

Pengetahuan Perpajakan, Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce

Ni Putu Ana Kusuma Dewi¹

Putu Ery Setiawan²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences: anakusuma@yahoo.com

ABSTRAK

Keberadaan E-Commerce dapat membantu perusahaan untuk memperluas pangsa pasar pada tingkat nasional serta memperluas bisnis hingga lintas negara. Fakta ini memberikan peluang baru E-Commerce sebagai sasaran objek pajak. Penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan perpajakan, pemahaman peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak pada kepatuhan wajib pajak E-Commerce yang dilakukan di wilayah Denpasar Selatan. Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 159 pelaku bisnis E-Commerce yang tersebar di Denpasar Selatan. Data diolah menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan, pemahaman peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak E-Commerce di Denpasar Selatan.

Kata Kunci: Pengetahuan Perpajakan; Pemahaman Peraturan Perpajakan; Kesadaran Wajib Pajak; Kepatuhan Wajib Pajak

Tax Knowledge, Understanding of Tax Regulations, Awareness and Compliance of E-Commerce Taxpayers

ABSTRACT

The existence of E-Commerce can help companies to expand market share at the national level and expand business across countries. This fact provides new opportunities for E-Commerce as a tax object target. The research aims to examine the influence of tax knowledge, understanding of tax regulations, taxpayer awareness on E-Commerce taxpayer compliance conducted in the South Denpasar area. The sampling method used purposive sampling method. The sample in this study is 159 E-Commerce business people spread across South Denpasar. Data is processed using multiple linear regression. The results of the study show that knowledge of taxation, understanding of tax regulations, awareness of taxpayers has a positive effect on taxpayer compliance in E-Commerce in South Denpasar.

Keywords: Tax Knowledge; Understanding of Tax Regulations; Taxpayer Awareness; Taxpayer Compliance

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 33 No. 5
Denpasar, 26 Mei 2023
Hal. 1360-1373

DOI:
10.24843/EJA.2023.v33.i05.p16

PENGUTIPAN:

Dewi, N. P. A. K., &
Setiawan, P. E. (2023).
Pengetahuan Perpajakan,
Pemahaman Peraturan
Perpajakan, Kesadaran dan
Kepatuhan Wajib Pajak E-
Commerce. *E-Jurnal
Akuntansi*, 33(5),
1360-1373

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:
6 Juli 2021
Artikel Diterima:
27 Oktober 2021

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi internet di Indonesia memudahkan orang-orang dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Bagi masyarakat Indonesia internet sudah bukan hal yang asing, baik yang tinggal dipertanian maupun dipedesaan. Setiap tahun jumlah pengguna internet di Indonesia selalu meningkat, jumlah pengguna internet mengalami peningkatan 54,7 persen dari 132,7 juta jiwa menjadi 143,26 juta jiwa dari tahun 2016 ke tahun 2017 (Setiawan *et al.*, 2019). Salah satu manfaat dari penggunaan internet adalah untuk melakukan kegiatan bisnis. Kegiatan bisnis melalui internet dapat berbentuk jual beli barang maupun jasa. Penggunaan internet untuk aktivitas transaksi bisnis dikenal dengan istilah *Electronic Commerce* atau *E-commerce*. (Mahkota, 2016).

Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi sangatlah pesat dari waktu ke waktu. Perkembangan teknologi diikuti dengan penerapannya yang semakin meningkat untuk kegiatan industri, bisnis, maupun keperluan lainnya memang menjadi semakin canggih dan instan terhadap situasi dan kondisi apapun. Hal ini membuat masyarakat dapat mengikuti perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi yang ada saat ini. Jika dilihat dari proses bisnis berbasis internet, telah mengubah seluruh masyarakat dan juga akan menimbulkan dampak besar pada pelanggan dan pelaku bisnis. Pada industri *E-Commerce*, media sosial menjadi tempat utama yang ditawarkannya layanan oleh pelaku bisnis. Sehingga media sosial berperan sangat penting pada keberhasilan sebuah bisnis *E-Commerce*, terutama dalam hal konsep *online shopping*. Konsep *online shopping* menyediakan banyak kemudahan dan kelebihan jika dibandingkan dengan konsep belanja biasa.

Penggunaan internet untuk transaksi bisnis sudah dianggap sebagai suatu hal yang penting. Selama ini, sistem penjualan kepada pelanggan yang digunakan oleh perusahaan hanya bersifat secara tertulis dan manual, yang tidak jarang cenderung menyedatkan. Adanya *E-Commerce* dapat membantu perusahaan untuk memperluas pangsa pasar pada tingkat nasional serta memperluas bisnis hingga lintas negara. Bisnis *E-Commerce* memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan konvensional, penggunaan teknologi dalam bisnis *E-Commerce* memudahkan untuk para calon *entrepreneur* memulai usahanya. (Leonardo & Tjen, 2019)

Adanya beberapa keunggulan dalam bisnis *E-commerce*. Pertama, nilai investasi relatif rendah; investasi utama hanya untuk barang yang dijual, tidak perlu biaya besar untuk membangun toko ataupun sewa lapak tahunan. Kedua, modal kerja utama hanyalah sambungan internet, komputer, serta barang dan jasa yang ditawarkan. Ketiga, resiko investasi bisnis *E-Commerce* pun rendah, pemilik bisnis bebas menemukan produk yang paling pas dan cara terbaik untuk memasarkan bisnisnya. Keempat: potensi pelanggan mencapai jutaan orang. Kelima, biaya pendirian "toko" rendah, bahkan ada platform *E-Commerce* yang sama sekali tidak membebaskan biaya registrasi ataupun pendirian toko (Leonardo & Tjen, 2020). Dengan peningkatan teknologi digital dalam kegiatan ekonomi mampu mendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Spicer & Lunsent, 2016). Adanya pertumbuhan bisnis online atau *E-Commerce* ini akan berdampak pada peningkatan omset setiap tahunnya. Hal ini memberikan peluang baru untuk beberapa sektor, salah satunya ialah di bidang perpajakan. (Lomanto & Mangoting, 2016).

Pajak merupakan sumber penerimaan negara terbesar di Indonesia, hal ini dibuktikan pada tahun 2017 pajak menyumbang sebesar 85,6 persen dari seluruh penerimaan negara (Kementerian Keuangan, 2017). Aspek perpajakan dari bisnis *E-Commerce* ini telah di cetuskan oleh Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Oleh karena itu penjual atau pembeli dapat dikenakan pajak sesuai ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Adapun potensi perpajakan yang muncul dari transaksi online dapat dari jenis pajak yaitu Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPh). Pajak atas transaksi *E-Commerce* bertujuan untuk menerapkan keadilan bagi semua wajib pajak baik konvensional maupun *E-Commerce*.

Fenomena yang terjadi saat ini menurut Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan menyampaikan bahwa pasar *E-Commerce* berkembang pesat di Indonesia namun baru segelintir pelaku *E-Commerce* yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) yang artinya belum mendaftarkan diri atau melapor sebagai Wajib Pajak atas Kepatuhan Wajib Pajak. Menurut data yang diperoleh dari Direktorat Jenderal Pajak ada 1.600 (seribu enam ratus) sampling (pelaku *E-Commerce*) yang dicoba, dari jumlah itu ada 600 (enam ratus) yang belum teridentifikasi dan 1.000 (seribu) sudah teridentifikasi. Dari 1.000 (seribu) pelaku usaha baru 620 (enam ratus dua puluh) yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Dari yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) itu sebagian besar sudah melapor tapi tidak diketahui dilaporkannya itu sudah sesuai fakta yang terjadi pada saat bertransaksi. Dengan demikian, bisa terlihat Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce* di Indonesia masih sangat rendah.

Kepatuhan wajib pajak merupakan suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi suatu kewajiban perpajakannya dan melaksanakan hak perpajakan (Suryanto, 2016). Kepatuhan tersebut diidentifikasi kewajiban wajib pajak dalam memahami semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas, menyetor kembali SPT dan kepatuhan dalam menghitung tunggakan pajak yang harus dibayarkan.

Ada beberapa kemungkinan yang menyebabkan wajib pajak berlaku tidak patuh dalam melaporkan kewajiban perpajakannya. Pertama, tentang pemahaman peraturan perpajakan. Pengetahuan perpajakan yang memadai merupakan salah satu syarat yang harus dimiliki oleh wajib pajak. Masyarakat yang tidak mengetahui pajak tentu tidak akan tahu apa kewajibannya sebagai wajib pajak. Ketika tingkat pengetahuan dan pemahaman akan peraturan pajak meningkat, hal ini akan mendorong wajib pajak untuk melakukan kewajiban membayar pajak (Tiraada, 2013). Kedua adalah kesadaran membayar pajak. Hal ini menjadi penting dikarenakan dalam hal melaporkan dan membayar kewajiban perpajakan di Indonesia dengan *self assessment system*. Penerapan *self assessment system*, dimana wajib pajak diberi kepercayaan untuk mendaftar, menghitung, memperhitungkan, membayar dan melaporkan kewajiban perpajakannya menjadikan kesadaran wajib pajak sebagai kunci keberhasilan pemungutan pajak. Semakin tinggi kesadaran yang dimiliki wajib pajak maka semakin meningkatkan kemauan membayar kewajiban perpajakan (Halawa, Jenita ; Saragih, 2017).

Kota Denpasar merupakan daerah yang potensial dalam pengembangan bisnis berbasis *E-commerce*. Penggunaan *E-Commerce* di Kota Denpasar mulai berkembang sejak tahun 2009 dan hingga sekarang terus mengalami perkembangan yang sangat pesat (Denpost, 2019). Mendukung proses transaksi bisnis *E-Commerce* memiliki peran yang sangat besar dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Penggunaan *E-Commerce* dapat mendorong percepatan pertumbuhan dan perkembangan perekonomian. Data jumlah pelaku bisnis di Kota Denpasar yang menggunakan *E-Commerce* adalah sebagai berikut:

Berdasarkan Jumlah pelaku bisnis di Kota Denpasar yang menggunakan *E-Commerce* tahun 2019 yang tersebar di empat kecamatan di Kota Denpasar adalah sebanyak 806 unit. Daerah dengan jumlah pelaku bisnis *E-Commerce* terbanyak adalah wilayah Denpasar Selatan, yaitu sebanyak 264 unit. Daerah dengan sebaran pelaku bisnis yang menggunakan *E-Commerce* terendah Denpasar Utara yaitu sebanyak 168 unit.

Beberapa penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk menguji pengaruh pengetahuan, pemahaman, kesadaran perpajakan pada kepatuhan wajib pajak. Penelitian (Aswati et al, 2018) menyatakan bahwa pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak. Hal ini diperkuat oleh penelitian Hamzi et al. (2020) dan Penrdana & Dwirandra (2020) yang juga menemukan bahwa pengetahuan pajak, pemahaman pajak, kesadaran pajak meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini mengisi celah riset dengan menguji pengaruh pengetahuan perpajakan, pemahaman peraturan perpajakan, dan kesadaran wajib pajak pada kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* di Denpasar Selatan. Berdasarkan pemaparan diatas penelitian ini dapat digunakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Bali sebagai pertimbangan pengambilan keputusan untuk menyusun kebijakan perpajakan khususnya pajak bagi pengguna *E-commerce*.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, pengetahuan perpajakan terkait dengan *behavioral belief* menjelaskan bahwa sikap individu akan memengaruhi keinginan individu dalam bertindak dengan mengetahui hasil dari tindakan yang dilakukan individu tersebut. Menurut Indriani (2016) pengetahuan pajak adalah informasi yang menjadi dasar bagi wajib pajak yang digunakan untuk bertindak, mengatur strategi perpajakan dan mengambil keputusan dalam menerima hak dan melaksanakan kewajibanya.

Dengan adanya pengetahuan perpajakan tersebut akan membantu kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak sehingga tingkat kepatuhan akan meningkat. Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2017) bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan pada kesadaran wajib pajak.

H₁: Tingkat pengetahuan mengenai perpajakan berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* di Denpasar Selatan.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, pemahaman perpajakan terkait dengan *behavioral belief* menjelaskan bahwa sikap individu akan memengaruhi keinginan individu dalam bertindak dengan mengetahui hasil dari tindakan yang dilakukan individu tersebut. Pemahaman peraturan perpajakan adalah proses dimana wajib pajak memahami tentang perpajakan dan mengaplikasikan pemahaman itu untuk membayar pajak.

Pemahaman peraturan perpajakan yang dimaksud paham tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan (KUP) yang meliputi tentang bagaimana cara menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT), pembayaran, tempat pembayaran, denda dan batas waktu pembayaran atau pelaporan SPT (Resmi, 2009). Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hazmi et al (2020) bahwa pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan pada kesadaran wajib pajak.

H₂: Tingkat pemahaman mengenai peraturan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* di Denpasar Selatan.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, kesadaran wajib pajak berkaitan dengan *behavior belief* yang menjelaskan bahwa sikap individu akan memengaruhi keinginan individu dalam bertindak dengan mengetahui hasil dari tindakan yang dilakukan individu tersebut. Dalam kaitannya dengan teori kepatuhan, kesadaran wajib pajak yang tinggi akan mempengaruhi tingkat kepatuhan dimana semakin sadar wajib pajak maka tingkat kepatuhan akan meningkat.

Kesadaran adalah dimana setiap elemen manusia dalam memahami realitas dan bagaimana bereaksi atau merespon realita (Leonardo & Tjen, 2019). Kesadaran dan kepatuhan wajib pajak adalah suatu kondisi dimana wajib pajak mengetahui, memahami, dan melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan benar dan sukarela (Leonardo & Tjen, 2019). Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Perdana & Dwirandra (2020) menunjukkan bahwa kepatuhan tentang pajak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran membayar pajak.

H₃: Tingkat kesadaran mengenai wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* di Denpasar Selatan.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan di Denpasar Selatan, dimana lokasi penelitian tersebut diperoleh dari kuisioner. Alasan memilih lokasi penelitian ini karena jumlah pelaku bisnis yang menggunakan *E-Commerce* paling banyak berada di Denpasar Selatan di bandingkan Denpasar Utara, Denpasar Timur, dan Denpasar Barat. Ringkasan indikator masing-masing variabel dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

Kepatuhan Wajib Pajak (Y) merupakan ketaatan Wajib Pajak dalam melaksanakan ketentuan perpajakan yang berlaku dalam rangka memberikan kontribusi bagi negara dan menyampaikan surat pemberitahuan tahunannya dengan benar dan lengkap (Fatimah & Wardani, 2017).

Pengetahuan Pajak (X₁) adalah pengetahuan mengenai konsep ketentuan umum dibidang perpajakan, jenis pajak yang berlaku di Indonesia mulai dari subyek pajak, obyek pajak, tarif pajak, perhitungan pajak terutang, pencatatan pajak terutang sampai dengan bagaimana pengisian pelaporan pajak (Setiyani, 2018).

Pemahaman Pajak (X₂) Pemahaman akan peraturan perpajakan adalah proses cara wajib pajak dalam memahami peraturan perpajakan yang telah ada. Wajib pajak yang tidak memahami peraturan perpajakan secara jelas cenderung akan menjadi wajib pajak yang tidak taat Tiraada (2016).

Kesadaran Wajib Pajak (X_3) Dalam hal ini kesadaran wajib pajak adalah Kesadaran wajib pajak merupakan sikap wajib pajak yang memahami dan mau melaksanakan kewajibannya untuk membayar pajak dan telah melaporkan semua penghasilannya tanpa ada yang disembunyikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tabel 1. Ringkasan Indikator penelitian

Variabel	Kode	Indikator	Sumber
Pengetahuan Perpajakan (X_1)	X1.1	Mengetahui fungsi pajak adalah dimana wajib pajak mengetahui fungsi dari pajak.	Tiraada, 2013) dan Aswati <i>et al.</i> , 2018
	X1.2	Memahami prosedur pembayaran adalah wajib pajak tahu bagaimana tata cara membayar pajak.	
	X1.3	Mengetahui sanksi pajak adalah wajib pajak mengetahui jika pajak tidak dibayar akan dikenakan sanksi administrasi.	
Pemahaman Peraturan Perpajakan (X_2)	X2.1	Pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan.	Hazmi <i>et al.</i> (2020) dan
	X2.2	Pengetahuan mengenai fungsi perpajakan	Mahfud <i>et al.</i> (2017)
	X2.3	Kepatuhan dalam menghitung dan membayar pajak dengan benar	
Kesadaran Wajib Pajak (X_3)	X3.1	Pajak merupakan sumber penerimaan negara	Perdana & Dwirandra, 2020
	X3.2	Pajak yang dibayar dapat digunakan untuk menunjang pembangunan negara.	
	X3.3	Penundaan membayar pajak dapat merugikan negara.	
	X3.4	Membayar pajak tidak sesuai dengan jumlah yang seharusnya dibayar sangat merugikan negara.	
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y1.1	Kepatuhan untuk menyampaikan kembali SPT.	Suyanto <i>et al.</i> (2016)
	Y1.2	Kepatuhan dalam menghitung dan membayar pajak terutang.	
	Y1.3	Kepatuhan dalam melaporkan dan membayar tunggakan.	

Sumber: Data Penelitian, 2021

Instrumen penelitian dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disebarkan langsung kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur pendapat orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, penulisan analisis kuantitatif menggunakan pernyataan dan skor 1-5.

Sebelum digunakan, instrumen terlebih dahulu diuji untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. Pengujian instrument dilakukan dengan menguji deskriptif, validitas, dan reliabilitas. Populasi dalam penelitian ini adalah

mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Tahun Angkatan 2017 - 2018. Minat kewirausahaan adalah keinginan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana melakukan tindakan memilih karir sebagai wirausahawan. Efikasi diri kewirausahaan adalah kepercayaan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana terhadap kemampuan dirinya dalam memulai, mengelola, dan yakin berhasil berwirausaha.

Populasi pelaku bisnis *E-Commerce* di Denpasar Selatan dengan jumlah 264 unit digunakan sebagai populasi penelitian. Rumus *Slovin* yang digunakan adalah untuk menghitung sampel. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang di gunakan sebanyak 159 unit pelaku bisnis *E-Commerce* di Denpasar Selatan. Penelitian ini menggunakan teknik pemilihan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu (*purposive sampling*) dengan menggunakan pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan (*judgment sampling*) yaitu sampel ditentukan dengan pertimbangan tertentu yakni dapat memberikan informasi yang diinginkan sesuai dengan permasalahan penelitian (Ghozali, 2013:145). Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu pemasaran menggunakan media sosial, memiliki NPWP, bersedia menjadi responden.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis teknik analisis regresi berganda. Model regresi yang digunakan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

- Y = Kepatuhan Wajib Pajak
- α = Konstanta
- $\beta_1 - \beta_2$ = Koefisien regresi
- X_1 = Pengetahuan Perpajakan
- X_2 = Pemahaman Peraturan Perpajakan
- X_3 = Kesadaran Wajib Pajak

HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Kuesioner yang digunakan dalam suatu penelitian haruslah valid, yaitu kuesioner yang mampu mengungkapkan apa yang diukur dengan kuesioner tersebut. Validnya suatu kuesioner dapat dilihat dari nilai *r* hitung yang lebih besar dari 0,30 (Ghozali, 2016). Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 2.

Hasil uji validitas pada Tabel 2., menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang terdiri dari item-item pernyataan Tingkat pengetahuan (X_1), Tingkat pemahaman (X_2), Tingkat kesadaran (X_3), dan Kepatuhan Wajib Pajak (*Y*) memiliki nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,30. Jadi, seluruh indikator pernyataan tersebut telah memenuhi syarat validitas data.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Kode Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
1.	Tingkat pengetahuan (X_1)	X1.1	0,691	Valid
		X1.2	0,642	Valid
		X1.3	0,689	Valid
		X1.4	0,546	Valid
		X1.5	0,579	Valid
		X1.6	0,568	Valid
		X1.7	0,647	Valid
2.	Tingkat pemahaman (X_2)	X2.1	0,609	Valid
		X2.2	0,330	Valid
		X2.3	0,683	Valid
		X2.4	0,789	Valid
		X2.5	0,639	Valid
		X2.6	0,692	Valid
3.	Tingkat kesadaran (X_3)	X3.1	0,598	Valid
		X3.2	0,647	Valid
		X3.3	0,668	Valid
		X3.4	0,696	Valid
		X3.5	0,384	Valid
		X3.6	0,528	Valid
4.	Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y.1	0,746	Valid
		Y.2	0,391	Valid
		Y.3	0,749	Valid
		Y.4	0,692	Valid
		Y.5	0,564	Valid
		Y.6	0,438	Valid
		Y.7	0,614	Valid

Sumber: Data Penelitian, 2021

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Tingkat pengetahuan (X_1)	0,738	Reliabel
2	Tingkat pemahaman (X_2)	0,702	Reliabel
3	Tingkat kesadaran (X_3)	0,625	Reliabel
4	Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,710	Reliabel

Sumber: Data Penelitian, 2021

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi dan stabilitas dari kuesioner. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2016). Hasil uji reliabilitas yang disajikan pada Tabel 3. menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* masing-masing variabel lebih besar dari 0,60. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner penelitian ini reliabel dan dapat digunakan.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel residualnya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal apabila *Asymp.Sig.* lebih besar dari α 0,05 Hasil uji normalitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		159
Normal Parameters,a,b	Mean	0,000
	Std. Deviation	1,887
Most Extreme Differences	Absolute	0,039
	Positive	0,039
	Negative	-0,039
Kolmogorov-Smirnov Z		0,039
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4., menunjukkan bahwa hasil uji normalitas yang menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov dengan nilai Asym. Sig (2- tailed) sebesar 0.200. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa data yang digunakan dalam persamaan regresi merupakan data yang berdistribusi secara normal, hal ini dapat dilihat dari nilai Signifikansi $0.200 > 0.05$ (5 persen), sehingga data dalam penelitian ini dapat dinyatakan normal.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya. Untuk mendeteksi multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan nilai *Variance Inflating Factor* (VIF). Batas dari VIF adalah 10 dan nilai tolerance value adalah 0,1. Nilai $VIF \geq 10$ dan nilai tolerance value $\leq 0,1$ maka terjadi multikolinieritas, model regresi bebas dari multikolinieritas apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai F berada antara 1 dan kurang 10. Hasil uji multikolinieritas disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1	(Constant)		
	X1	0,162	6,166
	X2	0,136	7,363
	X3	0,131	7,609

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada Tabel 5., dapat diketahui bahwa nilai koefisien VIF dari variabel pengetahuan perpajakan, pemahaman perpajakan, dan kesadaran wajib pajak kurang dari 10, dimana nilai koefisien VIF variabel pengetahuan perpajakan bernilai sebesar 6,166 ($6,166 < 10$), variabel pemahaman perpajakan bernilai sebesar 7,363 ($7,363 < 10$), variabel Persepsi Harga bernilai sebesar 7,609 ($7,609 < 10$). Sementara nilai Tolerance dari 3 variabel tersebut bernilai lebih dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi pada penelitian ini terbebas dari masalah multikolinieritas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya heterokedastisitas (Ghozali, 2016). Pengujian heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Tingkat probabilitas signifikansi masing-masing

variabel bebas jika lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,410	0,430		5,602	0,000
X ₁	-0,053	0,037	-0,273	-1,406	0,162
X ₂	-0,056	0,049	-0,243	-1,147	0,253
X ₃	0,077	0,052	0,320	1,484	0,140

Sumber: Data Penelitian, 2021

Pada Tabel 6. dapat dilihat nilai *Sig.* hasil uji Heterokedastisitas dengan menggunakan SPSS pada Tabel di atas, dapat diperoleh nilai signifikan variabel bebas *absolute* residual tiga variabel diatas bernilai lebih besar dari nilai alpha (α) 5 persen (0,05). Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Dalam menganalisis data, peneliti dibantu dengan program komputer SPSS (*Statistical Package of Social Science*). Berdasarkan Tabel 7. persamaan model regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,232	0,742		-1,659	0,099
X ₁	0,332	0,065	0,326	5,151	0,000
X ₂	0,248	0,084	0,204	2,957	0,004
X ₃	0,571	0,089	0,450	6,405	0,000
R ²	0,900				
Adjusted R ²	0,898				
F	462,882				
Sig. F	0,000				

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan Tabel 7 dapat diamati *adjusted* R Square sebesar 0,898 yang berarti bahwa 89,8 persen tingkat kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh Tingkat pengetahuan, pemahaman perpajakan dan kesadaran wajib pajak. Sebanyak 10,2 persen tingkat kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh variabel lain selain dalam model penelitian.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 5,151 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari α 0,05. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari batas kesalahan yang ditetapkan dalam penelitian ($\alpha = 0,05$) dan koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian memberikan makna bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan perpajakan maka semakin tinggi juga kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*, begitu juga sebaliknya jika semakin rendah tingkat pengetahuan perpajakan maka semakin rendah juga tingkat kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, pengetahuan perpajakan terkait dengan *behavioral belief* menjelaskan bahwa sikap individu akan memengaruhi keinginan individu dalam bertindak dengan mengetahui hasil dari tindakan yang dilakukan individu tersebut. Pengetahuan pajak adalah informasi yang menjadi dasar bagi wajib pajak yang digunakan untuk bertindak, mengatur strategi perpajakan dan mengambil keputusan dalam menerima hak dan melaksanakan kewajibannya (Andhini, 2017).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tiraada, 2013) dan (Aswati *et al.*, 2018) yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan pada kesadaran wajib pajak. Semakin baik pengetahuan perpajakan wajib pajak, semakin patuh pula wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan yang sesuai dengan peraturan perpajakan.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 2,957 dan nilai signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari α 0,05. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari batas kesalahan yang ditetapkan dalam penelitian ($\alpha = 0,05$) dan koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian menyatakan apabila pemahaman peraturan perpajakan yang dimiliki oleh wajib pajak *E-Commerce* baik yakni wajib pajak memiliki kemampuan pemahaman tentang perpajakan yang berlaku, maka berkemungkinan besar akan meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* itu sendiri. Sebaliknya, jika pemahaman tentang perpajakan *E-Commerce* kurang baik, maka tingkat kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* pun cenderung semakin menurun. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, pemahaman perpajakan terkait dengan *Normative Beliefs* menjelaskan kepercayaan mengenai harapan yang muncul karena pengaruh orang lain dan motivasi untuk mencapai harapan tersebut. Dengan kata lain, motivasi yang didapat dari luar diri sendiri. Pemahaman peraturan perpajakan adalah proses dimana wajib pajak memahami tentang perpajakan dan mengaplikasikan pemahaman itu untuk membayar pajak. Pemahaman peraturan perpajakan yang dimaksud paham tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan (KUP) yang meliputi tentang bagaimana cara menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT), pembayaran, tempat pembayaran, denda dan batas waktu pembayaran atau pelaporan SPT (Anisa & Rachmaniar, 2019).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hazmi *et al.*, (2020) dan Mahfud *et al.* (2017) bahwa pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan pada kesadaran wajib pajak. Pemahaman yang baik akan membuat masyarakat wajib pajak memilih untuk berbuat patuh dan taat dalam melaksanakan ketentuan serta kewajiban perpajakan.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 6,405 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari α 0,05. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari batas kesalahan yang ditetapkan dalam penelitian ($\alpha = 0,05$) dan koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak *E-Commerce*, maka kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* tentu akan meningkat pula. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kesadaran wajib pajak *E-Commerce* maka semakin rendah pula tingkat kesadaran wajib pajak *E-Commerce*. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, kesadaran wajib pajak berkaitan dengan *Control beliefs*, yang menjelaskan keyakinan mengenai keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan persepsinya mengenai seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut. Kesadaran adalah dimana setiap elemen manusia dalam memahami realitas dan bagaimana bereaksi atau merespon realita (Noviriani *et al.*, 2018).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Perdana & Dwirandra, 2020) menunjukkan bahwa kesadaran tentang pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak. Dapat disimpulkan, semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak itu sendiri.

SIMPULAN

Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* di Denpasar Selatan. Pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* di Denpasar Selatan. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* di Denpasar Selatan.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam kepatuhan wajib pajak *E-Commerce* di Denpasar Selatan rata-rata nilai terendah pada pernyataan terkait pengisian formulir dengan jelas dan benar. Maka, saran dari penelitian ini kepada Direktorat jendral pajak agar lebih memaksimalkan edukasi terkait tata cara pengisian formulir guna kepentingan pelaporan perpajakan. Penelitian ini hanya terbatas pada Denpasar Selatan, maka dari itu untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel penelitian yang lebih luas.

REFERENSI

- Andhini, N. F. (2017). ID-pengaruh-pemahaman-dan-pengetahuan-wajib-1. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Anisa, R., & Rachmaniar, R. (2019). Media Informasi dan Komunikasi Pemerintah Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Lontar*, 7(1), 36–40.
- Aswati, W. O., Mas'ud, A., & Nudi, T. N. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Kantor UPTB SAMSAT Kabupaten Muna). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 27–39.
- Fatimah, S., & Wardani, D. K. (2017). Akuntansi dewantara. *Akuntansi Dewantara*, 1(1), 1–14.
- Fitria, D. (2017). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 4(1), 30. <https://doi.org/10.30998/jabe.v4i1.1905>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 (Edisi Tujuh)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Statistik Non-Parametrik: Teori dan Aplikasi dengan Program*

- SPSS. In *Universitas Diponegoro. Semarang*.
- Halawa, Jenita ; Saragih, J. L. (2017). Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus, terhadap Kepatuhan Wajib di KPP Pratama Lubuk Pakam. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 243-256.
- Hazmi, M. Z., Suhendro, & Dewi, R. R. (2020). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak , Kualitas Pelayanan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Surakarta. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 18(1), 28-40.
- Indriani, M. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Individu Dalam Membayar Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Banda Aceh. *Jurnal Telaah Dan Riset Akuntansi*, 9(1), 55-66.
- Leonardo, P., & Tjen, C. (2019). Evaluation of Taxation Provisions on Transactions E-Commerce on the Marketplace Platform. *AFEBI Management and Business Review*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.47312/ambr.v4i1.226>
- Leonardo, P., & Tjen, C. (2020). Application of Taxation on Transactions E-Commerce on the Marketplace Platform. *JPAK : Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 45-54. <https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.17248>
- Lomanto, C. N., & Mangoting, Y. (2013). Perlakuan PPN atas Transaksi E-Commerce. *Tax & Accounting Review*, 3(2).
- Ma' ruf, S. (2018). The Influence Of Ease Of Use, Usefulness, Perceived Risk, And Convenience On Consumer Attitude On Online Shopping (A Case Study Of Lazada. Com). *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 3, 535-549.
- Mahfud, Arfan, M., & Abdullah, S. (2017). Kepatuhan Wajib Pajak Badan (Studi Empiris Pada Koperasi Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Akuntansi*, 6(2), 32-40.
- Mahkota, A. P. (2014). (*Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc*). 8(2).
- Noviantari, P., & Setiawan, P. E. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Pemahaman, Persepsi Sanksi Perpajakan, dan Lingkungan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 22, 1711. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v22.i03.p03>
- Noviriani, E., Ludigdo, U., & Baridwan, Z. (2018). Studi Fenomenologi Atas Dilema Etis Auditor Internal Pemerintah. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 19(2), 217-240. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2015.v19.i2.86>
- Penggelapan, T., Di, P., & Surakarta, K. (2016). *Issn : 2302 - 1590 e-issn: 2460 ± 190x*. 4(2).
- Perdana, E. S., & Dwirandra, A. A. N. . (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1458. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i06.p09>
- Setiawan, A., Elvira Maratno, S. F., Rahayu, P. A., & Ratna Putri Dewanti, M. P. (2019). Stakeholder Analysis on Indonesian E-Commerce Taxation. *International Research Journal of Business Studies*, 12(3), 277-288. <https://doi.org/10.21632/irjbs.12.3.277-288>
- Setiyani, N. M. dkk. (2018). Pengaruh Motivasi Wajib Pajak dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening (Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Di Kota Semarang). *Journal Of Accounting*, 1-18.

-
- Suryanto, E. (2013). *Account Representative Jembatan Penghubung Bagi Kepatuhan Wajib Pajak Eddy Suryanto HP Fakultas Hukum Universitas Slamet Riyadi Surakarta.*
- Suyanto, S., Intansari, P. P. L. A., & Endahjati, S. (2016). Tax Amnesty. *Jurnal Akuntansi*, 4(2), 9-22. <https://doi.org/10.24964/ja.v4i2.217>
- Tene, J. H., Sondakh, J. J., & Warongan, J. D. (2017). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Pajak, Sanksi Perpajakan dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di KPP Pratama Manado). *Jurnal EMBA*, 5(2), 443-453.
- Tiraada, T. (2013). Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus Terhadap Kepatuhan WPOP Di Kabupaten Minahasa Selatan. *Emba*, 1(3), 999-1008.