberapa metode pembayaran yang dapat dilakukan oleh konsumen, antara lain :

- Melalui *Automatic Teller Machine* (ATM).
- Pembayaran secara langsung tanpa ada perantara.
- Melalui pihak ketiga
- *Micropayment* (recehan), dan
- *Anonymous digital cash*.

Pengiriman barang akan diproses ketika telah dilakukan proses pembayaran transaksi telah diotorisasi. Pengiriman produk terbagi menjadi beberapa jenis, baik barang berwujud (pengiriman biasa melalui perusahaan jasa pengantar paket), jasa, maupun produk digital (*download*).

2.1.3.4 Perpajakan Atas Penghasilan *E-Commerce*

Untuk mengantisipasi pemajakan transaksi *E-Commerce* ada beberapa prinsip dasar yang dapat dikembangkan, yaitu:

- a. Perlakuan perpajakan antara transaksi elektronik dan secara konvensional tidak memiliki perbedaan;

- b. Apabila transaksi *E-Commerce* memungkinkan untuk menggunakan ketentuan perpajakan yang berlaku saat ini, maka ketentuan tersebut yang akan digunakan;
- c. Terdapat kesepakatan antara *tax regime* di setiap Negara dengan tujuan menghindari pajak berganda yang akan terjadi.

Azas *Certainty*, mengatakan subjek, objek, tarif, dan ketentuan mengenai pembayaran pajak yang lebih diutamakan dalam kepastian hukum. Di Indonesia untuk menentukan subjek pajak PPh, kewarganegaraan subjek pajak bukan menjadi dasarnya melainkan berdasarkan keberadaannya, sebagaimana diatur dalam undang-undang subjek pajak No 7 Tahun 1983 tentang PPh stdd UU No 36 2008. Orang Pribadi yang telah berada di Indonesia lebih dari 183 hari di Indonesia maka orang tersebut masuk kategori subjek pajak dalam negeri Indonesia. Dalam sebagaimana telah diatur dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak No PER - 43/PJ/2011 pasal 3(1), (3), 12(2), 18 lebih detail dijelaskan dalam UU PPh pasal 2 ayat 1 (a.1) mengenai definisi yang dapat menjadi subjek pajak orang pribadi. Sedangkan yang dapat dijadikan subjek pajak badan dalam negeri apabila berdiri maupun berkedudukan di Indonesia. Selain orang pribadi dan badan terdapat satu subjek pajak lain, dikenal dengan Bentuk Usaha Tetap (BUT). Pasal 2 ayat (5) Undang-undang PPh mendefinisikan terdapat 3 hal yang dapat menjadi Bentuk Usaha Tetap (BUT), yaitu:

- a. Tanah, gedung, peralatan, maupun mesin sebagai tempat usaha ada keberadaan fisiknya.

- b. Adanya kegiatan usaha maupun aktivitas bisnis yang terjadi di Indonesia.
- c. Orang pribadi atau badan yang tidak berkedudukan atau tidak bertempat tinggal di Indonesia memiliki agen yang berkedudukan tidak bebas yang bertugas untuk subjek pajak.

Perlakuan pajak BUT dan WP badan memiliki perlakuan pajak yang sama. Keberadaan dari ketiga jenis subjek pajak tersebut yang menjadi faktor utama untuk menetapkan jenis subjek pajak dan mengklasifikasikan jenis hak maupun kewajibannya. Pada transaksi *E-Commerce* ada beberapa aspek yang ditimbulkan sebagai penghasilan di antaranya sebagai berikut:

- a. Penjualan barang atau jasa
- b. Hubungan kerja
- c. Penjualan atau penyewaan
- d. Royalti
- e. Dividen
- f. Bunga, dll

E-Commerce dan bentuk usaha yang dijalankan tidak memanfaatkan media *online* seperti toko biasa pada umumnya memiliki perlakuan pajak penghasilan yang sama, di antaranya dapat dilihat dari beberapa hal di bawah ini:

- a. Orang Pribadi yang menghitung penghasilan netonya menggunakan norma Penghitungan Penghasilan Neto (NTPN) yaitu wajib pajak orang pribadi yang melakukan pencatatan sebagaimana diatur dalam UU No 7 tahun

1983 tentang PPh stdd No 36 Tahun 2008 pasal 14. Dalam waktu tiga bulan pertama dari tahun yang menggunakan NPPN, wajib pajak perlu memberitahukan secara tertulis kepada kepala Kantor Pelayanan Pajak di mana wajib pajak terdaftar. Jika wajib pajak tidak memberitahukannya, maka dianggap menyelenggarakan dengan pembukuan.

- b. Wajib pajak yang menerima maupun memperoleh penghasilan dari usaha yang memilikinya dengan peredaran bruto tidak lebih dari Rp 4.800.000.000,00. Wajib pajak akan dikenakan PPh final berdasarkan PP No 46 Tahun 2013.

Pemajakan yang sama dikarenakan perdagangan atau usaha melalui *E-Commerce* dan perdagangan biasa yang sama. Sarana komunikasi yang menjadi perbedaan dari dua jenis transaksi tersebut, di mana internet yang menjadi media komunikasi elektronik maupun infrastruktur utama pada transaksi *E-Commerce*. Sehingga pelaku usaha konvensional dan pelaku bisnis *E-Commerce* memiliki hak dan kewajiban perpajakan yang sama.

Untuk memperoleh NPWP pengusaha maupun pelaku bisnis di bidang *E-Commerce* wajib untuk ke kantor pelayanan pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal untuk mendaftarkan diri pada saat telah memenuhi persyaratan sebagai wajib pajak. Orang pribadi, badan, warisan belum terbagi sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak, dan bentuk usaha tetap sebagai persyaratan subjektif mengenai subjek pajak yang telah diatur dalam Undang-undang (UU) PPh.

Berdasarkan peraturan perpajakan yang berlaku subjek pajak yang telah menerima maupun memperoleh penghasilan adalah persyaratan objektif yang mewajibkan subjek pajak untuk melakukan pemotongan atau pemungutan pajak (Hasanah, 2016).

Pertumbuhan bisnis *online* yang pesat pada saat ini melahirkan potensi PPh yang besar, akan tetapi data-data transaksi *online* tersebut tidak dapat dilakukan penjaringan DJP sendirian. DJP harus bekerja sama dengan semua pihak terkait seperti instansi pemerintah, lembaga, asosiasi, dan pihak lain apabila DJP ingin mendapatkan data-data keberadaan perusahaan *E-Commerce*. Berdasarkan PP Republik Indonesia No 31 Tahun 2012 pihak-pihak yang berhubungan dan mempunyai data yang berhubungan dengan transaksi *online*, wajib untuk menyerahkan data yang mereka miliki ke DJP. Pemberian maupun pengumpulan data maupun informasi yang berhubungan dengan pajak telah dijelaskan dalam peraturan tersebut. DJP memiliki wewenang dalam memperoleh berbagai bentuk data yang diperlukan dalam melihat potensi bisnis *online* melalui peraturan tersebut. Petugas DJP dapat menggunakan *software-software* mesin pencari untuk mencari data-data tersebut selain mendapatkan data-data tersebut dari pihak lain. *Keyword-keyword* tertentu berdasarkan jenis usaha pelaku *E-Commerce* dapat digunakan petugas pajak pada *software* yang ada untuk mencari data-data yang dibutuhkan.

Untuk menentukan subjek dan objek pajak yang akan dikenakan pajak penghasilan terhadap keberadaan dan transaksi *E-Commerce* perlu dicermati kembali karena keberadaan dan transaksi *E-Commerce* yang dapat menjangkau berbagai

Negara. Dengan demikian subjek, objek dan Negara yang memiliki hak untuk pengenaan pajak terhadap keberadaan dan transaksi *E-Commerce* jelas (Budi, 2018).

Hak pengenaan pajak terhadap penghasilan dari transaksi berskala internasional merupakan kesepakatan yang telah dibuat ahli perpajakan Internasional, sebagai berikut :

- a. Memungut pajak atas penghasilan merupakan hak Negara domisili. Negara tempat tinggal orang pribadi maupun berdirinya badan usaha menerima dan mendapatkan penghasilan.
- b. Selain Negara domisili, Negara yang menjadi tempat sumber penghasilan dikenal dengan Negara sumber yang juga memiliki hak untuk memungut pajak. Penghasilan dari transaksi internasional terbagi menjadi lima belas berdasarkan kesepakatan para ahli pajak internasional antara lain:
 - Pendapatan dari harta tetap maupun barang tak bergerak (*income from immovable property*)
 - Pendapatan dari usaha (*business profits*)
 - Pendapatan dari usaha perkapalan dan usaha pengangkutan udara (*income from shipping and air transport*)
 - Dividen
 - Bunga
 - Royalti
 - Keuntungan penjualan harta (*capital gains*)

- Pendapatan dari pekerjaan bebas (*income from independent personal services*)
 - Pendapatan dari pekerjaan (*income from dependent personal services*)
 - Gaji direktur (*director's fees*)
 - Pendapatan seniman, artis, dan olahragawan (*income earned by entertainers and athletes*)
 - Pendapatan uang pensiun atau jaminan sosial tenaga kerja (*pension and social security payments*)
 - Pendapatan pegawai negeri (*income in respect of government services*)
 - Pendapatan pelajar atau mahasiswa (*income received by student and apprentices*)
 - Pendapatan lain-lain (*other income atau income not expressly mentioned*)
- c. Aktivitas usaha melalui bentuk usaha tetap, maksudnya Negara di luar Negara domisili tempat pendirian kantor cabang, pabrik, bengkel, dan tempat-tempat lain yang bersifat permanen, darimana aktivitas usaha itu dilakukan, yang pajak penghasilan dapat dipungut Negara sumber.

2.1.3.5 Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013

Kebijakan pemerintah yang mengatur mengenai Pajak Penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki Peredaran Bruto Tertentu, Ketentuan Pajak Penghasilan tersebut diatur dalam

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 Tahun 2013. Tujuan PP Nomor 46 Tahun 2013

yaitu untuk:

- a. Memudahkan Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan
- b. Pengetahuan terhadap manfaat pajak bagi Wajib Pajak meningkat
- c. Terpenuhinya kewajiban perpajakan agar tercipta kondisi *control social*

Penghasilan yang diterima maupun diperoleh dari usaha Wajib Pajak dalam 1 tahun pajak sesuai dengan PP No. 46 Tahun 2013 yang akan dikenai Pajak Penghasilan (PPh) yaitu penghasilan dengan peredaran bruto (omzet) tidak lebih dari Rp. 4.800.000.000,00. Pajak yang terutang dan harus dibayar dari peredaran bruto (omzet) adalah jumlah dari semua penghasilan baik pusat maupun cabangnya yaitu sebesar 1% dari jumlah peredaran bruto (omzet).

Catatan : Subjek pajak yang dikenai Pajak Penghasilan usahanya meliputi usaha dagang, industri, dan jasa, seperti misalnya toko/kios kelontong, pakaian, elektronik, bengkel, penjahit, warung/rumah makan, salon, dan usaha lainnya.

Penghasilan dengan peredaran bruto (omzet) dari usaha yang dijalankan dalam 1 (satu) Tahun pajak tidak lebih dari Rp 4.800.000.000,00 sebagaimana diatur dalam PP Nomor 46 Tahun 2013. Adapun Orang Pribadi dan Badan (tidak termasuk Bentuk Usaha Tetap (BUT)) tidak dikenakan Pajak Penghasilan sebagaimana diatur dalam PP Nomor 46 Tahun 2013 yaitu:

- a. Orang Pribadi yang melakukan aktivitas penjualan baik barang atau jasa memanfaatkan beberapa bagian maupun secara keseluruhan tempat untuk umum dan dapat dibongkar pasang: pedagang asongan, pedagang keliling, warung tenda di area kakilima, dan sejenisnya.
- b. Wajib Pajak Badan telah mempunyai peredaran bruto (omzet) lebih dari Rp 4.800.000.000,00 dan belum beroperasi secara komersial atau telah beroperasi secara komersial dalam jangka waktu 1 (satu) tahun.

Catatan: Orang Pribadi atau Badan yang diterangkan di atas wajib melaksanakan ketentuan Perpajakan yang berlaku.

Penyetoran dan pelaporan PPh menggunakan Surat Setoran Pajak (SSP) paling lambat tanggal 15 bulan berikutnya dan paling lama tanggal 20 bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir untuk menyampaikan Surat Pemberitahuan Masa Pajak Penghasilan sesuai ketentuan PP No 46 Tahun 2013 dan dikelompokkan pada penghasilan yang dikenai pajak final pada SPT Tahunan PPh.

2.1.3.6 Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki Peredaran Bruto tertentu, kebijakan tersebut baru saja diterbitkan Pemerintah untuk menunjang Pemerintah di bidang perpajakan. Pada tanggal 1 Juli 2018 Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018 telah resmi diberlakukan. diterbitkannya PP

tersebut bertujuan menggantikan aturan yang ada yaitu PP Nomor 46 Tahun 2013. Diterbitkannya PP No 23 Tahun 2018 untuk menyesuaikan dengan kondisi perekonomian yang baru dan memperbaiki beberapa kekurangan, di antaranya mengenai perubahan tarif PPh bersifat final. Tarif PPh final UMKM pada PP No 23 Tahun 2018 sebesar 0,5% yang sebelumnya 1% pada PP Nomor 46 Tahun 2013.

Wajib pajak dapat memilih untuk mengikuti tarif dengan skema final 0,5% atau menggunakan skema normal yang mengacu pada pasal 17 Undang – undang No 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan karena tarif PPh final 0,5% ini bersifat opsional. Wajib pajak dapat mendapatkan keuntungan dari sifat opsional tersebut dikarenakan:

1. Memberikan kemudahan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan apabila wajib pajak pribadi dan badan yang belum dapat menyelenggarakan pembukuan dengan tertib jika menerapkan PPh final 0,5%. karena, perhitungan pajaknya tidak sulit yaitu 0,5% dari peredaran bruto. Akan tetapi, meski sedang dalam keadaan rugi wajib pajak tetap harus membayar pajak jika menerapkan PPh final.
2. Sementara, wajib pajak badan sebagaimana diatur pasal 17 UU No 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan mereka dapat memilih untuk dikenai pajak penghasilan berdasarkan tarif normal, apabila telah melakukan pembukuan dengan baik. Konsekuensinya, lapisan penghasilan

kena pajak yang menjadi acuan perhitungan tarif PPh. Selain itu, apabila terjadi kerugian fiskal wajib pajak terbebas dari PPh.

Adapun yang dapat dikecualikan dari pengenaan tarif PPh final terbaru berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 adalah:

- Wajib pajak yang ingin dikenai PPh tarif Pasal 17 ayat (1) huruf a, Pasal 17 ayat (2a), atau Pasal 31E UU PPh
- Keahlian khusus menyerahkan jasa sejenis dengan jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas yang dimiliki beberapa wajib pajak orang pribadi dan membentuk wajib pajak badan berbentuk persekutuan komanditer atau firma.
- Wajib pajak badan yang mendapatkan fasilitas Pajak Penghasilan berdasarkan Pasal 31A UU PPh maupun PP Nomor 94 Tahun 2010
- Wajib pajak dalam bentuk Badan Usaha Tetap (BUT)

2.1.4 Kepatuhan wajib pajak

Kepatuhan wajib pajak yaitu wajib pajak yang menaati dan mematuhi kewajiban perpajakan yang dapat berkontribusi untuk pembangunan Negara dan diharapkan melakukannya dengan sukarela. Indonesia dalam sistem perpajakannya menggunakan sistem *Self Assessment*, oleh karena itu kepatuhan wajib pajak menjadi bagian penting dalam prosesnya. Dengan sistem tersebut wajib pajak diberikan kepercayaan secara langsung mulai dari menghitung, membayar hingga melaporkan kewajiban pajaknya.

Mengutip dari (Rahayu 2010), kepatuhan berdasarkan istilah dari Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti tunduk ataupun patuh terhadap ajaran maupun aturan. Kepatuhan yaitu kelompok atau seseorang yang memiliki motivasi agar dapat melakukan sesuatu berdasarkan aturan yang berlaku. Pada pajak, Undang-undang Perpajakan sebagai aturan yang berlaku. Kepatuhan wajib pajak adalah kepatuhan seseorang, kelompok, maupun organisasi, sebagai wajib pajak, terhadap aturan maupun Undang-undang mengenai Perpajakan.

2.1.5 Sanksi Pajak

Terjadinya sanksi perpajakan dikarenakan adanya pelanggaran dalam menjalankan peraturan undang-undang perpajakan, sehingga hukuman yang terdapat dalam kebijakan perpajakan dan Undang-undang perpajakan dapat dikenakan kepada wajib pajak yang melanggar (Resmi, 2016). Sanksi pajak yaitu hukuman yang dikenakan kepada wajib pajak yang tidak menaati peraturan Undang-undang perpajakan dan bersifat negatif. Sedangkan denda merupakan hukuman bagi yang tidak menaati peraturan yang dikenakan kepada wajib pajak. Sesuai peraturan yang berlaku yaitu dengan cara membayar uang. Jadi wajib pajak yang melanggar peraturan akan dikenakan sanksi pajak yaitu hukuman yang bersifat negatif berupa uang yang harus dibayarkan (Jatmiko, 2006). Agar aturan perpajakan dapat ditaati maka sanksi sangat dibutuhkan. Sanksi pajak dapat menjadi jaminan apabila aturan perpajakan dapat ditaati.

Mardiasmo (2013), mendefinisikan sanksi sebagai pembatas bagi penerapan peraturan yang terdiri dari hak maupun kewajiban yang nyata. Sanksi adalah sebuah bukti bahwa kewajiban yang telah ditetapkan menurut undang-undang dan aturan turunannya yang tidak dapat terpenuhi. Terdapat dua macam sanksi di dalam undang-undang perpajakan, yaitu sanksi pidana dan sanksi administrasi. Apabila melanggar suatu norma perpajakan maka akan ada ancaman bagi yang melanggar, yaitu antara sanksi administrasi atau sanksi pidana, ataupun keduanya.

2.1.6 Kesadaran wajib pajak

Kesadaran yaitu suatu sifat yang terdapat pada diri manusia yang berfungsi memahami realitas atau bagaimana mereka bertindak maupun bersikap terhadap realitas (Arum dan Zulaikha, 2012). Sedangkan (Jatmiko, 2006) harus terus mengajak masyarakat untuk mengetahui, mengakui, menghargai maupun menaati aturan perpajakan yang berlaku dengan tujuan mewujudkan kesadaran dan kepedulian mengenai pajak. Kesadaran wajib pajak yang meningkat akan memberikan kepatuhan wajib pajak yang meningkat.

Widayati dan Nurlis (2010) menjelaskan ada beberapa jenis kesadaran yang membuat wajib pajak merasa terdorong untuk membayar pajak. Pertama, wajib pajak sadar pajak adalah salah satu cara berpartisipasi untuk menunjang pembangunan. Kedua, wajib pajak sadar apabila menunda membayar pajak atau pengurangan beban pajak dapat merugikan negara. Ketiga, wajib pajak sadar pajak diatur dalam Undang-undang serta bersifat memaksa.

Wajib pajak dapat dikatakan mempunyai kesadaran (Manik, 2009) jika memiliki beberapa hal berikut:

1. Mengetahui adanya ketentuan perpajakan yang diatur dalam Undang-undang
2. Mengetahui bahwa pembiayaan Negara merupakan fungsi dari pajak
3. Memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
4. Memahami fungsi pajak untuk pembiayaan dan pembangunan Negara
5. Menghitung, membayar, melaporkan pajak secara ikhlas dan sukarela
6. Menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan baik dan benar.

2.1.7 Sosialisasi Perpajakan

Menurut (Megantara et al., 2017) sosialisasi yang dilakukan Direktorat Jenderal Pajak untuk mensosialisasikan aturan dan tata cara memenuhi kewajiban perpajakan menggunakan cara dan/atau metode yang baik dan tepat dengan tujuan memberikan pengetahuan kepada masyarakat, khususnya wajib pajak agar dapat mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan dengan baik.

Menurut (Herryanto dan Toly, 2013) menjelaskan bahwa terdapat dua cara untuk mensosialisasikan pajak yaitu secara langsung dan tidak langsung. Sosialisasi yang dilakukan dengan cara berinteraksi dengan wajib pajak disebut dengan sosialisasi langsung. Contoh dari sosialisasi secara langsung yang sudah dilakukan yaitu seperti perlombaan perpajakan, *Tax Goes To School/ Tax Goes To Campus*, dan lain-lain.

Sedangkan sosialisasi yang dilakukan tanpa terjadinya interaksi secara langsung kepada wajib pajak disebut dengan sosialisasi tidak langsung. Seperti menyiarkan melalui televisi atau radio serta penyebaran buku panduan perpajakan,.

2.1.8 Persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem-sistem perpajakan

Persepsi terhadap efektivitas sistem-sistem perpajakan adalah suatu proses aktivitas seseorang untuk memberikan kesan, penilaian, pendapat, memahami, mengorganisir, menafsirkan suatu situasi, peristiwa yang dapat memberikan kesan perilaku yang positif maupun negatif terhadap seberapa jauh target (kualitas, kuantitas dan waktu) sistem perpajakan telah tercapai (Sutari, 2013). Ada beberapa hal yang dapat dirasakan wajib pajak untuk dapat mengindikasikan bahwa sistem perpajakan dapat dikatakan efektif seperti adanya *E-filing*, E-SPT, E-NPWP, drop box, *E-banking*.

Untuk memberikan kemudahan kepada wajib pajak dalam menjalankan kewajibannya sebagai warga Negara maka dirjen pajak membuat bermacam-macam fasilitas. *E-banking* contohnya, Fasilitas tersebut Membuat wajib pajak lebih mudah dalam membayar kewajiban pajaknya. Alat transaksi bank sebagai fasilitas pembayaran pajak (seperti ATM dan Internet Banking). Selanjutnya e-SPT sebagai sistem pengisian SPT dan *E-filing* sebagai sistem pelaporan pajak.

Surat Pemberitahuan (SPT) merupakan surat untuk melaporkan penghitungan maupun pembayaran pajaknya, objek maupun bukan objek pajak, atau harta dan kewajiban yang digunakan oleh wajib pajak sesuai ketentuan perundang-undangan

perpajakan sebagai mana yang telah dijelaskan dalam Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 11 Tentang “Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan”. Untuk memudahkan wajib pajak dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan Direktorat Jenderal Pajak merancang aplikasi (*software*) yaitu e-SPT.

Adapun, *E-filing* yaitu sistem daring menggunakan Perusahaan Pelayanan Jasa Aplikasi atau *Application Service Provider (ASP)* yang telah ditunjuk oleh Direktur Jenderal Pajak untuk penyampaian Surat Pemberitahuan. *E-filing* memiliki tujuan sebagai penyedia layanan kepada wajib pajak secara daring untuk pelaporan SPT, sehingga wajib pajak orang pribadi maupun badan tidak perlu datang ke KPP di mana mereka terdaftar karena dapat dilakukan di mana saja dengan syarat perangkat mereka terhubung dengan internet. Hal tersebut akan membantu wajib pajak dalam menurunkan biaya yang dikeluarkan dan menghemat waktu yang digunakan untuk ke Kantor Pajak dalam mempersiapkan, memproses hingga melaporkan SPT. Kemudian menyampaikan SPT dengan drop box, sistem tersebut memudahkan wajib pajak untuk menaati kewajiban perpajakannya. Penyampaian ini tidak perlu di KPP di mana wajib pajak telah terdaftar karena dapat dilakukan di mana saja.

Selain hal di atas, mudahnya mengakses peraturan perpajakan yang lebih cepat melalui internet juga dapat mengindikasikan efektivitas sistem perpajakan. Untuk mendapatkan informasi atau pemberitahuan dari KPP tempat wajib pajak terdaftar, wajib pajak tidak perlu menunggu lagi dari KPP karena dapat memperoleh informasi peraturan perpajakan yang telah tersedia internet. Wajib pajak dapat mendaftarkan

NPWP secara daring menggunakan *e-register* melalui *website* pajak. Hal tersebut bisa mempercepat maupun mempermudah mendapatkan NPWP.

Lahirnya persepsi yang baik dari masyarakat khususnya wajib pajak karena adanya sistem perpajakan yang dapat mempermudah mereka. Baiknya persepsi yang dimiliki wajib pajak diharapkan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berikut adalah daftar penelitian terdahulu yang berhubungan dengan kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Variabel dependen dan Independen	Hasil Penelitian
1	Kurnia (2012)	Faktor-faktor yang memengaruhi wajib pajak orang pribadi dalam memenuhi kewajiban membayar pajak	Dependen: kemauan membayar pajak Independen: Kesadaran membayar pajak - pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan perpajakan - persepsi yang baik tentang efektivitas sistem perpajakan -	<ul style="list-style-type: none"> kesadaran membayar pajak, pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan perpajakan, persepsi yang baik tentang efektivitas sistem perpajakan, dan pelayanan fiskus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemauan membayar pajak.

			elayanan fiskus.	
2	Sutari (2013)	Faktor-faktor yang memengaruhi kemauan membayar pajak di KPP Pratama Sleman Yogyakarta.	Dependen: kemauan membayar pajak Independen: kesadaran pembayaran pajak, pengetahuan dan pemahaman peraturan pajak, persepsi atas efektivitas sistem perpajakan, persepsi atas pelayanan fiskus, dan sanksi denda	<ul style="list-style-type: none"> • kesadaran pembayaran pajak, pengetahuan dan pemahaman peraturan pajak, persepsi atas pelayanan fiskus, dan sanksi denda berpengaruh positif terhadap kemauan membayar pajak. • Dan pada persepsi atas efektivitas sistem perpajakan tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak
3	Hasanah (2016)	Pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna <i>E-Commerce</i>	Dependen: kepatuhan wajib pajak Independen: Pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan, kesadaran wajib pajak	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman peraturan pajak secara parsial dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak. • Tarif pajak secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. • Lingkungan secara parsial tidak

				<p>berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kesadaran wajib pajak secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. • Dan secara simultan (bersama-sama) semua variabel berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
4	Yoeanda, Afifudin, dan Mawardi (2018)	Faktor-Faktor yang Memengaruhi tingkat Kepatuhan wajib pajak (Studi Kasus Wajib Pajak OP Pelaku <i>E-Commerce</i> di Kota Malang)	Dependen : kepatuhan wajib pajak Independen : kesadaran wajib pajak, sanksi pajak, dan pemahaman perpajakan.	<ul style="list-style-type: none"> • kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. • sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. • pemahaman perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

5	Darmawati dan Oktaviani (2018)	Pengaruh penerapan akuntansi UMKM terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM <i>E-Commerce</i>	Dependen : kepatuhan wajib pajak Independen : penerapan akuntansi UMKM	<ul style="list-style-type: none"> • Penerapan akuntansi UMKM berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM <i>E-Commerce</i>.
6	Hidayat (2019)	Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pengguna <i>E-Commerce</i>	Dependen : kepatuhan wajib pajak Independen : pemahaman peraturan pajak, kualitas pelayanan pajak, sanksi pajak	<ul style="list-style-type: none"> • pemahaman peraturan pajak, kualitas pelayanan pajak, sanksi pajak secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan secara parsial pemahaman peraturan pajak dan kualitas pelayanan pajak berpengaruh signifikan (positif) dan sanksi pajak tidak berpengaruh signifikan (negative)
7	Ningsih, Maslichah, dan Mawardi(2019).	Pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib	Dependen : kepatuhan wajib pajak Independen : pemahaman peraturan pajak, tarif pajak,	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak, dan lingkungan tidak berpengaruh terhadap

		pajak pengguna <i>E-Commerce</i>	lingkungan dan kesadaran wajib pajak	kepatuhan wajib pajak. Sedangkan kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
8	Indriyani dan Jayanto (2020)	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepatuhan WPOP Pelaku <i>E-Commerce</i> di Kota Semarang pada <i>Platform Online Marketplace</i> Blibli.com	Dependen : kepatuhan wajib pajak Independen : sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, kesadaran wajib pajak. Sanksi pajak berpengaruh positif	<ul style="list-style-type: none"> • Sosialisasi Perpajakan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepatuhan Pelaku <i>E-Commerce</i> Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan. • Pemahaman Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Pelaku <i>E-Commerce</i> Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan. • Sanksi Pajak berpengaruh positif namun

				tidak signifikan terhadap Kepatuhan Pelaku <i>E-Commerce</i> Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan.
9	Dolosais dan Sandra (2020)	Pengaruh pengetahuan perpajakan dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak <i>E-Commerce</i>	Dependen : kepatuhan wajib pajak Independen : pengetahuan perpajakan dan sanksi pajak	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. • Sedangkan sanksi pajak tidak berpengaruh signifikan
10	Nadiyah, Bahri dan Tahir (2021)	Pengaruh pengetahuan, kesadaran, dan sanksi denda terhadap kepatuhan pembayaran pajak pada usaha <i>E-Commerce</i>	Dependen : kepatuhan pembayaran pajak Independen : pengetahuan, kesadaran dan sanksi denda	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran dan Sanksi Denda secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. • Sedangkan secara parsial pengetahuan perpajakan dan sanksi pajak tidak berpengaruh

				terhadap kepatuhan wajib pajak, dan kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
11	Wardani dan Wati (2018)	Pengaruh Sosialisasi perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Pengetahuan Perpajakan sebagai Variabel Intervening (studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen)	Dependen: Kepatuhan wajib pajak Independen: Sosialisasi perpajakan dan Pengetahuan perpajakan	<ul style="list-style-type: none"> • Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak

Sumber : Hasil analisis, 2021

2.3 Hipotesis Penelitian

Berikut ini adalah penjelasan dari pengembangan hipotesis yang dilakukan peneliti pada penelitian ini yaitu:

2.3.1 Pengaruh Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *E-Commerce*

Menurut teori atribusi hubungan dengan kepatuhan wajib pajak, memberikan sanksi pajak akan merangsang wajib pajak untuk melahirkan sikap taat terhadap peraturan Undang-Undang perpajakan dan aturan turunannya. Memberikan sanksi

terhadap pelanggaran pajak akan merugikan wajib pajak, disebabkan biaya yang dibayarkan akan lebih banyak dibanding tidak mendapatkan sanksi. James, Simon dan Clinton (2004) mengatakan bahwa secara rasional manusia akan terus berusaha untuk menambahkan pemasukan maupun kekayaannya. Wajib pajak tidak akan memenuhi kewajiban perpajakannya apabila manfaat yang didapat wajib pajak tidak lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. Oleh sebab itu, jika sanksi pajak yang dikenakan semakin tinggi maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat.

Sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak apabila wajib pajak tidak patuh dan taat, konsekuensi yang akan didapat wajib pajak yaitu berupa hukuman denda maupun pidana. Konsekuensi hukum merupakan bagian dari penerapan sanksi-sanksi perpajakan. Akan ada efek jera yang diberikan kepada wajib pajak yang tidak taat atau patuh terhadap penerapan norma perpajakan dan akan menciptakan kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya. Dalam

Penelitiannya (Jatmiko, 2006) menyatakan bahwa sikap wajib pajak terhadap sanksi denda berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sejalan dengan (Herryanto & Toly, 2013)) menyatakan bahwa persepsi terhadap sanksi pajak memberikan pengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak. Dari uraian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sifat dasar manusia tidak akan mengeluarkan biaya yang lebih tinggi dibanding manfaat yang akan diterima.

Dari uraian di atas maka dapat dirumuskan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H1 : Sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.

2.3.2 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *E-Commerce*

Menurut Teori Atribusi, kesadaran wajib pajak adalah salah satu dari faktor internal, yaitu perilaku taat yang lahir dari pengetahuan perpajakan yang dimiliki berupa dorongan dari dalam diri, persepsi positif terhadap pajak, maupun karakteristik wajib pajak. Pemahaman tentang peran pajak pada suatu negara didapatkan dari pengetahuan perpajakan yang dimiliki, sehingga wajib pajak memiliki penilaian positif terhadap pajak. Penilaian positif terhadap pajak, tidak akan mempunyai penilaian membayar pajak sebagai beban.

Meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara sukarela sangat dipengaruhi peran penting kesadaran dari dalam diri wajib pajak. Wajib pajak yang memiliki kesadaran akan memenuhi kewajibannya tanpa harus memandang manfaat yang didapat melainkan dari benar atau salah keputusan yang diambil. Dari perspektif tersebut, keyakinan moral dan etika yang menjadi dasar wajib pajak untuk bertindak, dan pengaruh dari norma, sosial, dan budaya. Oleh sebab itu semakin meningkat kesadaran wajib pajak, maka semakin meningkat juga kepatuhan wajib pajaknya.

Dalam Penelitian (Suyatmin, 2004) ditemukan bahwa kesadaran perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak memberikan pengaruh positif. Penelitian (Jatmiko, 2006) ditemukan bahwa kesadaran perpajakan memberikan pengaruh positif terhadap

kepatuhan wajib pajak Penelitian tersebut dilakukan di kota Semarang pada wajib pajak orang pribadi. Pada Penelitian (Herryanto & Toly, 2013) ditemukan bukti serupa bahwa kesadaran perpajakan memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dari uraian di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*

2.3.3 Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *E-Commerce*

Kepatuhan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya akan semakin tinggi pada saat masyarakat atau wajib pajak mengetahui maupun memahami peraturan dan tata cara perpajakan. Agar wajib pajak memahami peraturan dan tata cara perpajakan maka pihak terkait perlu melakukan upaya kepada masyarakat melalui sosialisasi.

Teori yang sangat relevan untuk menjelaskan hipotesis tersebut adalah teori atribusi. Sosialisasi perpajakan adalah faktor eksternal dari teori atribusi. Sebab dengan adanya sosialisasi perpajakan kepada masyarakat akan meningkatkan pengetahuan baik yang telah mengetahui maupun belum mengetahui perpajakan. Pada Penelitian yang dilakukan (Wulandari, 2015) ditemukan bahwa sosialisasi perpajakan memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

H3 : Sosialisasi Pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.

2.3.4 Pengaruh Persepsi atas Efektivitas Sistem Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *E-Commerce*

Persepsi atas efektivitas sistem perpajakan yaitu suatu proses aktivitas seseorang untuk memberikan kesan, penilaian, pendapat, memahami, mengorganisir, menafsirkan suatu keadaan, peristiwa yang akan memberikan kesan positif maupun negatif terhadap suatu target yang dapat terlihat dari kualitas, kuantitas maupun waktu terhadap sistem perpajakan yang telah tercapai (Sutari, 2013).

Dengan tujuan memudahkan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban maupun tanggung jawab, maka dari itu Dirjen pajak telah membuat berbagai macam sistem untuk membantu wajib pajak. Menurut *Theory of reasoned action* (TRA), pada saat seseorang ingin melakukan sesuatu, terdapat motivasi dari luar individu yang dapat memengaruhi perilaku individu tersebut. Sistem perpajakan yang berjalan secara efektif dapat memberikan kemudahan untuk wajib pajak menjalankan kewajiban perpajakannya. Hal tersebut yang akan melahirkan persepsi yang baik dari wajib pajak dan akan memberikan pengaruh kepada wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakannya.

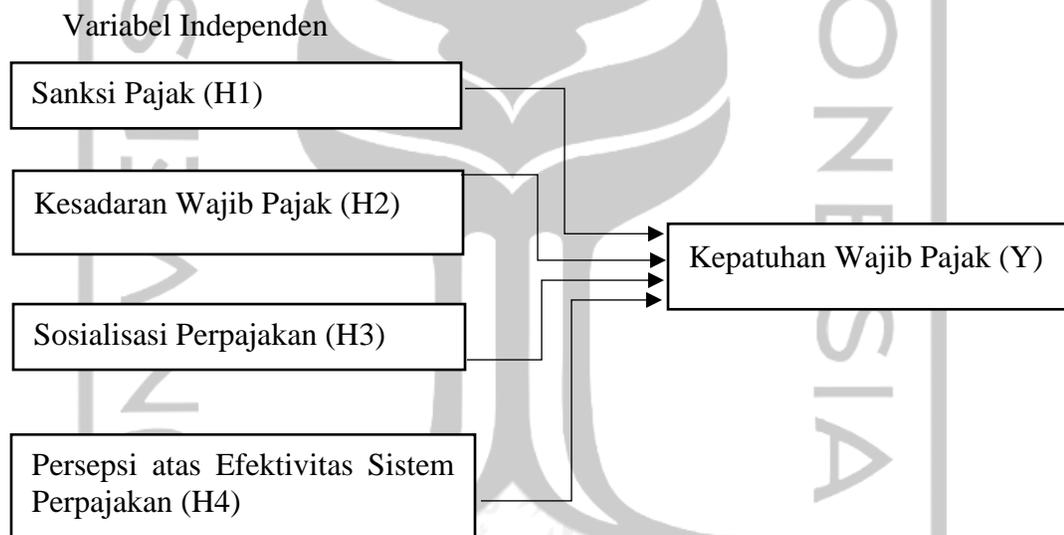
Penelitian (Winda dan syarifudin, 2012) menemukan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi atas efektivitas sistem perpajakan. Hal tersebut dapat memberikan kesimpulan apabila sistem perpajakan yang mudah

dijalankan dan persepsi yang diperlihatkan wajib pajak baik, maka akan membuat kepatuhan wajib pajak meningkat. dari penjelasan tersebut, maka hipotesis keempat yaitu:

H4: Persepsi atas efektivitas sistem perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.

2.4 Kerangka Pemikiran

Dari penjabaran teori di atas, maka kerangka pemikiran pada Penelitian ini yaitu :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Hasil analisis, 2021

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2009), Populasi merupakan lokasi maupun daerah yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang telah ditentukan oleh Peneliti dan selanjutnya akan menjadi bahan untuk menarik kesimpulan (Supriadi, 2018). Dari definisi tersebut, Peneliti akan menggunakan pedagang *E-Commerce* yang menjual barangnya di salah satu *platform* yaitu Tokopedia, Blibli, Lazada, dan Shopee dan memiliki kriteria sebagai berikut:

Pada Penelitian ini, kriteria mengacu pada Penelitian (Hasanah, 2016) yaitu sebagai berikut:

1. Pengusaha yang memiliki bisnis *E-Commerce*
2. Pengusaha *E-Commerce* yang telah beroperasi minimal 1 (satu) tahun.
3. Pengusaha *E-Commerce* yang memiliki peredaran bruto tidak lebih dari Rp. 4.800.000.000,00 dalam satu tahun pajak.

Penelitian ini akan menemukan apa saja faktor yang dapat memengaruhi kepatuhan Wajib Pajak *E-Commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Sugiyono, (2009) Sampel merupakan bagian dari jumlah maupun ciri-ciri yang dimiliki sebuah populasi (Supriadi, 2018). Responden yang diambil pada Penelitian ini yaitu wajib pajak yang memiliki objek pajak *E-Commerce*. Peneliti memiliki

keleluasaan dalam memilih sampel secara cepat dikarenakan elemen populasi yang digunakan sebagai subjek sampel tidak terbatas (Zahidah, 2010).

Sugiyono (2009), menyatakan bahwa 30 sampel adalah jumlah minimal untuk Penelitian korelasional, sedangkan untuk Penelitian komparasi jumlah yang paling sedikit masing-masing sebanyak 30 sampel. Pada Penelitian ini jumlah sampel belum diketahui, oleh karena itu rumus yang akan digunakan untuk menghitung jumlah sampel adalah rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 1-\alpha/2^p (1-p)}{d^2}$$

Lemeshow,(1990)

Keterangan:

N : jumlah sampel

$z^2 1-\alpha/2$: nilai standar normal, (jika α : 0,05, maka Z: 1,960)

P (1-P) : estimasi proporsi populasi (jika P 0,5, maka P(1-P): 0.25)

d : penyimpangan yang ditolerir (10%)

Sehingga:

$$n = \frac{(1,960)^2(0,25)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,4$$

Berdasarkan hasil perhitungan dan pertimbangan yang dilakukan, 100 sampel yang akan digunakan pada Penelitian ini.

3.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data yang didapat dari sumber asli maupun pihak pertama secara langsung disebut dengan data primer. Peneliti mengumpulkan data secara langsung untuk menjawab pertanyaan pada Penelitian yang sedang dilakukan. Pendapat dari hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian, atau kegiatan, dan hasil pengujian yang dilakukan subjek riset (orang) baik secara individu maupun kelompok merupakan hasil dari data primer. Sedangkan data yang didapatkan melalui media perantara atau pihak kedua dan seterusnya disebut dengan data sekunder. Secara umum data yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan seperti bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip juga merupakan data sekunder.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada Penelitian ini menggunakan Kuesioner dan Studi Kepustakaan. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan memberikan butir-butir pertanyaan tertulis kepada objek Penelitian yang dikenal dengan istilah kuesioner. Terdapat 5 variabel kuesioner dalam Penelitian ini, yaitu Kepatuhan Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Motivasi Wajib Pajak dan Persepsi Wajib Pajak terhadap Efektivitas Sistem-Sistem Perpajakan. Berhubung

masih dalam situasi pandemi *covid-19*, maka kuesioner Penelitian ini disebarakan dalam bentuk *Google Form* untuk menghindari kontak langsung dengan responden dan dapat menjangkau responden lebih luas dengan waktu yang relatif lebih cepat.

Skala interval yang digunakan pada Kuesioner ini sebagai berikut

1. Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi skor 1
2. Tidak Setuju (TS) : diberi skor 2
3. Setuju (S) : diberi skor 3
4. Sangat Setuju (SS) : diberi skor 4

Sedangkan Studi Kepustakaan merupakan cara memperoleh data dan informasi yang dapat digunakan dalam Penelitian, didapat dari literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah Penelitian dan dapat mendukung Penelitian ini, seperti dari buku-buku, situs internet, artikel, jurnal, skripsi, tesis, serta dari laporan-laporan Penelitian terdahulu.

3.4 Definisi Variabel dan Pengukuran Variabel

Pada Penelitian ini, indikator-indikator menggunakan skala interval 1-4 yang mengacu pada Penelitian sebelumnya yang berupa satu variabel dependen dan empat variabel independen. Kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* sebagai independen sedangkan sanksi pajak, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan persepsi atas efektivitas sistem perpajakan sebagai variabel dependen. Skala interval yang digunakan sebagai berikut:

3.4.1 Kepatuhan Wajib Pajak

kepatuhan wajib pajak yaitu kemampuan wajib pajak memenuhi dan melaksanakan hak maupun kewajiban perpajakannya berdasarkan aturan maupun undang-undang perpajakan yang sedang berlaku (Ilhamsyah, 2016). Indikator yang digunakan untuk variabel ini yaitu:

1. Memenuhi kewajiban membayar pajak *E-Commerce* sesuai dengan ketentuan yang berlaku adalah hal yang penting.
2. Membayar pajak tepat pada waktunya adalah prioritas yang utama.
3. Melengkapi data persyaratan pembayaran pajak atas transaksi *E-Commerce* sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan merupakan hal penting.
4. Wajib pajak tidak melakukan penunggakan dalam membayar pajak.
5. Wajib pajak menghitung pajak yang terutang dengan jumlah yang benar.

Pengukuran variabel kepatuhan wajib pajak menggunakan hasil Penelitian dari Nugroho (2014), Mutia (2014) dan Rumiya dan Wardani (2017).

3.4.2 Sanksi Pajak

Mardiasmo (2013) mengatakan bahwa sanksi pajak adalah suatu cara yang dapat menjamin bahwa akan dituruti dan/atau dipatuhi segala ketentuan maupun aturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan), dengan kata lain sanksi perpajakan sebagai alat pencegah (preventif) wajib pajak untuk melanggar norma

perpajakan. Adapun sanksi administrasi wajib pajak diatur dalam UU KUP Tahun 2007.

Indikator yang digunakan variabel ini yaitu :

1. Wajib Pajak akan diberi sanksi jika terlambat atau tidak memenuhi kewajiban perpajakan.
2. Wajib Pajak akan diberi sanksi jika tidak melaporkan (menyembunyikan) objek pajaknya.
3. Wajib Pajak akan dikenakan sanksi administrasi jika tidak membayar/kurang membayar pajak terutang saat jatuh tempo.
4. Wajib Pajak akan diberi sanksi pidana jika dengan sengaja memperlihatkan dokumen palsu atau dipalsukan.
5. Pengenaan sanksi yang cukup berat merupakan salah satu sarana untuk mendidik wajib pajak.

Pengukuran variabel sanksi administrasi menggunakan hasil Penelitian dari Mutia (2014) dan Manalu (2016).

3.4.3 Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak adalah suatu keinginan yang baik dan tulus dari hati nurani seseorang untuk memenuhi kewajiban perpajakannya (Susilawati & Budiarta, 2013). Kepatuhan wajib pajak dapat tercapai apabila kewajiban perpajakan telah dipenuhi dengan tulus, ikhlas dan menyadari pentingnya pajak untuk pertumbuhan dan pembangunan Negara. Memiliki kesadaran terhadap hak dan

kewajiban pajak, memenuhi kewajiban membayar pajak, kepercayaan masyarakat dalam membayar pajak untuk pembiayaan Negara, dorongan diri sendiri untuk membayar pajak secara sukarela merupakan bagian dari kesadaran wajib pajak.

Indikator yang digunakan yaitu :

1. Saya sadar bahwa membayar pajak atas transaksi *E-Commerce* adalah bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan Negara
2. Saya sadar bahwa penundaan membayar pajak atas transaksi *E-Commerce* dapat merugikan Negara
3. Saya sadar bahwa membayar pajak atas transaksi *E-Commerce* merupakan bagian bentuk sebagai warga Negara yang baik
4. Saya sadar bahwa pajak ditetapkan dengan Undang-Undang (UU) dan dapat dipaksakan.
5. Saya menyadari manfaat pajak atas transaksi *E-Commerce* yang saya bayarkan akan dirasakan oleh seluruh masyarakat.

Pengukuran variabel kesadaran wajib pajak menggunakan hasil Penelitian Hardiningsih (2011) dan Dharma dan Suardana (2014).

3.4.4 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi pajak merupakan upaya direktorat jenderal pajak dalam bersosialisasi terhadap wajib pajak untuk menambah pemahaman dan pengetahuan tentang pajak. Dengan mengharapkan peningkatan kepatuhan wajib pajak melalui pengetahuan dan pemahaman yang baik.

Indikator yang digunakan yaitu:

1. Sosialisasi yang dilakukan oleh petugas dari Direktorat Jenderal Pajak sudah efektif dan tepat sasaran.
2. Sosialisasi sangat membantu proses pemahaman mengenai ketentuan perpajakan.
3. Saya mendapatkan informasi mengenai pajak dari sosialisasi, media elektronik dan cetak.
4. Sosialisasi membantu pemahaman terhadap penerapan modernisasi sistem pajak.
5. Sosialisasi pajak yang saya dapatkan sangat membantu saya dalam memahami ketentuan pajak atas transaksi *E-Commerce*.

Pengukuran variabel Penelitian ini menggunakan hasil Penelitian dari Winerungan (2013), Burhan (2015), Noviana, Afiffudin dan Hariri (2020) dan Afianto (2017)

3.4.5 Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem-Sistem Perpajakan

Persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem-sistem perpajakan yaitu suatu kesan yang diperoleh wajib pajak dari sistem pembayaran pajak. Persepsi wajib pajak yang baik dapat mendorong wajib pajak untuk lebih mempunyai keinginan memenuhi kewajiban pajak, sedangkan persepsi wajib pajak yang kurang baik dapat memberikan dampak sebaliknya. Digitalisasi layanan perpajakan diharapkan akan membuat

kepatuhan wajib pajak meningkat karena akan memudahkan cara pembayaran hingga pelaporan pajak (Huda, 2015).

Indikator yang digunakan pada variabel ini yaitu:

1. Pembayaran pajak melalui *E-banking* lebih memudahkan saya.
2. Pelaporan SPT (Surat Pemberitahuan) melalui E-SPT dan *E-filing* lebih mudah dan cepat.
3. *Update* peraturan perpajakan terbaru secara online melalui internet memudahkan saya mendapatkan informasi.
4. Dengan *e-registration* akan memudahkan saya memperoleh NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
5. Penyampaian SPT melalui *drop box* dapat dilakukan di mana saja, tidak harus di KPP tempat Wajib Pajak terdaftar.

Pengukuran variabel Penelitian ini menggunakan hasil Penelitian dari Handayani (2012) dan Zahra (2017).

3.5 Metode Analisis Data

Program komputer SPSS (*Statistical Package For Social Science*) yang akan digunakan untuk membantu menganalisis data Penelitian ini. Untuk menganalisis data Penelitian dibutuhkan model statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda

(*multiple regression analysis*) pada model statistika yang akan digunakan untuk menganalisis tingkat signifikansi setiap variabel independen terhadap variabel dependen dengan cara merumuskan hipotesis yang dapat menunjukkan pada Penelitian korelatif. Alat-alat statistik di bawah ini akan membantu Peneliti untuk mengolah dan menganalisis data yang telah dikumpulkan:

3.5.1 Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data Penelitian untuk menguji generalisasi hasil Penelitian berdasarkan satu sampel (Hasan,2004). Analisis deskriptif tersebut dilakukan dengan menguji hipotesis deskriptif. Hasil analisisnya yaitu apakah hipotesis Penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak. Jika hipotesis nol (H_0) diterima, artinya hasil Penelitian dapat digeneralisasikan. Analisis deskriptif tersebut menggunakan satu variabel atau lebih akan tetapi bersifat mandiri, oleh sebab itu, analisis ini bukan berbentuk perbandingan atau hubungan.

3.5.2 Uji Kualitas Data

Terdapat dua (2) teknik pengujian yang digunakan mengetahui kualitas instrument, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.5.2.1 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas data merupakan suatu teknik pengujian data yang bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk. Jawaban responden dalam kuesioner yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dapat dikatakan sebagai kuesioner yang reliabel

atau handal. Apabila nilai hasil uji *cronbach alpha* pada kuesioner di atas 0,6, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel atau handal (ghozali, 2011).

3.5.2.2 Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaannya mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas menggunakan *pearson correlation* yaitu dengan menghitung korelasi dan/atau hubungan antar skor masing-masing pertanyaan dengan total skor. Apabila setiap pertanyaan memiliki korelasi antara skor dengan total tingkat signifikan dibawah 0.05 dapat dikatakan pertanyaan tersebut valid begitu juga sebaliknya (ghozali, 2011)

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Model analisis regresi berganda digunakan karena terikat dengan beberapa asumsi maupun harus memenuhi asumsi-asumsi klasik yang menjadi dasar model tersebut. Persamaan regresi dapat digunakan apabila telah memenuhi pengujian asumsi-asumsi sebagai berikut:

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji variabel dependen dan independen dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Uji *Kolmogorov-Smirnov Z* (1- sample K-S) yang digunakan untuk uji normalitas data pada Penelitian. Yaitu uji dua arah (two tailed test) yang menjadi kriteria

pengujian, dengan membandingkan probabilitas yang didapat dengan taraf signifikansi (α) 0,05. Sehingga data yang memiliki distribusi normal jika p-value $> 0,05$.

3.5.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat atau tidak korelasi antar variabel independen. Uji regresi yang baik seharusnya tidak terdapat multikolinearitas. Multikolinearitas dapat dideteksi melalui:

1. Menganalisis korelasi antar variabel independen. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat korelasi antar variabel independen, atau bermakna pada model regresi terdapat multikolinearitas antar variabel independen.
2. Apabila nilai VIF < 10 bermakna pada model regresi tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen (Ghozali, 2011)
3. Model regresi yang baik tidak terdapat korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2011).

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan yang satu dengan yang lainnya pada model regresi. Pada Penelitian ini uji glejser yang akan digunakan untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terdapat heteroskedastisitas atau dikenal dengan

homoskedastisitas. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka bisa dikatakan telah terjadi homoskedastisitas, dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan telah terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pada Penelitian ini untuk mengolah dan menganalisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda

3.6.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Dalam Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Model regresi yang digunakan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Di mana:

Y = Kepatuhan wajib pajak

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien Regresi

X_1 = Sanksi Pajak

X_2 = Kesadaran Wajib Pajak

X3 = Motivasi Wajib Pajak

X4 = Persepsi atas Efektivitas Sistem Perpajakan

e = Error

3.7 Uji Statistik

Dalam Penelitian ini uji statistik yang dilakukan yaitu uji T

3.7.1 Uji T

Uji t pada model regresi bertujuan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) berpengaruh terhadap variabel Y. Selain itu, Uji T juga dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan α sebesar 5% yaitu dengan membandingkan p-value. Hipotesis diterima atau ditolak apabila memiliki kriteria sebagai berikut:

- Jika p-value $> 5\%$, itu artinya hipotesis ditolak bermakna variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika p-value $< 5\%$, maka hipotesis diterima bermakna variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Karakteristik Responden

Responden pada Penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang melakukan transaksi barang dan jasa secara elektronik atau dikenal dengan nama *E-Commerce* yang berada di Kalimantan Timur. Jumlah responden berdasarkan rumus Lemeshow yaitu sebanyak 96 orang, kemudian Peneliti bulatkan menjadi 100 orang. Kuesioner diberikan kepada responden secara acak dalam bentuk *Link Google Form* melalui *Direct Message Instagram*, *Direct Message Facebook*, *Grup Whatsapp* dan *Grup Facebook*. Responden yang dapat mengisi *Link* tersebut apabila telah memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Pengusaha yang memiliki bisnis *E-Commerce*
2. Pengusaha *E-Commerce* yang telah beroperasi minimal 1 (satu) tahun.
3. Pengusaha *E-Commerce* yang memiliki peredaran bruto tidak lebih dari Rp. 4.800.000.000,00 dalam satu tahun pajak.

Karakteristik responden dikelompokkan menurut Platform Transaksi, Domisili dan kepemilikan NPWP. Tabel mengenai responden di bawah ini dapat memperjelas karakteristik yang dimaksud yaitu sebagai berikut:

4.2 Hasil Pengumpulan Data

Hasil dari pengumpulan dan pengolahan data pada penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 4. 1 Persentase Domisili Responden

No	Domisili (Kabupaten/Kota)	Jumlah	Persentase
1	Balikpapan	13	13%
2	Berau	1	1%
3	Paser	4	4%
4	Kutai Kartanegara	12	12%
5	Kutai Timur	2	2%
6	Samarinda	68	68%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data Primer 2021)

Dari data karakteristik responden berdasarkan domisili pada tabel 4.1 di atas, jumlah responden terbesar adalah responden yang berasal dari Kota Samarinda sebesar 68% diikuti Balikpapan 13%, Kutai Kartanegara 12%, Paser 4%, Kutai Timur 2% dan Berau 1%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa responden dalam Penelitian ini sebagian besar berdomisili di Kota Samarinda.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan NPWP

Tabel 4. 2 Persentase Kepemilikan NPWP Responden

No	Kepemilikan NPWP	Jumlah	Persentase
1	Ya	27	27%
2	Tidak	73	73%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data Primer 2021)

Pada tabel 4.2 di atas, karakteristik responden menurut kepemilikan NPWP, responden yang telah memiliki NPWP berjumlah 27 orang atau 27% dari jumlah responden dan 73 orang atau 73% belum memiliki NPWP. Hal ini juga membuktikan bahwa Wajib Pajak *E-Commerce* kurang memiliki kesadaran sebagai wajib pajak untuk mendaftarkan diri dan memenuhi kewajiban perpajakannya.

4.3 Uji Statistik Deskriptif

Statistika Deskriptif ini digunakan untuk memberikan deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata dan standar deviasi. Penilaian analisis deskriptif memberikan penilaian tentang tinggi rendahnya persepsi wajib pajak *E-Commerce* di Kalimantan Timur. Hasil Uji analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sanksi Perpajakan	100	5	20	15.97	3.221
Kesadaran Wajib Pajak	100	5	20	15.71	3.049
Sosialisasi Perpajakan	100	5	20	14.70	3.439
Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan	100	5	20	17.05	3.233
Kepatuhan Wajib Pajak	100	5	20	16.87	2.699
Valid N (listwise)	100				

Dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa N merupakan jumlah responden dalam Penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Nilai minimum adalah skor terendah

dalam penilaian kuesioner, sedangkan nilai maksimum adalah skor tertinggi dari penilaian kuesioner. Nilai mean adalah penjumlahan antara nilai minimum dan nilai maksimum dibagi 2. Nilai standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai rata dengan rata-rata dibagi dengan banyaknya data. Semakin besar nilai standar deviasi berarti bahwa jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner semakin bervariasi, sebaliknya semakin kecil nilai standar deviasi maka variasi jawaban responden semakin kecil.

Dari tabel 4.3 dapat disimpulkan statistik dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Variabel sanksi perpajakan memiliki nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 20. Nilai rata-rata (mean) jawaban responden mengenai variabel sanksi perpajakan adalah sebesar 15,97. Hal ini menunjukkan rata-rata penilaian responden terhadap variabel sanksi perpajakan di Kalimantan Timur sudah baik. Standar deviasi variabel sanksi perpajakan memiliki nilai 3,221 yang berarti jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner bervariasi.
2. Variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 20. Nilai rata-rata (mean) jawaban responden mengenai variabel kesadaran wajib pajak adalah sebesar 15,71. Hal ini berarti bahwa rata-rata kesadaran wajib pajak yang dimiliki wajib pajak *E-Commerce* di Kalimantan Timur. Standar deviasi variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai 3,049 yang berarti jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner bervariasi.

3. Variabel sosialisasi perpajakan memiliki nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 20. Nilai rata-rata (mean) jawaban responden mengenai variabel sosialisasi perpajakan adalah sebesar 14,70. Hal ini berarti bahwa rata-rata penilaian oleh wajib pajak terhadap sosialisasi perpajakan yang diberikan oleh petugas pajak. Standar deviasi variabel sosialisasi perpajakan memiliki nilai 3,439 yang berarti jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner bervariasi.
4. Variabel persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan memiliki nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 20. Nilai rata-rata (mean) jawaban responden mengenai variabel persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan adalah sebesar 17,05. Hal ini berarti bahwa rata-rata penilaian wajib pajak mengenai persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan yang berikan kepada wajib pajak *E-Commerce* di Kalimantan Timur. Standar deviasi variabel persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan memiliki nilai 3,233 yang berarti jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner bervariasi.
5. Variabel kepatuhan wajib pajak memiliki nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 20. Nilai rata-rata (mean) jawaban responden mengenai variabel kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 16,87. Hal ini berarti bahwa rata-rata kepatuhan wajib pajak yang dimiliki wajib pajak *E-Commerce* di Kalimantan Timur. Standar deviasi variabel kepatuhan wajib pajak memiliki nilai 2,699 yang berarti jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner bervariasi.

4.4 Pengujian Instrumen Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terlebih dahulu sebelum pengujian hipotesis instrumen Penelitian, uji validitas dan reabilitas menggunakan SPSS Statistic 23.

4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner apakah sah atau valid dan tidaknya kuesioner. Dengan cara melihat r hitung $>$ r tabel merupakan metode yang digunakan untuk menyatakan data valid Penelitian valid. Sebanyak 100 sampel Penelitian yang diperoleh pada Penelitian ini, berdasarkan rumus r tabel didapatkan nilai $(df) = 100-2$ dan 95% ($\alpha = 5\%$) tingkat kepercayaan yang digunakan, sehingga nilai (df) dari 100 orang adalah 0.1966. Aplikasi yang digunakan untuk uji validitas pada Penelitian ini yaitu SPSS Statistic 23.

Karena r hitung lebih besar dari r tabel, di mana r tabel sebesar 0,1966 (r hitung $>$ r tabel), sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dari setiap variabel adalah valid.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	r Tabel	Keterangan
Sanksi Perpajakan (X1)	X1.1	0,829	0,1966	Valid
	X1.2	0,848	0,1966	Valid
	X1.3	0,802	0,1966	Valid
	X1.4	0,797	0,1966	Valid

	X1.5	0,739	0,1966	Valid
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	X2.1	0,813	0,1966	Valid
	X2.2	0,822	0,1966	Valid
	X2.3	0,807	0,1966	Valid
	X2.4	0,718	0,1966	Valid
	X2.5	0,813	0,1966	Valid
Sosialisasi Perpajakan (X3)	X3.1	0,414	0,1966	Valid
	X3.2	0,653	0,1966	Valid
	X3.3	0,655	0,1966	Valid
	X3.4	0,784	0,1966	Valid
	X3.5	0,843	0,1966	Valid
Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan (X4)	X4.1	0,854	0,1966	Valid
	X4.2	0,865	0,1966	Valid
	X4.3	0,834	0,1966	Valid
	X4.4	0,861	0,1966	Valid
	X4.5	0,808	0,1966	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y1	0,826	0,1966	Valid
	Y2	0,803	0,1966	Valid
	Y3	0,881	0,1966	Valid
	Y4	0,776	0,1966	Valid
	Y5	0,815	0,1966	Valid

(Sumber: Data Primer 2021)

4.1.1 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas yaitu sejauh mana suatu hasil pengukuran dapat dipercaya dan memberikan hasil yang relatif sama jika dilakukan kembali pada subjek yang sama. Pada Penelitian ini rumus koefisien *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner. Apabila nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 atau 60% maka kuesioner dapat dikatakan reliabel. Aplikasi SPSS Statistic 23 yang digunakan untuk uji reliabilitas pada Penelitian ini.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Sanksi Perpajakan	0,859	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak	0,847	Reliabel
Sosialisasi Perpajakan	0,873	Reliabel
Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan	0,898	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,877	Reliabel

(Sumber: Data Primer 2021)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam Penelitian ini reliabel. Oleh sebab itu Penelitian selanjutnya dapat menggunakan semua item pertanyaan ini sebagai instrumen Penelitian.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Pada Penelitian ini uji asumsi klasik yang dilakukan yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokesdisitas dengan menggunakan SPSS Statistik 23.

4.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat distribusi normal atau tidak pada variabel terikat dan variabel bebas keduanya dalam model regresi. Model regresi dapat dikatakan baik seharusnya terdapat distribusi normal ataupun mendekati normal. Data dapat dikatakan berdistribusi normal, jika nilai probability > 0,05. Pada Penelitian ini, aplikasi SPSS Statistic 23 yang digunakan untuk uji normalitas, hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82028207
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.050
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

(Sumber: Data Primer 2021)

Dari hasil pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa model regresi pada Penelitian ini memiliki distribusi normal dikarenakan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, di mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 atau 5%.

4.4.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas pada model regresi. Model regresi dapat dikatakan baik apabila antar variabel bebas tidak terdapat korelasi. *Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan untuk uji multikolinieritas. Jika $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,10$ maka data Penelitian ini dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas. Aplikasi yang digunakan untuk uji multikolinieritas variabel Penelitian ini yaitu SPSS Statistic 23.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.524	1.171		4.718	.000		
Sanksi Perpajakan	.414	.094	.495	4.424	.000	.386	2.592
Kesadaran Wajib Pajak	.148	.096	.168	1.537	.128	.404	2.477
Sosialisasi Perpajakan	-.067	.069	-.086	-.966	.337	.614	1.628
Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan	.199	.071	.237	2.805	.006	.679	1.472

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

(Sumber: Data Primer 2021)

Karena nilai *tolerance* seluruh variabel independen pada tabel 4.7 lebih besar dari 0.10 dan VIF di bawah 10. Sehingga seluruh variabel independen tidak memiliki gejala multikolinieritas.

4.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan ketidaksamaan varian pada residu satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian pada residu pengamatan ke pengamatan lain berbeda berarti terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi tersebut. Metode yang digunakan yaitu uji glejser, uji gletser yaitu meregresikan antara variabel bebas dengan variabel *residual absolute*, variabel bersangkutan dinyatakan bebas heteroskedastisitas jika nilai $p > 0,05$. Aplikasi SPSS Statistic 23 yang digunakan untuk uji heteroskedastisitas variabel pada Penelitian ini.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.294	.681		4.836	.000
Sanksi Perpajakan	-.083	.054	-.240	-1.527	.130
Kesadaran Wajib Pajak	.015	.056	.040	.260	.795
Sosialisasi Perpajakan	-.034	.040	-.104	-.837	.405

Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan	-0.015	.041	-.044	-.372	.710
---	--------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

(Sumber: Data Primer 2021)

Dari tabel 4.8 di atas model regresi dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas karena seluruh variabel independen memiliki nilai signifikan di atas 0.05. atau 5%.

4.5 Uji Hipotesis

Pada Penelitian ini uji hipotesis menggunakan teknik regresi linier berganda dan aplikasi yang digunakan yaitu SPSS Statistic 23.

4.5.1. Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dua ataupun lebih variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Pada Penelitian ini aplikasi SPSS Statistic 23 yang digunakan untuk uji regresi linier berganda.

Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.	Kesimpulan
	B			
1 (Constant)	5.524		.000	H1 Didukung
Sanksi Perpajakan	.414		.000	
Kesadaran Wajib Pajak	.148		.128	

Sosialisasi Perpajakan	-0.067	.337	H3 Tidak Didukung
Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan	.199	.006	H4 Didukung

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak
(Sumber: Data Primer 2021)

Dari tabel 4.9 di atas, sehingga model regresi yang didapat yaitu sebagai berikut :

$$Y = 5,524 + 0,414X_1 + 0,148X_2 - 0,067X_3 + 0,199X_4$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta 5,524 bermakna, apabila variabel independen (sanksi pajak, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan) dengan asumsi perubahan (konstan) tidak terjadi sehingga nilai Y (kepatuhan wajib pajak) yaitu sebesar 5,524 satuan
2. Untuk koefisien variabel sanksi perpajakan (X1) sebesar 0,414 bermakna jika variabel sanksi pajak mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, mengakibatkan kepatuhan wajib pajak akan meningkat sebesar 0,414 satuan dengan asumsi tidak terjadi perubahan atau konstan pada variabel lain.
3. Untuk koefisien variabel kesadaran wajib pajak (X2) sebesar 0,148 bermakna jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, mengakibatkan kepatuhan wajib pajak akan meningkat sebesar

0,148 satuan dengan asumsi tidak terjadi perubahan atau konstan pada variabel lain.

4. Untuk koefisien variabel sosialisasi perpajakan (X3) sebesar -0,067 bermakna jika kenaikan variabel sosialisasi perpajakan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, mengakibatkan kepatuhan wajib pajak akan menurun sebesar -0,067 satuan dengan asumsi tidak terjadi perubahan atau konstan pada variabel lain.
5. Untuk koefisien variabel persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan (X4) sebesar 0,199 bermakna jika variabel persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, mengakibatkan kepatuhan wajib pajak akan meningkat sebesar 0,199 satuan dengan asumsi tidak terjadi perubahan atau konstan pada variabel lain.

4.5.2. Analisis Determinasi

Pengujian koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi berkisar dari nol sampai 50 dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Aplikasi SPSS Statistic 23 yang digunakan untuk uji koefisien determinasi pada Penelitian ini.

Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.541	.521	1.85821

a. Predictors: (Constant), Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan
(Sumber: Data Primer 2021)

Dari hasil aplikasi SPSS Statistic 23 pada tabel 4.10 di atas, ditemukan bahwa *adjusted r square* bernilai 0,521. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variasi variabel independen ketika menjelaskan variabel dependen sebesar 0,521 atau 52,1% dan sisanya sebesar 47,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak dijelaskan pada Penelitian ini.

4.5.3. Uji T

Uji statistik t yang digunakan untuk menguji hipotesis pada Penelitian ini. Aplikasi SPSS Statistic 23 yang digunakan untuk uji t. Berdasarkan hasil SPSS Statistic 23 pada tabel 4.8 di atas, hipotesis Penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

4.5.3.1 Sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama yaitu sanksi perpajakan memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*. Hal tersebut

disebabkan pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* memiliki nilai signifikan di bawah 0,05 yaitu sebesar 0,000.

Dalam Penelitian ini variabel sanksi perpajakan memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*. Hal tersebut dikarenakan apabila wajib pajak terkena sanksi denda maupun pidana dapat mengakibatkan pengeluaran tambahan yang dilakukan oleh wajib pajak. Sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak itu sendiri, hal tersebut juga dikuatkan oleh sifat rasional manusia yang akan selalu meningkatkan pendapatan dan menurunkan pengeluaran mereka.

Penelitian ini juga memperkuat Penelitian sebelumnya yang dilakukan Yoeanda, Afifudin, dan Mawardi (2018) dalam Penelitian mereka menyatakan bahwa sikap wajib pajak terhadap sanksi denda berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sejalan dengan Muliari dan Setiawan (2011) menyatakan bahwa persepsi terhadap sanksi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak, akan tetapi Penelitian ini tidak sejalan dengan Maryati (2014) yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan tidak memberikan pengaruh kepatuhan wajib pajak.

Kesimpulan dari pengujian hipotesis pertama pada Penelitian ini terbukti didukung oleh data. Hal tersebut menyebabkan hipotesis nol diterima atau terbukti bahwa sanksi pajak memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.

4.5.3.2 Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*

Pada pengujian hipotesis kedua yaitu kesadaran wajib pajak tidak memberikan pengaruh pada kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*. Hal tersebut disebabkan nilai signifikan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* lebih besar dari 0.05 yaitu 0,128.

Dalam Penelitian ini variabel kesadaran wajib pajak tidak memberikan pengaruh kepada kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*. Hal tersebut disebabkan oleh masyarakat umum yang masih kurang memiliki kepercayaan kepada pemerintah terkait, sehingga menyebabkan kesadaran mengenai manfaat yang akan didapat masih kurang maksimal. Masyarakat masih menganggap pajak sebagai sesuatu yang memberatkan, hal tersebut disebabkan wajib pajak beranggapan telah terjadi banyak penyelewengan pada saat pemungutan pajak dan pemahaman yang kurang terkait hasil pajak tersebut digunakan untuk mensejahterakan rakyat.

Sejalan dengan Penelitian yang dilakukan (Hasanah, 2016) yang menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak secara keseluruhan tidak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. akan tetapi, tidak sejalan dengan Penelitian Ningsih, Maslichah, dan Mawardi(2019) dan Yoeanda, Afifudin, dan Mawardi (2018) bahwa kesadaran wajib pajak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *E-Commerce*.

Karena data tidak mendukung Penelitian ini, sehingga dapat diberikan kesimpulan bahwa hipotesis ketiga gagal diterima. Sehingga membuat hipotesis nol gagal ditolak dengan kata lain kesadaran wajib pajak tidak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.

4.5.3.3 Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang ketiga yaitu sosialisasi perpajakan tidak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*. Disebabkan nilai signifikan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* di atas 0.05 yaitu sebesar 0,337.

Dalam Penelitian ini variabel sosialisasi perpajakan tidak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*. Hal ini dikarenakan kurang efektifnya sosialisasi yang diberikan instansi terkait kepada masyarakat, sehingga wajib pajak kurang memahami mengenai aturan-aturan perpajakan secara detail yang berlaku pada saat ini.

Penelitian ini sejalan dengan Lianty, Hapsari, Kurnia (2017) pada Penelitiannya ditemukan bahwa variabel sosialisasi perpajakan tidak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun berbanding terbalik dengan hasil Penelitian Rama Putra, Handayani, & Topowijono (2014); Dwi Ananda, Kumadji, & Husaini (2015) dan Widowati (2015) dalam Penelitiannya ditemukan bahwa variabel sosialisasi perpajakan memberikan

pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kata lain sosialisasi perpajakan yang diberikan oleh KPP sudah cukup memberikan informasi kepada wajib pajak. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh tempat Penelitian yang berbeda, seperti Penelitian Dwi Ananda, Kumadji, & Husaini (2015) tempat Penelitiannya sendiri yaitu di KPP Pratama Batu. Sedangkan Penelitian ini dilakukan di Kalimantan timur.

Karena data tidak mendukung pada Penelitian ini sehingga dapat diberikan kesimpulan bahwa hipotesis ketiga gagal diterima. Sehingga membuat hipotesis nol gagal ditolak dengan kata lain sosialisasi perpajakan tidak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.

4.5.3.4 Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat yaitu persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*. Hal tersebut disebabkan nilai signifikan pengaruh persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan sebesar 0,006 di mana nilai tersebut di bawah lebih kecil dari 0,05.

Dalam Penelitian ini variabel persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut dikarenakan sistem-sistem perpajakan yang ada dapat mempermudah wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka. Sistem yang

mempermudah akan menghemat pengeluaran dan waktu yang diberikan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan mereka.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan Winda dan syarifudin (2012) bahwa variabel persepsi atas efektivitas sistem perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, akan tetapi tidak sejalan dengan hasil Penelitian dari Hardiningsih (2011) dan Alfiah (2014) bahwa variabel persepsi atas efektivitas sistem perpajakan tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dapat disimpulkan bahwa data pada Penelitian ini mendukung pengujian hipotesis. Oleh karena itu hipotesis nol dapat diterima dengan kata lain persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.

Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Keterangan
H1: Sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak <i>E-Commerce</i>	Didukung
H2: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak <i>E-Commerce</i>	Tidak didukung
H3: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak <i>E-Commerce</i> .	Tidak didukung

H4: Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak <i>E-Commerce</i>	Didukung
--	----------



BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor apa saja yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*. Faktor-faktor yang Peneliti analisis yaitu, sanksi perpajakan, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan.

Berdasarkan hasil Penelitian ini, variabel independen yang memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* yaitu sanksi perpajakan dan persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan. Dan dua variabel independen lainnya yaitu kesadaran wajib pajak dan sosialisasi perpajakan tidak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil Penelitian yang telah dijelaskan pada bab empat pada Penelitian ini ada beberapa hal yang dapat dipertimbangkan, di antaranya:

1. Bagi Wajib Pajak

Berdasarkan hasil Penelitian ini, maka wajib pajak UMKM diharapkan dapat lebih patuh untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

2. Bagi Kantor Pajak

Ada beberapa faktor yang dapat meningkatkan seorang wajib pajak memenuhi atau patuh terhadap kewajiban perpajakannya. oleh karena itu, instansi terkait

wajib memperhatikan faktor tersebut. Dari hasil Penelitian ini, instansi terkait yaitu kantor pajak harus lebih tegas untuk menerapkan sanksi perpajakan dan terus meningkatkan efektivitas sistem perpajakan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada saat Penelitian ini dilakukan, tidak lepas dari kekurangan yang dimiliki Peneliti. Di antara kekurangan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Variabel independen yang digunakan pada Penelitian ini hanya sanksi perpajakan, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan.
2. Responden yang digunakan Peneliti cukup terbatas yaitu sebesar 100 responden wajib pajak *E-Commerce* di Kalimantan Timur.

5.4 Saran

Penelitian ini masih memiliki kekurangan-kekurangan, oleh karena itu Peneliti memberikan saran pada Penelitian selanjutnya, di antaranya:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen lain selain sanksi perpajakan, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem perpajakan. Seperti pengetahuan wajib pajak, tingkat pendapatan wajib pajak, kualitas pelayanan, persepsi terhadap petugas pajak dan lain-lain.

2. Penelitian yang akan datang diharapkan dapat memperluas sampel Penelitian tidak hanya di Kalimantan Timur saja, agar hasil Penelitian lebih bisa digeneralisasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Afianto, F. A. (2017). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan Biaya Kepatuhan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Dengan Sanksi Pajak Sebagai Variabel Moderasi Di DI Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Bisnis dan Ekonomika. Universitas Islam Indonesia.
- Ajzen, Icek dan Fishbein. (1980). *Theory of Reasoned Action*. Edisi Kesatu. Oleh Jogiyanto. Yogyakarta : Andi Publisher.
- Alfiah, Irma. (2014). “Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus, Lingkungan Pajak, Pengetahuan Akan Peraturan Perpajakan, Persepsi Atas Efektivitas Sistem Perpajakan, Kemauan Membayar Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di DPPKAD Grobogan Purwodadi”. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Maria Kudus.
- Andinata, C. M. (2015). “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Membayar Pajak”. (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Rungkut Di Surabaya). Jurnal Ilmiah Mahasiswa. Universitas Surabaya. Vol 4. No.2. Tahun 2015.
- Apindo: transaksi online mayoritas tidak bayar pajak - ANTARA News. (n.d.). Retrieved July 13, 2021, from <https://www.antarane.ws.com/berita/421157/apindo-transaksi-online-mayoritas-tidak-bayar-pajak>
- Arum, H. P., & Zulaikha, Z. (2012). Pengaruh kesadaran wajib pajak, pelayanan fiskus, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha dan pekerjaan bebas (Studi di wilayah KPP Pratama Cilacap) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Budi, C. 2018. Menyasar Pajak Transaksi e- Commerce. *Www.Kemenkeu.Go.Id*, 1–4. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/menyasar-pajak-transaksi-e-commerce/>
- Burhan, H. P., & Zulaikha, Z. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Persepsi Wajib Pajak Tentang Sanksi Pajak Dan Implementasi Pp Nomor 46 Tahun 2013 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Di Kabupaten Banjarnegara) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Cahyadi, I. M. W., & Jati, I. K. (2016). Pengaruh kesadaran, sosialisasi, akuntabilitas pelayanan publik dan sanksi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 2342-2373.
- Calon Ibu Kota Baru yang Sudah Menuju Kemandirian Fiskal. (n.d.). Retrieved December 9, 2021, from <https://news.ddtc.co.id/calon-ibu-kota-baru-yang-sudah-menuju-kemandirian-fiskal-16925>

- Damarjati, Dhianing. (2014). “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Yogyakarta)”. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Dharma, G.P.E., & Suardana, K.A. (2014). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan pada Kepatuhan Wajib Pajak. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 1, 340-353.
- Dwi Ananda, P. R., Kumadji, S., & Husaini, A. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada UMKM Yang Terdaftar Sebagai Wajib Pajak Di KPP Pratama Batu). *Jurnal Perpajakan*, Vol 6, No. 2.
- Febrio: Tren Penurunan Rasio Perpajakan Jadi Tantangan Pemerintah / Validnews.id*. (n.d.). Retrieved July 12, 2021, from <https://www.validnews.id/ekonomi/febrio-tren-penurunan-rasio-perpajakan-jadi-tantangan-pemerintah>
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hardiningsih, Pancawati. (2011). “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kemauan Membayar Pajak”. *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 3(1): 126–43.
- Hasanah, R. A. (2016). *Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-COMMERCE: Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shopping*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/10498>
- Herryanto, M., & Toly, A. A. (2013). Pengaruh kesadaran wajib pajak, kegiatan sosialisasi perpajakan, dan pemeriksaan pajak terhadap penerimaan pajak. *Accounting and Tax Review*, 1(1), 125–135.
- Huda, Ainil. (2015). “Pengaruh Persepsi Atas Efektivitas Sistem Perpajakan, Kepercayaan, Tarif Pajak Dan Kemanfaatan NPWP Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak UMKM Makanan Di KPP Pratama Pekanbaru Senapelan)”. *Jurnal Jom FEKON*. Vol. 2, No. 2.
- Ilhamsyah, R. (2016). Pengaruh Pemahaman dan Pengetahuan Wajib Pajak Tentang Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi SAMSAT Kota Malang). *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, 8(1).
- Imelda, B. & H. (2014). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 324–332.

- Jatmiko, A. N. (2006). Pengaruh sikap wajib pajak pada pelaksanaan sanksi denda, pelayanan fiskus dan kesadaran perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak (Studi empiris terhadap wajib pajak orang pribadi di kota semarang) (Doctoral dissertation, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro).
- Jogiyanto, (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kamlesh K Bajaj and Debjani Nag. (2000). E-Commerce The Cutting Edge Of Business, Mc Graw-Hill International Editions, New Delhi.
- Kemp, S. (2021). Digital 2021 - We Are Social. In *We are social and Hootsuite* (p. 8). <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Laju Pertumbuhan Transaksi e-Commerce di Kaltim Meningkat, Produk Fashion Mendominasi - Tribunkaltim.co.* (n.d.). Retrieved December 9, 2021, from <https://kaltim.tribunnews.com/2019/06/28/laju-pertumbuhan-transaksi-e-commerce-di-kaltim-meningkat-produk-fashion-mendominasi>
- Lianty, R., Hapsari, D. W., & Kurnia. (2017). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak . *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, Vol 9, No. 2
- M. Iqbal Hasan; M.S. Khadafi . (2004). Pokok-pokok materi teori pengambilan keputusan / Peneliti, M. Iqbal Hasan ; editor, M.S. Khadafi . Jakarta : Ghalia Indonesia
- Manalu, D. (2016). Pengaruh Kesadaran, Sanksi Perpajakan, Tingkat Pendidikan dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Melaporkan Pajak Restoran Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Universitas Riau*, 3(1):822–836.
- Manik Asri, Wuri. (2009). ”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Biaya Kepatuhan wajib pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak pada Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak Badan yang Terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Madya Denpasar”. Skripsi Jurusan Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Udayana
- Mardiasmo. (2013). Perpajakan. Edisi kesembilan. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Maryati, Eka. (2014). “Pengaruh Sanksi Pajak, Motivasi Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wilayah Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bintang)”. *Jurnal. Fakultas Ekonomi. Universitas Maritim Raja Ali Haji. Tanjungpinang*
- Megantara, K., Purnamawati, I. G. A., & Sinarwati, N. K. (2017). Pengaruh Penghasilan Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan Kemauan Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usahawan Atas Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singaraja). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 7(1).
- Muamalat, P. B. (2020). Laporan Tahunan 2020. *PT Bank Muamalat Tbk*, 1–844.

- Mutia, S. P. T. (2014). Pengaruh sanksi perpajakan, kesadaran perpajakan, pelayanan fiskus, dan tingkat pemahaman terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi (Studi Empiris pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Padang. *Artikel Ilmiah*, 2(1), 2–29.
- Ninieck, S. (2009). *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*. Sinar Grafika, Jakarta.
- Noviana, R., Afifudin, A., & Hariri, H. (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(04).
- Nugroho, D. A. D. (2014). Pengaruh Layanan Drop Box Dan E-Filing Terhadap Tingkat Kepatuhan Penyampaian Surat Pemberitahuan (Spt) Tahunan Pajak Penghasilan. *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, 1(1).
- Oladipupo, A. O., & Obazee, U. (2016). Tax knowledge, penalties and tax compliance in small and medium scale enterprises in Nigeria. *IBusiness*, 8(1), 1-9.
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang memiliki Peredaran Bruto tertentu.
- Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013 Tentang PPh Atas Penghasilan Yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Peraturan Pemerintah. 2018. No. 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan dari Usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang dimiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Pujo Gunarso. (2016). Pemeriksaan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak badan pada kpp kepanjen kabupaten malang. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20(2), 214–223.
- Putri & Setiawan, P. E. (Universitas U. (2017). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Pengetahuan Dan Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Pengaruh Sanksi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Pengetahuan Dan Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*, 6(3), 136–148.
- Rahayu, S. K. (2010). *Perpajakan Indonesia: konsep dan aspek formal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rama Putra, R. R., Handayani, S. R., & Topowijono. (2014). Pengaruh Sanksi Administrasi, Sosialisasi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Penyampaian SPT Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal e-Perpajakan*, Vol 1, No 1.
- Resmi, Siti. 2016. *Perpajakan*. 8thed. Jakarta: Salemba Empat.

- Robbins, Stephen P. (2001). *Perilaku Organisasi : Konsep, Kontroversi dan Aplikasi. Versi Bahasa Indonesia*. Prenhallindo. Jakarta.
- Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, (1997), *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Gajah Mada Uneversity Press, Yokyakarta, hal. 2.
- Sugiyono. (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, Bandung, Alfabeta.
- Supriadi, A. (2018). Pengaruh Law Enforcement, Sosialisasi Perpajakan, dan Motivasi Wajib Pajak Terhadap Tingkat Keptuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Tentang Perpajakan Sebagai Varariabel Moderating. *Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 2(2), 349–367.
- Susilawati, K. E., & Budiarta, K. (2013). Pengaruh kesadaran wajib pajak, pengetahuan pajak, sanksi perpajakan dan akuntabilitas pelayanan publik pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2(4), 345–357.
- Sutari, D. K. W. (2013). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kemauan Membayar Pajak Sebagai Perwujudan Masyarakat Madani. In *Prosiding Seminar Nasional 2013* (pp. 223-233).
- Suyatmin. (2004), *Pengaruh Sikap Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan : Studi Empiris di Wilayah KP PBB Surakarta*, Tesis Program Pasca Sarjana Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro.
- The Power of Spectrums*. (2021). April.
- Turban, E., King, D., Lee, J., Viehland, D. (2004). *Electronic Commerce: A Manajerial Perspective*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall International, Inc.
- Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan (PPH).
- Undang-Undang No.7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007.
- Utami, Sri Rizki. "Andi dan Ayu Noorida Soerono., (2012). Pengaruh FaktorFaktor Eksternal Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak di Lingkungan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Serang." *Jurnal Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*.
- Wardani, D. K., & Rumiayatun, R. (2017). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 15-24.
- Widayati dan Nurlis. (2010). "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Untuk Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas Studi Kasus Pada KPP Pratama Gambir Tiga". *Proceeding Simposium Nasional Akuntansi XII*. Purwokerto.

- Widorini, S. G., & Nugroho, J. P. (2014). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Tentang Tarif Pajak Dan Penegakan Hukum Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Yogyakarta. *Efektif Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 5(1).
- Widowati, R. (2015). Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Pengetahuan Pajak dan Pelayanan Fiskus. Skripsi Akuntansi Universitas Dian Nuswantoro.
- Winda, Kurnia Fikriningrum, dan Mochamad Syarifudin. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Wajib Pajak Pribadi dalam Memenuhi kewajiban Membayar Pajak. *Diponegoro Of journal Accounting*, Volume 1, Nomor 2, Tahun 2012, Halaman 1-15.
- Winerungan, O. L. (2013). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wpop Di Kpp Manado Dan Kpp Bitung. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 960–970. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2301>
- Yoeanda, Q., Afifudin, A., & Mawardi, M. C. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak OP Pelaku *E-Commerce* di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 7(08).
- Zahidah, C. (2010). Pengaruh Tingkat Pemahaman, Kepatuhan Dan Ketegasan Sanksi Perpajakan Terhadap Kewajiban Perpajakan Pengusaha Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Wilayah Jakarta Selatan. *Skripsi UIN Syarief Hidayatullah Jakarta*, 1–120.
- Zahra, Inna Nafitari. (2017). “Pengaruh Persepsi Atas Efektivitas Sistem Perpajakan Dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kesadaran Membayar Pajak Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada WPOP Yang Terdaftar Di KPP Pratama Surakarta)”. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Daftar Responden

No	Nama	Nama	Platfrom Transaksi E-Commerce
1	Ujai	Ujay Sport Corner	Shopee; Tokopedia
2	Amell	Toko vapestore	Instagram
3	Muhammad habibi	Jualan Online	Shopee
4	Andi Lisa Saputri Alfadillah	Arlisaolshoop	Instagram
5	Khadijah	Olshopalbanjarismd dan fathimah bouqeut	Shopee
6	Devi Oktaviani	Fairy Shop	Shopee; Instagram
7	Siti Nurhayati	Jingga Gallerys	Instagram dan Facebook
8	Afirda Kusuma Wardani	Online shop baju	Instagram
9	Elsa	Flowels - satin flower designer	Shopee
10	Aulia Meiliana	Almira Store	Shopee
11	Ranisa Rizky Pratama	Ranisariz	Instagram
12	Anindia Julianti Marshanda	Hmblstore.id	Instagram
13	Rofiqah	Nunna Store	Shopee; Whatsapp
14	Dian	Dnshoppp_id	Shopee
15	Rita	Kasihmuraht thrift.hdl	Instagram
16	Maryana RF	@marrthamrin_bucket	Shopee
17	Ayu	Arvinastore_	Instagram
18	Arini	Perdagangan Online	Shopee
19	Reza Eko Utomo	Handil footwear	Instagram
20	Marcellino Arditius	Onilzsecondhand	Shopee
21	Wahda	Gozie	Shopee
22	Sylvia Citra Maharani	Alles_idn	Shopee

23	Meydha	Meydha shop	Shopee
24	Suryani	Sweet me cakes	Instagram dan Facebook
25	Eky Pramita	Memorybay.bpn	Shopee
26	Aimee Fayola	Shopbyaimee	Instagram
27	Fadlilatul Badriyah	Fdproject.id	Instagram
28	Dea Dita Khairunisa	Defour.id	Shopee
29	Dhea	Hanania bouquet flower	Instagram
30	Nadiyah	Everyone.need	Shopee
31	Selvia Aditya	LUXCYTHRIFT.BPN	Shopee
32	Deanty	Macaroon Samarinda	Instagram
33	Mitha	Fyoochr.up	Shopee
34	Rahmah	Usaha makanan online	Instagram
35	Dyara.Store	hijab fashion & konektor masker	Shopee
36	Juwita	Online store	Instagram
37	Risma Febryani	Maskerku_Vazza	Shopee; Tokopedia; Tiktoshop
38	Dhea	Suncloud Balikpapan	Shopee
39	Dewi	Thriftsayang	Shopee
40	Ayu	Thrifting	Shopee
41	Ayu Fitriana	Sunday_shop08	Shopee; Instagram, WhatsApp
42	Ervi	Online shop	Shopee; Instagram
43	Debby Juliana	Snow Ice	Shopee
44	Melisa Agusta	onlinestore.smd	Instagram
45	Intan	Tanshop.smd	Shopee
46	Mayang	7beauty.id	Instagram
47	Utari Widyastuti	Capullet	Google My Business
48	Rofiqoh Sukma Restiani	Ra.Store	Shopee
49	Nuril Wahdah	SNY_Shop.Smd	Instagram
50	Nilam Aqria	nacare.id	Shopee; Instagram
51	Meisy	Messy	Shopee
52	Fitriiy	Mudah Shop	Instagram
53	Dina Saudek	Cover.code	Instagram
54	Meta Vonika	Maskerduckbill_smd	Shopee; Instagram
55	Rini Wijaya	Afrinshop.id	Instagram
56	Lis	Inframe	Instagram
57	Andi	ChocoGift	Facebook, Instagram

58	Ita	gallerybag_murah	Instagram Whatsapp, & Facebook
59	Shierly	Chocoholic	Instagram & Whatsapp
60	Meisya	Khantz_beautyshop	Instagram
61	Lis Aryati Syafitri	Little Bilal Baby N Kids Wear	Shopee
62	Nayla	Fake nail art custome	Shopee
63	Agatha Ayu Maharani	Gatayuri_	Shopee; Tokopedia; Instagram
64	Julia	Jooshopcollectiob	Shopee
65	Dian Noviani	Anvy_shopsmd	Instagram
66	Nur	Syahbranded	Shopee
67	Winda Amalia	Ikthiyarshop	Shopee
68	Rahmawati	Byelev (Clothing Line)	Shopee
69	Hairuddin	Tahu jontor	Shopee; Lazada
70	Monica Selvia Nengsih	Sewa box hantaran + hias	Facebook
71	Ririn CN	Rproject.art	Shopee
72	Eva	Naishstore	Instagram
73	Putri	Incstore.smd	Shopee
74	Vyona	pystuff.idn	Shopee
75	Nurmila Sari	Sunfloristid	Shopee
76	Nurul	PolaroidnyaBalikpapan	WhatsApp, Instagram
77	Sharina Farizki Al Tasya	pickythrifty.co	Instagram
78	Raisa	Sa.eatery	Instagram
79	Ria Rizqi Surya	Trolykids	Shopee
80	Umi Ramadani	Urdstore.tgr	Shopee
81	Dewi Mulia Sari	Dedews.id	Shopee
82	Fiqi Yolanda	@fiola.skincare	Shopee; Tiktok shop
83	Ervin Nurjannah	Vivin florist	Instagram
84	Febry Maghfirah	Boneythings	Shopee
85	Nurul	Pilala_kidswear	Shopee
86	Rina Simanjuntaj	Rk florist	Instagram
87	Angkie Rubyantarie	Lembayung florist	Instagram
88	Dhita	bloomgvrls	Shopee
89	Indah	Graciosa shop	Instagram, Facebook, whatsapp
90	NH	NHSHOP.SMD	Instagram

91	Annisa Hayatunnufus	ohitsyours.id	Shopee
92	Salwa	salolshop.smd	Shopee
93	Desy Ariana	Arsshop_sgt	Shopee
94	Fadliah	Kedai Tosca	Shopee
95	Ana Sulton Mutmainah	Syanas.outfit	Instagram
96	Niqa	room linen	Shopee
97	Ega Qathrun Nada	Rabs.id	Instagram
98	Alisya	@alisy.store_id	Shopee
99	Nur Amelia	Melia_shop	Shopee
100	Misbah Khul Jannah Mansyur	Olshop	Shopee



LAMPIRAN 2
KUESIONER PENELITIAN

**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak E-
Commerce di Kalimantan Timur**

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatu.

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saya Irwansyah sedang melakukan Penelitian dengan judul “**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce di Kalimantan Timur**”.

Penelitian ini merupakan syarat kelulusan dijenjang pendidikan Strata Satu (S1). Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Saudara/i menjadi responden dalam Penelitian saya, dengan mengisi Kuesioner yang diberikan. Semua informasi dari hasil Penelitian tersebut hanya digunakan untuk kepentingan Penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Bantuan Saudara/I sangat saya harapkan demi selesainya Penelitian ini.

1. Kriteria Responden

Kriteria responden dari Penelitian Hasanah (2016)

4. Pengusaha yang memiliki bisnis *E-Commerce*
5. Pengusaha *E-Commerce* yang telah beroperasi minimal 1 (satu) tahun.

6. Pengusaha *E-Commerce* yang memiliki peredaran bruto tidak lebih dari Rp. 4.800.000.000,00 dalam satu tahun pajak.

Bagi 4 responden yang beruntung akan mendapatkan hadiah berupa saldo (OVO/GOPAY/SHOPEEPAY/PULSA) sebesar Rp.50.000 dan akan dikabarkan melalui kontak yang telah dicantumkan melalui Kuesioner. Atas ketersediaan waktu dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

2. Data Responden

Instruksi:

Bacalah dan pahami pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan baik dan benar. Kemudian berikan tanda centang (✓) untuk jawaban yang sesuai dengan situasi anda.

1. Nama Lengkap :
2. Kontak WA :
(Untuk pemberian reward bagi yang beruntung)
3. Nama Usaha :
4. Domisili :
(Cukup Kabupaten/Kota)
5. Platform Transaksi *E-Commerce* :
(Boleh lebih dari 1)
€ Tokopedia

€ Blibli

€ Lazada

€ Shopee

€ Lainnya (sebutkan).....

6. Memiliki NPWP (Nomer Pokok Wajib Pajak)

€ Ya

€ Tidak

A. Variabel

Petunjuk pengisian:

1. Isilah semua pertanyaan dalam kuesioner ini dengan memberi tanda Check (√) dan mohon tidak ada yang terlewatkan.

2. Mohon dengan teliti dan cermat untuk setiap pertanyaan berikut ini dan isilah sesuai pilihan pada kolom yang telah disediakan.

Keterangan:

1. STS (1) = Sangat tidak setuju

2. TS (2) = Tidak setuju

3. S (3) = Setuju

4. SS (4) = Sangat setuju

Item Pengisian

Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	Memenuhi kewajiban membayar pajak <i>E-Commerce</i> sesuai dengan ketentuan yang berlaku adalah hal yang penting.				
2	Membayar pajak tepat pada waktunya adalah prioritas yang utama.				
3	Melengkapi data persyaratan pembayaran pajak atas transaksi <i>E-Commerce</i> sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan merupakan hal penting.				
4	Wajib pajak tidak melakukan penunggakan dalam membayar pajak.				
5	Wajib pajak menghitung pajak yang terutang dengan jumlah yang benar.				

Sanksi Perpajakan (X1)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	Wajib Pajak akan diberi sanksi jika terlambat atau tidak memenuhi kewajiban perpajakan.				
2	Wajib Pajak akan diberi sanksi jika tidak melaporkan (menyembunyikan) objek pajaknya				
3	Wajib Pajak akan dikenakan sanksi administrasi jika tidak membayar/kurang membayar pajak terutang saat jatuh tempo				
4	Wajib Pajak akan diberi sanksi pidana jika dengan sengaja memperlihatkan dokumen palsu atau dipalsukan.				
5	Pengenaan sanksi yang cukup berat merupakan salah satu sarana untuk mendidik wajib pajak.				

Kesadaran wajib pajak (X2)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	Saya sadar bahwa membayar pajak atas transaksi <i>E-Commerce</i> adalah bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan Negara.				
2	Saya sadar bahwa penundaan membayar pajak atas transaksi <i>E-Commerce</i> dapat merugikan Negara.				
3	Saya sadar bahwa membayar pajak atas transaksi <i>E-Commerce</i> merupakan bentuk sebagai warga Negara yang baik.				
4	Saya sadar bahwa pajak ditetapkan dengan Undang-Undang (UU) dan dapat dipaksakan.				
5	Saya menyadari manfaat pajak atas transaksi <i>E-Commerce</i> yang saya bayarkan akan dirasakan oleh seluruh masyarakat.				

Sosialisasi Perpajakan (X3)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	Sosialisasi yang dilakukan oleh petugas dari Direktorat Jendral Pajak sudah efektif dan tepat sasaran.				
2	Sosialisasi sangat membantu proses pemahaman mengenai ketentuan perpajakan.				
3	Saya mendapatkan sosialisasi perpajakan melalui media elektronik dan cetak.				
4	Sosialisasi perpajakan membantu pemahaman terhadap penerapan modernisasi sistem pajak.				
5	Sosialisasi pajak yang saya dapatkan sangat membantu saya dalam memahami ketentuan pajak atas Transaksi <i>E-Commerce</i> .				

Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan

(X4)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	Pembayaran pajak melalui <i>e-banking</i> lebih memudahkan saya				
2	Pelaporan SPT (Surat Pemberitahuan) melalui E-SPT dan <i>E-Filling</i> lebih mudah dan cepat.				
3	Update peraturan perpajakan terbaru secara <i>online</i> melalui internet memudahkan saya mendapatkan informasi.				
4	Dengan <i>e-registration</i> akan memudahkan saya memperoleh NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).				
5	Penyampaian SPT melalui <i>drop box</i> dapat dilakukan di mana saja, tidak harus di KPP tempat Wajib Pajak terdaftar.				

LAMPIRAN 3

Tabel 4.1

Persentase Domisili Responden

No	Domisili (Kabupaten/Kota)	Jumlah	Persentase
1	Balikpapan	13	13%
2	Berau	1	1%
3	Paser	4	4%
4	Kutai Kartanegara	12	12%
5	Kutai Timur	2	2%
6	Samarinda	68	68%
Jumlah		100	100%

Tabel 4.2

Persentase Kepemilikan NPWP Responden

No	Kepemilikan NPWP	Jumlah	Persentase
1	Ya	27	27%
2	Tidak	73	73%
Jumlah		100	100%

Tabel 4.12
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sanksi Perpajakan	100	5	20	15.97	3.221
Kesadaran Wajib Pajak	100	5	20	15.71	3.049
Sosialisasi Perpajakan	100	5	20	14.70	3.439
Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan	100	5	20	17.05	3.233
Kepatuhan Wajib Pajak	100	5	20	16.87	2.699
Valid N (listwise)	100				

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	r Tabel	Keterangan
Sanksi Perpajakan (X1)	X1.1	0,829	0,1966	Valid
	X1.2	0,848	0,1966	Valid
	X1.3	0,802	0,1966	Valid
	X1.4	0,797	0,1966	Valid
	X1.5	0,739	0,1966	Valid
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	X2.1	0,813	0,1966	Valid
	X2.2	0,822	0,1966	Valid

	X2.3	0,807	0,1966	Valid
	X2.4	0,718	0,1966	Valid
	X2.5	0,813	0,1966	Valid
Sosialisasi Perpajakan (X3)	X3.1	0,414	0,1966	Valid
	X3.2	0,653	0,1966	Valid
	X3.3	0,655	0,1966	Valid
	X3.4	0,784	0,1966	Valid
	X3.5	0,843	0,1966	Valid
Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan (X4)	X4.1	0,854	0,1966	Valid
	X4.2	0,865	0,1966	Valid
	X4.3	0,834	0,1966	Valid
	X4.4	0,861	0,1966	Valid
	X4.5	0,808	0,1966	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y1	0,826	0,1966	Valid
	Y2	0,803	0,1966	Valid
	Y3	0,881	0,1966	Valid
	Y4	0,776	0,1966	Valid
	Y5	0,815	0,1966	Valid

Table 4.5
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Sanksi Perpajakan	0,859	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak	0,847	Reliabel

Sosialisasi Perpajakan	0,873	Reliabel
Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan	0,898	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,877	Reliabel

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82028207
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.050
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.524	1.171		4.718	.000		
Sanksi Perpajakan	.414	.094	.495	4.424	.000	.386	2.592
Kesadaran Wajib Pajak	.148	.096	.168	1.537	.128	.404	2.477
Sosialisasi Perpajakan	-.067	.069	-.086	-.966	.337	.614	1.628
Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan	.199	.071	.237	2.805	.006	.679	1.472

b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Tabel 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.294	.681		4.836	.000
Sanksi Perpajakan	-.083	.054	-.240	-1.527	.130
Kesadaran Wajib Pajak	.015	.056	.040	.260	.795
Sosialisasi Perpajakan	-.034	.040	-.104	-.837	.405

Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan	-.015	.041	-.044	-.372	.710
---	-------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.	Kesimpulan
	B			
1 (Constant)	5.524		.000	
Sanksi Perpajakan	.414		.000	H1 Didukung
Kesadaran Wajib Pajak	.148		.128	H2 Tidak Didukung
Sosialisasi Perpajakan	-.067		.337	H3 Tidak Didukung
Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan	.199		.006	H4 Didukung

b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.735 ^a	.541	.521	1.85821
---	-------------------	------	------	---------

a. Predictors: (Constant), Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	keterangan
H1: Sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak <i>E-Commerce</i>	Didukung
H2: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak <i>E-Commerce</i>	Tidak didukung
H3: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak <i>E-Commerce</i> .	Tidak didukung
H4: Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak <i>E-Commerce</i>	Didukung

LAMPIRAN 4

Tabulasi Data

	Y (Kepatuhan Wajib Pajak)						
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Mean	Total

1	4	4	4	4	4	4	20
2	3	4	3	3	3	3.2	16
3	4	4	4	1	4	3.4	17
4	4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	3	3.8	19
6	3	3	3	3	3	3	15
7	2	4	4	4	3	3.4	17
8	4	3	4	4	4	3.8	19
9	3	4	3	4	4	3.6	18
10	4	4	4	3	4	3.8	19
11	3	3	3	3	3	3	15
12	3	4	4	3	4	3.6	18
13	4	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	3	3.8	19
15	2	2	2	4	4	2.8	14
16	3	4	4	4	4	3.8	19
17	4	3	3	2	3	3	15
18	3	3	3	3	3	3	15
19	3	3	3	3	3	3	15
20	4	4	4	4	4	4	20
21	3	4	3	3	3	3.2	16
22	4	4	4	4	4	4	20
23	2	3	3	2	3	2.6	13
24	4	4	4	3	4	3.8	19
25	3	3	4	3	4	3.4	17

26	4	4	4	4	4	4	20
27	3	4	4	3	4	3.6	18
28	3	4	3	3	3	3.2	16
29	3	3	3	3	3	3	15
30	3	4	3	4	3	3.4	17
31	4	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	4	20
35	3	3	3	3	3	3	15
36	3	4	4	3	4	3.6	18
37	4	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	3	3	3.6	18
39	3	4	4	4	3	3.6	18
40	3	3	3	3	3	3	15
41	3	3	3	3	3	3	15
42	1	1	1	1	2	1.2	6
43	2	2	3	2	3	2.4	12
44	3	3	3	3	3	3	15
45	3	3	3	3	3	3	15
46	2	4	3	3	3	3	15
47	4	4	3	4	4	3.8	19
48	3	4	3	3	3	3.2	16
49	3	4	3	4	4	3.6	18
50	4	4	4	4	4	4	20

51	3	3	3	3	3	3	15
52	3	3	3	3	4	3.2	16
53	3	3	4	3	4	3.4	17
54	3	3	3	4	4	3.4	17
55	3	3	3	3	3	3	15
56	3	3	3	3	3	3	15
57	4	4	4	4	4	4	20
58	3	3	3	3	3	3	15
59	3	4	4	4	4	3.8	19
60	3	3	3	3	3	3	15
61	4	4	4	4	4	4	20
62	3	3	3	3	3	3	15
63	3	3	3	3	3	3	15
64	2	4	2	3	3	2.8	14
65	1	1	1	1	1	1	5
66	3	4	4	4	4	3.8	19
67	3	3	3	3	4	3.2	16
68	4	4	4	4	4	4	20
69	4	3	4	3	4	3.6	18
70	3	4	4	4	3	3.6	18
71	4	4	4	3	4	3.8	19
72	3	3	3	3	3	3	15
73	3	3	4	4	4	3.6	18
74	2	3	3	3	3	2.8	14
75	3	4	3	3	3	3.2	16

76	3	4	4	3	4	3.6	18
77	4	4	4	4	4	4	20
78	4	4	4	4	4	4	20
79	3	3	3	3	3	3	15
80	3	3	4	4	4	3.6	18
81	3	3	3	3	3	3	15
82	3	4	3	4	4	3.6	18
83	3	4	3	3	3	3.2	16
84	3	3	4	4	4	3.6	18
85	2	3	2	3	2	2.4	12
86	3	4	3	3	3	3.2	16
87	2	4	3	4	4	3.4	17
88	3	3	3	3	4	3.2	16
89	3	3	3	3	3	3	15
90	4	4	3	4	4	3.8	19
91	4	3	4	3	4	3.6	18
92	4	4	4	4	4	4	20
93	3	4	4	4	3	3.6	18
94	4	4	4	4	4	4	20
95	3	3	3	3	2	2.8	14
96	3	3	3	3	3	3	15
97	3	3	3	4	3	3.2	16
98	3	3	4	4	4	3.6	18
99	3	4	3	4	3	3.4	17
100	4	4	4	4	4	4	20

No	X1 (Sanksi Perpajakan)					Mean	Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		
1	3	3	4	4	4	3.6	18
2	3	3	3	2	3	2.8	14
3	4	4	4	4	3	3.8	19
4	4	4	1	4	4	3.4	17
5	4	4	3	4	4	3.8	19
6	3	4	3	4	4	3.6	18
7	3	4	4	4	3	3.6	18
8	2	2	2	3	3	2.4	12
9	3	4	3	4	4	3.6	18
10	3	4	3	4	4	3.6	18
11	1	2	2	3	2	2	10
12	3	3	4	3	3	3.2	16
13	4	4	3	4	3	3.6	18
14	4	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	3	3.8	19
16	4	4	4	4	2	3.6	18
17	4	4	3	3	3	3.4	17
18	3	3	2	3	4	3	15
19	3	3	3	3	2	2.8	14
20	4	4	4	4	1	3.4	17

21	4	3	4	4	4	3.8	19
22	4	4	4	4	4	4	20
23	1	3	2	4	4	2.8	14
24	3	3	3	2	2	2.6	13
25	4	3	3	4	3	3.4	17
26	4	4	4	4	4	4	20
27	3	3	3	4	3	3.2	16
28	4	4	2	4	2	3.2	16
29	3	3	3	3	3	3	15
30	4	3	3	3	2	3	15
31	4	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	4	4	20
33	3	4	4	4	4	3.8	19
34	4	4	4	4	4	4	20
35	3	3	3	3	3	3	15
36	3	2	4	4	3	3.2	16
37	4	4	4	4	3	3.8	19
38	3	4	4	4	4	3.8	19
39	3	3	3	4	4	3.4	17
40	2	2	2	2	2	2	10
41	3	3	3	3	3	3	15
42	1	1	1	1	1	1	5
43	1	2	1	1	1	1.2	6
44	3	3	3	3	3	3	15
45	2	2	2	4	3	2.6	13

46	3	3	3	3	3	3	15
47	2	3	2	4	4	3	15
48	3	4	4	4	3	3.6	18
49	3	4	4	3	3	3.4	17
50	3	3	4	4	4	3.6	18
51	3	3	3	3	3	3	15
52	2	2	1	4	2	2.2	11
53	4	4	3	4	4	3.8	19
54	4	4	4	4	4	4	20
55	3	3	3	3	3	3	15
56	2	4	2	3	3	2.8	14
57	3	4	3	4	3	3.4	17
58	3	3	3	3	3	3	15
59	2	4	2	3	1	2.4	12
60	3	4	4	4	4	3.8	19
61	3	3	3	4	3	3.2	16
62	1	2	3	2	2	2	10
63	2	3	2	3	3	2.6	13
64	1	3	3	4	3	2.8	14
65	1	1	1	1	1	1	5
66	4	4	4	4	4	4	20
67	2	3	3	3	4	3	15
68	3	4	3	4	3	3.4	17
69	3	3	2	2	3	2.6	13
70	4	4	3	4	4	3.8	19

71	2	3	2	4	3	2.8	14
72	4	3	3	4	4	3.6	18
73	3	4	4	4	3	3.6	18
74	3	3	4	4	3	3.4	17
75	2	3	3	3	3	2.8	14
76	2	3	3	4	4	3.2	16
77	4	4	4	4	4	4	20
78	3	3	3	3	3	3	15
79	3	3	3	4	3	3.2	16
80	3	4	4	3	2	3.2	16
81	3	3	3	3	3	3	15
82	3	3	3	4	3	3.2	16
83	3	3	3	4	3	3.2	16
84	4	4	4	4	4	4	20
85	2	2	2	3	2	2.2	11
86	3	3	3	3	3	3	15
87	3	3	3	3	2	2.8	14
88	3	3	3	3	3	3	15
89	3	3	3	3	3	3	15
90	4	4	3	4	4	3.8	19
91	3	3	3	4	1	2.8	14
92	4	4	4	4	4	4	20
93	4	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	4	4	20
95	3	2	2	3	3	2.6	13

96	2	3	3	4	2	2.8	14
97	3	3	3	3	2	2.8	14
98	4	4	4	4	3	3.8	19
99	3	3	3	4	3	3.2	16
100	4	4	4	4	4	4	20

No	X2 (Kesadaran Wajib Pajak)					Mean	Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		
1	4	4	4	4	4	4	20
2	3	2	3	3	1	2.4	12
3	4	4	4	3	4	3.8	19
4	4	4	4	1	4	3.4	17
5	4	4	4	3	4	3.8	19
6	4	2	3	2	4	3	15
7	3	3	4	4	3	3.4	17
8	3	3	3	3	4	3.2	16
9	4	3	3	4	3	3.4	17
10	4	4	4	3	4	3.8	19
11	2	2	4	3	2	2.6	13
12	4	3	4	3	3	3.4	17
13	4	4	4	3	3	3.6	18
14	4	4	4	3	4	3.8	19
15	2	4	3	2	3	2.8	14
16	3	2	3	3	3	2.8	14
17	3	3	3	3	3	3	15

18	4	3	3	2	4	3.2	16
19	3	3	3	3	2	2.8	14
20	4	4	4	4	4	4	20
21	3	3	3	3	3	3	15
22	4	4	4	4	3	3.8	19
23	4	2	4	4	4	3.6	18
24	4	2	3	2	3	2.8	14
25	3	3	4	2	4	3.2	16
26	4	4	4	4	4	4	20
27	3	3	4	4	3	3.4	17
28	4	4	4	3	4	3.8	19
29	3	2	2	3	2	2.4	12
30	3	2	3	2	2	2.4	12
31	4	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	4	4	20
33	4	3	4	4	4	3.8	19
34	4	4	4	4	4	4	20
35	3	3	3	3	3	3	15
36	3	3	4	1	4	3	15
37	4	3	4	3	3	3.4	17
38	3	1	3	3	1	2.2	11
39	3	4	3	4	3	3.4	17
40	4	2	3	3	2	2.8	14
41	3	3	3	3	3	3	15
42	1	1	1	2	1	1.2	6

43	1	1	1	1	1	1	5
44	4	4	4	4	4	4	20
45	2	2	3	3	3	2.6	13
46	3	2	3	3	3	2.8	14
47	3	3	4	4	3	3.4	17
48	3	3	4	3	3	3.2	16
49	4	2	3	2	3	2.8	14
50	4	4	4	4	4	4	20
51	3	3	3	3	3	3	15
52	3	3	3	3	2	2.8	14
53	4	3	4	4	3	3.6	18
54	4	4	4	4	3	3.8	19
55	3	3	3	3	3	3	15
56	3	2	3	3	3	2.8	14
57	3	3	3	2	3	2.8	14
58	3	3	3	3	3	3	15
59	2	2	3	1	1	1.8	9
60	3	3	4	3	3	3.2	16
61	4	2	3	3	3	3	15
62	3	2	3	2	2	2.4	12
63	2	2	2	2	1	1.8	9
64	4	3	4	2	3	3.2	16
65	2	3	3	1	1	2	10
66	4	4	4	4	4	4	20
67	4	3	3	2	3	3	15

68	3	3	4	2	3	3	15
69	3	3	2	3	4	3	15
70	3	3	4	3	3	3.2	16
71	3	3	4	4	3	3.4	17
72	3	3	3	3	3	3	15
73	4	3	3	3	3	3.2	16
74	3	3	3	3	3	3	15
75	4	3	3	4	3	3.4	17
76	3	3	3	3	3	3	15
77	4	4	4	4	3	3.8	19
78	4	3	3	3	3	3.2	16
79	3	3	3	2	2	2.6	13
80	3	2	4	2	4	3	15
81	4	3	4	3	3	3.4	17
82	3	3	3	2	2	2.6	13
83	3	3	3	3	3	3	15
84	4	4	4	4	4	4	20
85	3	2	3	1	3	2.4	12
86	3	3	3	3	3	3	15
87	3	2	3	2	2	2.4	12
88	3	3	3	3	3	3	15
89	4	4	4	3	4	3.8	19
90	4	3	4	4	3	3.6	18
91	3	3	4	4	1	3	15
92	4	4	4	4	4	4	20

93	4	3	4	4	4	3.8	19
94	4	4	4	4	4	4	20
95	3	2	3	3	3	2.8	14
96	2	3	3	2	3	2.6	13
97	3	3	3	2	3	2.8	14
98	4	4	3	3	3	3.4	17
99	4	3	3	2	3	3	15
100	4	4	4	4	4	4	20

No	X3 (Sosialisasi Perpajakan)					Mean	Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		
1	1	4	4	4	4	3.4	17
2	2	2	3	3	3	2.6	13
3	3	4	4	4	4	3.8	19
4	4	3	4	4	4	3.8	19
5	2	4	3	4	4	3.4	17
6	3	4	3	3	3	3.2	16
7	2	4	3	4	4	3.4	17
8	1	2	1	2	1	1.4	7
9	2	3	3	3	3	2.8	14
10	4	4	4	4	4	4	20
11	2	3	1	3	2	2.2	11
12	3	3	4	4	3	3.4	17
13	3	3	3	3	3	3	15
14	3	4	4	4	4	3.8	19

15	4	4	4	4	4	4	20
16	3	3	3	3	3	3	15
17	2	1	2	2	2	1.8	9
18	3	3	2	3	4	3	15
19	2	3	3	3	2	2.6	13
20	1	1	4	4	4	2.8	14
21	3	3	3	3	3	3	15
22	3	4	2	4	3	3.2	16
23	4	4	4	4	4	4	20
24	3	3	3	3	3	3	15
25	3	3	4	4	3	3.4	17
26	4	4	4	4	4	4	20
27	3	4	3	3	3	3.2	16
28	1	4	3	3	2	2.6	13
29	2	2	1	2	2	1.8	9
30	2	3	4	4	3	3.2	16
31	4	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	3	3.8	19
33	3	4	4	3	3	3.4	17
34	4	4	4	4	4	4	20
35	3	3	3	3	3	3	15
36	3	4	4	4	4	3.8	19
37	3	4	3	3	3	3.2	16
38	3	3	4	4	4	3.6	18
39	1	3	1	3	2	2	10

40	2	4	3	4	3	3.2	16
41	3	3	3	4	3	3.2	16
42	2	1	1	2	2	1.6	8
43	1	4	2	3	2	2.4	12
44	2	4	4	4	4	3.6	18
45	3	3	3	2	2	2.6	13
46	3	3	3	3	3	3	15
47	1	4	3	3	2	2.6	13
48	2	3	3	3	3	2.8	14
49	3	3	3	3	3	3	15
50	3	4	4	4	4	3.8	19
51	2	2	3	3	3	2.6	13
52	2	2	2	2	2	2	10
53	3	4	3	3	3	3.2	16
54	2	3	3	3	3	2.8	14
55	3	3	3	3	3	3	15
56	2	4	1	3	3	2.6	13
57	2	3	2	3	3	2.6	13
58	1	1	1	1	1	1	5
59	1	2	2	4	3	2.4	12
60	3	3	3	3	3	3	15
61	2	2	2	2	2	2	10
62	2	3	2	2	2	2.2	11
63	1	3	2	3	1	2	10
64	2	2	2	2	2	2	10

65	1	2	1	2	2	1.6	8
66	4	4	4	4	4	4	20
67	1	2	3	3	2	2.2	11
68	2	2	3	4	3	2.8	14
69	4	3	3	3	3	3.2	16
70	3	4	4	4	4	3.8	19
71	1	1	2	2	2	1.6	8
72	3	3	3	3	3	3	15
73	3	3	3	3	3	3	15
74	3	3	4	3	3	3.2	16
75	3	4	3	4	4	3.6	18
76	2	4	2	4	2	2.8	14
77	3	3	3	3	2	2.8	14
78	2	3	4	3	3	3	15
79	2	2	2	2	2	2	10
80	3	3	2	4	4	3.2	16
81	3	3	3	3	3	3	15
82	2	3	2	3	3	2.6	13
83	4	3	3	3	3	3.2	16
84	3	4	3	4	3	3.4	17
85	2	3	3	3	2	2.6	13
86	2	4	3	4	3	3.2	16
87	1	1	2	1	1	1.2	6
88	2	2	2	2	2	2	10
89	3	3	3	3	3	3	15

90	4	3	4	4	3	3.6	18
91	2	4	4	4	3	3.4	17
92	3	3	3	4	4	3.4	17
93	4	4	4	3	3	3.6	18
94	2	4	3	4	3	3.2	16
95	3	3	3	3	3	3	15
96	3	4	3	3	3	3.2	16
97	2	2	3	2	2	2.2	11
98	2	4	3	3	3	3	15
99	4	4	3	3	3	3.4	17
100	4	4	4	4	4	4	20

No	X4 (Persepsi Wajib Pajak Terhadap Efektivitas Sistem Perpajakan)						Mean	Total
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5			
1	4	4	4	4	4	4	20	
2	3	2	4	4	2	3	15	
3	4	4	4	4	4	4	20	
4	4	4	4	4	4	4	20	
5	4	4	4	4	4	4	20	
6	3	3	3	3	3	3	15	
7	4	4	4	4	4	4	20	
8	4	4	4	4	4	4	20	
9	4	4	3	4	4	3.8	19	
10	4	3	4	4	4	3.8	19	
11	4	3	3	3	3	3.2	16	

12	4	3	4	3	3	3.4	17
13	3	4	4	4	4	3.8	19
14	4	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	4	4	20
16	4	3	4	4	4	3.8	19
17	2	1	2	2	1	1.6	8
18	4	4	4	3	3	3.6	18
19	3	3	3	3	3	3	15
20	4	4	4	4	4	4	20
21	3	3	3	3	3	3	15
22	4	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	4	20
24	4	3	3	3	3	3.2	16
25	3	3	4	3	3	3.2	16
26	4	4	4	4	4	4	20
27	4	3	4	3	3	3.4	17
28	4	4	4	4	4	4	20
29	2	2	3	3	3	2.6	13
30	4	3	4	4	3	3.6	18
31	3	2	4	4	4	3.4	17
32	4	4	4	4	4	4	20
33	4	3	4	3	4	3.6	18
34	4	4	4	4	4	4	20
35	3	3	3	3	3	3	15
36	4	3	4	4	4	3.8	19

37	4	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	4	4	4	20
39	3	3	4	4	3	3.4	17
40	4	2	4	4	2	3.2	16
41	3	3	3	3	3	3	15
42	1	1	1	1	1	1	5
43	4	4	4	4	4	4	20
44	1	1	4	1	4	2.2	11
45	1	3	3	2	3	2.4	12
46	3	3	3	3	3	3	15
47	3	4	4	2	4	3.4	17
48	4	4	3	4	3	3.6	18
49	3	3	4	3	3	3.2	16
50	4	4	4	4	4	4	20
51	4	4	3	3	4	3.6	18
52	2	2	2	2	2	2	10
53	4	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	4	20
55	3	3	3	3	3	3	15
56	3	3	3	4	4	3.4	17
57	4	4	4	4	3	3.8	19
58	4	4	3	4	4	3.8	19
59	3	3	3	3	3	3	15
60	4	4	4	4	4	4	20
61	4	2	3	3	3	3	15

62	3	2	3	3	3	2.8	14
63	3	3	2	3	3	2.8	14
64	4	4	4	3	4	3.8	19
65	2	2	2	2	2	2	10
66	4	4	4	4	4	4	20
67	3	3	3	3	3	3	15
68	4	3	4	3	4	3.6	18
69	3	2	4	4	4	3.4	17
70	4	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	4	4	20
72	4	3	3	3	3	3.2	16
73	3	3	3	4	3	3.2	16
74	3	3	3	3	3	3	15
75	4	4	4	4	3	3.8	19
76	3	3	3	4	4	3.4	17
77	4	4	4	4	4	4	20
78	4	4	4	4	4	4	20
79	3	3	3	3	3	3	15
80	4	4	4	4	4	4	20
81	4	3	3	3	3	3.2	16
82	1	1	1	1	1	1	5
83	3	3	3	4	3	3.2	16
84	4	4	4	4	4	4	20
85	3	3	3	3	3	3	15
86	4	3	4	3	4	3.6	18

87	3	3	3	4	4	3.4	17
88	4	4	4	4	4	4	20
89	3	3	3	3	3	3	15
90	4	4	4	4	4	4	20
91	4	4	4	3	3	3.6	18
92	3	3	3	3	3	3	15
93	4	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	4	4	20
95	3	3	3	3	3	3	15
96	4	3	4	3	2	3.2	16
97	4	1	3	3	2	2.6	13
98	4	2	4	3	3	3.2	16
99	4	4	4	4	1	3.4	17
100	4	4	4	4	4	4	20

الجمعة الاستاذة الاندو