



PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, TARIF PAJAK DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN PEMBAYARAN PAJAK *SELLER ONLINE SHOPPING*

Oleh:

Yessica Amelia, SE., M.Ak

Vincencius Panji Mur Angiza

Program Studi Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kasih Bangsa

Abstract

This study aims to examine the effect of understanding tax regulations, tax rates and tax penalties on online shopping seller tax payment compliance. The research sample used in this research is taxpayers who work as online shopping sellers, totaling 100 respondents in Indonesia. This research was conducted by distributing questionnaires in the form of a google form link. The criteria for respondents in this study are taxpayers who sell their merchandise online and taxpayers who have a physical shop but also sell their merchandise online. The basis for e-commerce tax regulations refers to PMK No. 210 / Number 010 / 2018 which was issued, but was withdrawn. With the withdrawal of these regulations, the current tax regulations for e-commerce tax rates still use PP Number 23 of 2018. In this study, multiple linear regression tests, descriptive tests, classical assumption tests, coefficient of determination and hypothesis testing were used to analyze the data. The results of this study indicate that partially, all independent variables, which are understanding of tax regulations, tax rates and tax sanctions have a significant effect on the dependent variable of the study. The simultaneous test results show that the understanding of tax regulations, tax rates and tax sanctions together has a significant effect on tax payment compliance.

Keywords: *Understanding of Tax Regulations, Tax Rates, Tax Sanctions, Tax Payment Compliance, Online Shopping and E-Commerce.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan pembayaran pajak penjual belanja online. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembayar pajak yang bekerja sebagai penjual belanja online, total 100 responden di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner dalam bentuk link formulir google. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pembayar pajak yang menjual dagangannya secara online dan pembayar pajak yang memiliki toko fisik tetapi juga menjual dagangannya secara online. Dasar peraturan pajak perdagangan elektronik mengacu pada PMK Nomor 210/Nomor 010/2018 yang dikeluarkan, namun dicabut. Dengan dicabutnya perda tersebut, maka perda pajak untuk tarif pajak e-commerce saat ini masih menggunakan PP Nomor 23 Tahun 2018. Dalam penelitian ini, tes regresi linier ganda, tes deskriptif, tes asumsi klasik, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian, semua variabel independen, yang memahami peraturan perpajakan, tarif pajak, dan sanksi pajak berpengaruh signifikan pada variabel dependen studi. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pembayaran pajak.

Kata Kunci: *Understanding of Tax Regulations, Tarif Pajak, Sanksi Pajak, Kepatuhan Pembayaran Pajak, Belanja Online dan E-Commerce*



A. PENDAHULUAN

Memasuki era globalisasi, dunia dihadapkan pada perkembangan kemajuan teknologi yang pesat dan canggih. Kemajuan teknologi ini telah memudahkan kehidupan manusia dalam beraktivitas, yang salah satunya adalah kemudahan dalam mendapatkan dan memanfaatkan informasi. Dulu masyarakat berkomunikasi dan mendapatkan informasi melalui surat-menyurat dan media elektronik seperti televisi dan radio yang masih sangat terbatas dalam lingkup wilayah tertentu serta membutuhkan waktu yang lama dalam hal penyampaian informasi. Tetapi saat ini dengan keterbukaan informasi dan kemajuan teknologi, maka informasi secara global dapat diperoleh dengan sangat cepat. Internet menjadi cermin dari kemajuan teknologi dan menjadi andalan masyarakat dalam memperoleh informasi dimana saja, kapan pun dan dimana pun. Hal ini terlihat pada penggunaan internet oleh masyarakat di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Pada awal tahun 2019, pengguna internet di Indonesia mencapai 107,2 juta penduduk. Memasuki awal tahun 2020, pengguna internet di Indonesia semakin meningkat menjadi 175,4 juta penduduk.¹ Dan semakin berkembangnya media internet yang menunjang kegiatan usaha telah menarik minat masyarakat pebisnis memanfaatkan kemajuan teknologi ini untuk membangun usaha dalam jaringan internet yang dapat memperluas pasar sehingga berpotensi pengembangan usaha dengan cepat. Pada tahun 1994, terdapat sebuah banner elektronik yang digunakan untuk promosi dan periklanan di sebuah *website* dan dikenal dengan sebutan *E-Commerce*. Di Indonesia, pionir *E-Commerce* yaitu Bhinneka.com telah hadir sejak tahun 1993 dan baru diluncurkan saat tahun 1996 dan semakin berkembang,² dan tren pengguna *E-Commerce* pada tahun 2019 mencapai 168,3 juta pengguna.³ Ini mencerminkan masyarakat Indonesia yang mulai menggunakan media internet dalam kegiatan jual beli barang dan jasa.

Rangkaian kegiatan jual beli barang dan jasa yang dilakukan penjual/pembeli menggunakan media internet disebut *online shopping* atau biasa disingkat dengan sebutan *olshop*. Masyarakat dapat melakukan *olshop* melalui toko aplikasi *online* yang dapat diunduh dengan mudah di *smartphone*. Terdapat banyak pilihan aplikasi *online shop* yang tersedia dan dapat dipilih oleh masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli. Dan pada tahun 2019, *Shopee* menjadi aplikasi nomor 1 di *Google Play Store* dengan jumlah pengunjung per bulannya mencapai 72.973.300.⁴ Jumlah pengguna *E-Commerce* yang semakin banyak menjadi peluang

¹ Agus Tri Haryanto, "Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia", <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> (11 April 2020)

² "Sejarah *E-Commerce* Indonesia: Apa yang telah dan Akan Terjadi?", <https://www.kompasiana.com/www.bhinneka.com/59b25877085ea65943594dc2/sejarah-e-commerce-indonesia-apa-yang-telah-dan-akan-terjadi?page=all> (5 Desember 2020)

³ Dwi Hadya Jayani, "Tren Pengguna *E-Commerce* Terus Tumbuh", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023> (11 April 2020)

⁴ <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (11 April 2020)



penerimaan negara untuk membiayai pembangunan nasional sehingga diperlukan regulasi untuk mengaturnya. Maka pemerintah sebagai regulator menerbitkan undang-undang untuk mengatur transaksi *E-Commerce* di Indonesia yaitu Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*).⁵

Dalam PMK Nomor 210/PMK.010/2018 yang diundangkan pada tanggal 31 Desember 2018 pada bab II diatur tentang ketentuan NPWP bagi pedagang atau penyedia jasa dan penguahan PKP bagi penyedia *platform marketplace*. Pada bab II PMK ini juga diatur tentang perlakuan perpajakan bagi pedagang dan penyedia jasa yaitu PKP Pedagang atau PKP Penyedia Jasa yang melakukan penyerahan BKP dan/ atau JKP secara elektronik (*e-commerce*) melalui Penyedia *Platform Marketplace* wajib memungut, menyetor, dan melaporkan Pajak Pertambahan Nilai yang terutang atau Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah dengan tarif PPN sebesar 10% (sepuluh persen) dari Nilai Transaksi penyerahan BKP dan/ atau JKP. Dan PKP Pedagang atau PKP Penyedia Jasa wajib membuat Faktur Pajak sebagai bukti pungutan Pajak Pertambahan Nilai atas penyerahan BKP dan/ atau JKP. PMK 210/PMK.010/2018 ini mengatur tentang Perlakuan Perpajakan bagi Penyedia *Platform Marketplace* pada bab II serta ketentuan perlakuan bea masuk dan/atau PDRI (Pajak Dalam Rangka Impor) atas impor barang yang transaksi perdagangannya melalui sistem elektronik (*E-Commerce*) dan ketentuan pembekuan dan pencabutan persetujuan penyedia *platform marketplace* sebagai sanksi yang dapat dikenakan kepada penyedia *platform marketplace* yang telah terdaftar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (3) dalam hal penyedia *platform marketplace* tidak memenuhi kewajiban penyetoran bea masuk dan /atau PDRI. Tetapi belum sempat diresmikan, peraturan ini dicabut kembali oleh Menkeu Sri Mulyani. SriMulyani berpendapat bahwa pencabutan ini juga dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk melakukan koordinasi dan sinkronisasi yang lebih komprehensif antar kementerian dan lembaga. Dengan ditariknya PMK tersebut, Menkeu mengingatkan, perlakuan perpajakan untuk seluruh pelaku ekonomi tetap mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Para pelaku usaha baik *e-commerce* maupun konvensional yang menerima penghasilan hingga Rp 4,8 Miliar dapat memanfaatkan skema pajak final dengan tarif 0,5% dari jumlah omzet usaha.⁶

Pemerintah mengetahui adanya potensi pemasukan keuangan negara yang besar dari penjualan berbasis *online* namun kurangnya kesiapan dan sosialisasi dari pemerintah kepada masyarakat

⁵ <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-ketentuan-pajak-bagi-pelaku-e-commerce/> (11 April 2020)

⁶ Edi Suwiknyo, "Kemenkeu Keluarkan Aturan Pencabutan *E-Commerce*", <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190415/259/912120/kemenkeu-keluarkan-aturan-pencabutan-e-commerce> (22 November 2020).



mengenai ketentuan perpajakan untuk transaksi *E-Commerce*, akan berpeluang adanya ketidakpahaman masyarakat dalam mematuhi ketentuan perpajakan terutama terkait tata cara pemungutan pajak, tarif pajak, pelaporan pajak serta sanksi yang dapat dikenakan. Ketidakpahaman masyarakat tentang tarif pajak yang berlaku, dapat menyebabkan masyarakat tidak menghitung dengan tepat jumlah pajak yang diterima dari hasil penjualan melalui system *online*. Sehingga memungkinkan masyarakat tanpa sengaja melanggar ketentuan yang berlaku dan berpotensi pengenaan sanksi perpajakan dari pemerintah.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul penelitian **“Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak *Seller Online Shopping*”**.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Pajak

Pajak merupakan pungutan wajib yang dibayar oleh masyarakat untuk negara yang nantinya akan digunakan oleh negara untuk kepentingan belanja negara maupun pembangunan infrastruktur untuk kepentingan masyarakat umum. Istilah pajak berasal dari Bahasa Jawa yaitu *ajeg* yang berarti pungutan teratur waktu tertentu. *Pa-ajeg* berarti pungutan teratur terhadap hasil bumi sebesar presentase tertentu yang dilakukan oleh raja dan pengurus desa.⁷ Menurut Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 ayat 1, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.⁸

Pemerintah menetapkan kebijakan perpajakan untuk *e-commerce* sebagai *regulerend* dalam memberikan kemudahan administrasi dan mendorong kepatuhan perpajakan bagi para pelaku *e-commerce* demi menciptakan perlakuan setara dengan pelaku usaha konvensional.⁹ Penentuan perpajakan telah ditetapkan dalam PMK Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*). Pokok-pokok kewajiban perpajakan yang tercantum dalam PMK No. 210/PMK.010/2018 Pasal 4, dirangkum secara ringkas menjadi 4 pokok,

⁷ Siti Kurnia Rahayu, *Perpajakan Konsep Sistem, dan Implementasi Edisi Revisi* (Bandung: Rekayasa Sains, 2020), 27.

⁸ <https://pajak.go.id/id/undang-undang-nomor-16-tahun-2009>, (24 April 2020)

⁹ Siti Kurnia Rahayu, *Perpajakan Konsep Sistem, dan Implementasi Edisi Revisi* (Bandung: Rekayasa Sains, 2020), 528.



yaitu Pengguna *Platform Marketplace*, Penyedia *Platform Marketplace*, *Platform Selain Marketplace* dan Kewajiban Pengusaha Kena Pajak *E-Commerce*¹⁰

2. *E-Commerce*

E-Commerce adalah penjualan atau pembelian barang atau jasa, yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan metode yang secara spesifik dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pesanan. Barang atau jasa dipesan dengan metode tersebut, tetapi pembayaran dan pengiriman utama barang atau jasa tidak harus dilakukan secara online. Transaksi *E-Commerce* dapat terjadi antar usaha, rumah tangga, individu, pemerintah, dan organisasi swasta atau publik lainnya.¹¹ Bentuk usaha *e-commerce* menawarkan jasa. *E-commerce* lebih ke arah aplikasi, *digital marketing agency*, *cloud based service*. *E-commerce* tidak tergantung pada bahan baku dan tidak perlu menggunakan Sumber Daya Manusia.¹²

Berdasarkan jenis *e-commerce* terbagi menjadi 5 bagian, yaitu:¹³

a. *Online Marketplace*

Online Marketplace adalah sebuah tempat berupa toko internet, dimana para penjual dan pembeli bertemu melalui dunia maya untuk melakukan transaksi jual beli.

b. *Online Retail*

Online Retail dilakukan langsung oleh pemiliknya yang memiliki *websitenya* sendiri dan menjual produk atau barang milik mereka sendiri. Biasanya *Online Retail* ini memiliki gudang untuk menyimpan produk atau barang mereka, baik itu barang hasil olahan mereka maupun barang dari *supplier* mereka yang dipasok ke gudang.

c. *Classified Ads*

Classified Ads merupakan salah satu media iklan yang paling umum dilakukan. Sistem seperti ini bisa kita temui pada iklan koran atau majalah. Namun dengan seiringnya perkembangan zaman, dunia internet pun digunakan untuk melakukan jual beli. Untuk sistem seperti ini, penjual hanya menjual barang dagangannya secara terbatas dan pada waktu-waktu tertentu saja. Dalam melakukan penawaran biasanya dilakukan secara *online* dan untuk pembayarannya bisa dilakukan secara langsung atau melalui situs *Classified Ads*.

d. *Daily Deals*

Daily Deals merupakan kegiatan dimana *website* penyedia *daily deals* melakukan promo atau potongan harga untuk satu paket barang atau produk untuk pembeli.

¹⁰ _____, hal 529.

¹¹ Nia Anggraini Rozama, *et al.*, *STATISTIK E-COMMERCE 2019* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2019), 5.

¹² Siti Kurnia Rahayu, *Perpajakan Konsep Sistem, dan Implementasi Edisi Revisi* (Bandung: Rekayasa Sains, 2020), 506.

¹³ Pandu Wicaksono, "Perlakuan Pajak Digital Economy", (Seminar, Ikatan Akuntan Indonesia Direktorat Jenderal Pajak, Jakarta, 5 Mei, 2020)



Kegiatan ini biasa dilakukan pada saat-saat tertentu dan harga yang ditawarkan bisa 2 hingga 4 kali lebih murah daripada harga sebelumnya. Contoh: LivingSosial, Groupon, LaKopon.

e. *Social Media*

Social Media adalah sebuah media yang digunakan untuk melakukan kegiatan sosial secara *online* seperti mengobrol, mengirimkan pesan, mengunggah foto dan video, dan lain-lain. *Social media* merupakan salah satu opsi atau pilihan bagi para penjual untuk mempromosikan barang atau produknya. Para penjual akan mengunggah foto atau video dari produk yang akan dijual melalui *social media* dan penjual bisa menambahkan deskripsi pada kolom *caption*. Contoh: Facebook, Instagram, Twitter. Berdasarkan jenis transaksinya, *e-commerce* terbagi menjadi 5 jenis, yaitu:¹⁴

1. *Business to Business (B2B)*
2. *Business to Consumer (B2C)*
3. *Consumer to Consumer (C2C)*
4. *Consumer to Business (C2B)*
5. *Business to Administration (B2A)*

3. Tarif Pajak

Wajib pajak orang pribadi adalah orang pribadi yang menurut undang-undang telah menerima atau memperoleh penghasilan yang berasal dari Indonesia. Menurut kriterianya wajib pajak orang pribadi dibagi menjadi dua, yaitu Subjek Pajak dalam negeri dan Subjek Pajak luar negeri. Tarif yang dikenakan untuk wajib pajak orang pribadi terkait *seller online shopping*, diatur dalam PP No. 23 Tahun 2018. PP 23 Tahun 2018 pada dasarnya mengatur pengenaan PPh Final Pasal 4 Ayat (2) bagi wajib pajak yang memiliki peredaran bruto (omzet) sampai dengan 4,8 Miliar Rupiah dalam satu tahun pajak. PP tersebut mencabut PP Nomor 46 Tahun 2013 yang telah berlaku selama lima tahun sejak pemberlakuannya 1 Juli 2013. Adapun pokok-pokok perubahannya adalah sebagai berikut:¹⁵

1. Penurunan tarif PPh Final 1% menjadi 0,5% dari omzet, yang wajib dibayarkan setiap bulannya;
2. Wajib Pajak dapat memilih untuk mengikuti tarif dengan skema final 0,5%, atau menggunakan skema normal yang mengacu pada pasal 17 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.

¹⁴ Pandu Wicaksono, "Perlakuan Pajak Digital Economy", (Seminar, Ikatan Akuntan Indonesia Direktorat Jenderal Pajak, Jakarta, 5 Mei, 2020)

¹⁵ "Pemerintah Turunkan Tarif PPh Final UMKM Jadi 0,5%", <https://www.pajak.go.id/pemerintah-turunkan-tarif-pph-final-umkm-jadi-05> (25 November 2020).



3. Mengatur jangka waktu pengenaan tarif PPh Final 0,5% sebagai berikut:

- a. Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi yaitu selama 7 tahun;
- b. Bagi Wajib Pajak Badan berbentuk Koperasi, Persekutuan Komanditer, atau Firma selama 4 tahun;
- c. Bagi Wajib Pajak Badan berbentuk Perseroan Terbatas selama 3 tahun.

Apabila dalam satu tahun berjalan wajib pajak mendapatkan omzet hingga melampaui Rp 4,8 Miliar, maka wajib pajak orang pribadi dalam negeri dikenakan UU Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 17. Tarif yang dikenakan untuk WPOP dalam negeri diatur dalam UU PPh Pasal 17 atas Penghasilan Kena Pajak.

4. Kepatuhan Pembayaran Pajak

Kepatuhan perpajakan merupakan ketaatan Wajib Pajak dalam melaksanakan ketentuan perpajakan yang berlaku.¹⁶ Kepatuhan perpajakan ini diperlukan karena sebagian besar aktivitas dalam pemenuhan kewajiban perpajakan itu dilakukan oleh Wajib Pajak itu sendiri. Tingkat kepatuhan masing-masing Wajib Pajak berbeda dengan satu sama lain, sehingga dibutuhkan tingkat kepatuhan yang tinggi agar Wajib Pajak rajin melaporkan jumlah pajaknya kepada pemungut pajak. Kepatuhan perpajakan formal merupakan ketaatan Wajib Pajak dalam memenuhi ketentuan formal perpajakan.

Wajib Pajak Patuh adalah Wajib Pajak yang memiliki kesadaran mengenai hak dan pemenuhan kewajibannya sesuai dengan peraturan perpajakan yang dipahaminya dan melaksanakan pemenuhan perpajakannya dengan benar. Secara teknis Wajib Pajak disebut patuh apabila memenuhi persyaratan (PMK Nomor.129/PMK.03/2007) sebagai berikut:

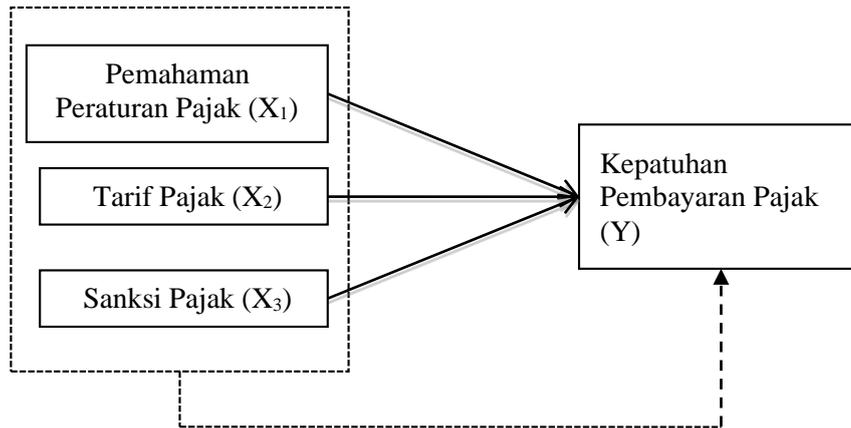
1. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT)
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak.
3. Laporan Keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau Lembaga Pengawasan Keuangan Pemerintah dengan Pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama 3 tahun berturut-turut.
4. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah memiliki kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 tahun terakhir.

¹⁶ Siti Kurnia Rahayu, *Perpajakan Konsep, Sistem, dan Implementasi Edisi Revisi* (Bandung: Rekayasa Sains, 2020), 189.

C. METODE PENELITIAN

1. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan sebuah model atau gambaran berupa konsep yang didalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut merupakan gambaran kerangka pikir yang digunakan untuk merumuskan hipotesis atas penelitian ini:



Keterangan:

1. ———→ : pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
2. - - - -> : pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

2. Hipotesis

Hipotesis penelitian bisa diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dibuat sebelumnya. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis seringkali

dikatakan hasil penelitian sementara, karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.¹⁷

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀₁: Tidak ada pengaruh signifikan secara parsial antara pemahaman peraturan pajak dengan kepatuhan pembayaran pajak.

H_{a1}: Ada pengaruh signifikan secara parsial antara pemahaman peraturan pajak dengan kepatuhan pembayaran pajak.

H₀₂: Tidak ada pengaruh signifikan secara parsial antara tarif pajak dengan

¹⁷ Hardani, et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020), 329.

kepatuhan pembayaran pajak.

Ha₂: Ada pengaruh signifikan secara parsial antara tarif pajak dengan kepatuhan pembayaran pajak.

HO₃: Tidak ada pengaruh signifikan secara parsial antara sanksi pajak dengan kepatuhan pembayaran pajak.

Ha₃: Ada pengaruh signifikan secara parsial antara sanksi pajak dengan kepatuhan pembayaran pajak.

HO₄: Tidak ada pengaruh signifikan secara simultan antara pemahaman peraturan pajak, tarif pajak dan sanksi pajak dengan kepatuhan pembayaran pajak.

Ha₄: Ada pengaruh signifikan secara simultan antara pemahaman peraturan pajak, tarif pajak dan sanksi pajak dengan kepatuhan pembayaran pajak.

3. Metode Penelitian

Secara umum, metode penelitian dibedakan menjadi dua jenis yaitu Penelitian Kuantitatif dan Penelitian Kualitatif. Metode Penelitian Kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical yang diolah dengan metode statistik, sementara Penelitian Kualitatif menekankan analisis proses berfikir secara deduktif dan induktif yang berkaitan dengan dinamika logika antar fenomena yang diamati dan menggunakan logika ilmiah.¹⁸ Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan angket secara *online* dengan menggunakan *Google Form*. Penyebaran angket dimulai pada tanggal 10 Juli 2020 dan berakhir pada tanggal 18 Juli 2020.

4. Alat Analisis yang Digunakan

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Analisis Statistik Deskriptif : Analisis statistika deskriptif merupakan salah satu bentuk analisis penelitian kuantitatif. Analisis data secara statistika deskriptif merupakan analisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data.
- b. Uji Asumsi Klasik : Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui data yang akan dianalisa tersebut layak atau tidak. Pengujian yang dilakan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.
- c. Uji Hipotesis
 1. Uji Signifikansi Parsial (Uji T) : Uji parsial (Uji t) dapat digunakan untuk menguji signifikansi rata-rata pada satu sampel. Uji ini merupakan salah satu dari bentuk statistik parametrik. Berdasarkan nilai Fhitung dan Ftabel:
 - a. Jika nilai thitung > ttabel maka variabel bebas secara simultan berpengaruh

¹⁸ Hardani, et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020), 248.



terhadap variabel terikat.

- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Berdasarkan signifikansi hasil output SPSS:

- a. Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) : Uji simultan (Uji F) pada prinsipnya bertujuan untuk menguji signifikan secara serempak atau bersama-sama semua variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} :

- a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Berdasarkan signifikansi hasil output SPSS:

- a. Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat
3. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan kemampuan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Pada penelitian ini digunakan nilai *Adjusted R Square* untuk mengukur besarnya koefisien determinasi. Jika R^2 sama dengan 1, maka angka tersebut menunjukkan garis regresi cocok dengan data secara sempurna.⁴⁴ Nilai koefisien determinasi bisa dilihat dari *R square*, dimana interpretasi dari nilai *R square* adalah sebagai berikut

- a. $< 0,10$ yaitu ketepatan variabel independen sangat rendah dalam menjelaskan variasi variabel dependen.
- b. $0,11-0,30$ yaitu ketepatan variabel independen rendah dalam menjelaskan variasi variabel dependen.
- c. $0,31-0,49$ yaitu ketepatan variabel independen cukup dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

d. $\geq 0,50$ yaitu ketepatan variabel independen tinggi dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan teknik statistika yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen (tergantung) dan variabel independen (prediktor). Tujuan dari analisis regresi berganda adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel prediktor terhadap variabel dependen, sehingga dapat memuat prediksi yang tepat. Model regresi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*)

α : Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, X_3 = 0$)

β_1-3 : Koefisien regresi yaitu masing-masing variabel independent

X_1 = Pemahaman Pajak

X_2 = Tarif Pajak

X_3 = Sanksi Pajak

e = *error term*

D. HASIL PENGOLAHAN DATA

1 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

1) Pemahaman Peraturan Pajak

Validitas Instrumen Pemahaman Peraturan Pajak

Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Taraf Signifikansi	Keterangan
Q1	0,767	0,195	0,000	Valid
Q2	0,786	0,195	0,000	Valid
Q3	0,586	0,195	0,000	Valid
Q4	0,558	0,195	0,000	Valid
Q5	0,669	0,195	0,000	Valid
Q6	0,758	0,195	0,000	Valid

Dari tabel diatas dapat diperoleh informasi semua pernyataan yang digunakan pada variabel pemahaman peraturan pajak dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan teruji validitasnya.

2) Tarif Pajak

Validitas Instrumen Tarif Pajak

Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Taraf Signifikansi	Keterangan
Q1	0,692	0,195	0,000	Valid
Q2	0,782	0,195	0,000	Valid
Q3	0,707	0,195	0,000	Valid
Q4	0,780	0,195	0,000	Valid

Dari tabel diatas dapat diperoleh informasi semua pernyataan yang digunakan pada variabel tarif pajak dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan teruji validitasnya

3) Sanksi Pajak

Validitas Instrumen Sanksi Pajak

Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Taraf Signifikansi	Keterangan
Q1	0,652	0,195	0,000	Valid
Q2	0,753	0,195	0,000	Valid
Q3	0,789	0,195	0,000	Valid
Q4	0,719	0,195	0,000	Valid
Q5	0,724	0,195	0,000	Valid

Dari tabel diatas dapat diperoleh informasi semua pernyataan yang digunakan pada variabel sanksi pajak dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan teruji validitasnya

4) Kepatuhan Pembayaran Pajak

Validitas Instrumen Kepatuhan Pembayaran Pajak

Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Taraf Signifikansi	Keterangan
Q1	0,751	0,195	0,000	Valid
Q2	0,651	0,195	0,000	Valid
Q3	0,870	0,195	0,000	Valid
Q4	0,780	0,195	0,000	Valid
Q5	0,888	0,195	0,000	Valid
Q6	0,892	0,195	0,000	Valid
Q7	0,834	0,195	0,000	Valid
Q8	0,631	0,195	0,000	Valid

Dari tabel diatas dapat diperoleh informasi semua pernyataan yang digunakan pada variabel kepatuhan pembayaran pajak dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan teruji validitasnya

b. Uji Reabilitas

1) Pemahaman Peraturan Pajak

Hasil Uji Reabilitas Pemahaman Peraturan Pajak

Item Pernyataan	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Cronbach's Alpha	Keterangan
Q1	0,684	0,60	Reliabel
Q2	0,674	0,60	Reliabel
Q3	0,770	0,60	Reliabel
Q4	0,779	0,60	Reliabel
Q5	0,714	0,60	Reliabel
Q6	0,685	0,60	Reliabel

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel pemahaman peraturan pajak $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa semua data yang ada pada setiap item reliabel.

2) Tarif Pajak

Hasil Uji Tarif Pajak

Item Pernyataan	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Cronbach's Alpha	Keterangan
Q1	0,699	0,60	Reliabel
Q2	0,619	0,60	Reliabel
Q3	0,679	0,60	Reliabel
Q4	0,651	0,60	Reliabel

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel tarif pajak $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa semua data yang ada pada setiap item reliabel.

3) Sanksi Pajak

Hasil Uji Sanksi Pajak

Item Pernyataan	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Cronbach's Alpha	Keterangan
Q1	0,758	0,60	Reliabel
Q2	0,718	0,60	Reliabel
Q3	0,700	0,60	Reliabel
Q4	0,739	0,60	Reliabel
Q5	0,751	0,60	Reliabel

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel sanksi pajak $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa semua data yang ada pada setiap item reliabel.

4) Kepatuhan Pembayaran Pajak

Hasil Uji Kepatuhan Pembayaran Pajak

Item Pernyataan	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Cronbach's Alpha	Keterangan
Q1	0,905	0,60	Reliabel
Q2	0,918	0,60	Reliabel
Q3	0,894	0,60	Reliabel
Q4	0,903	0,60	Reliabel
Q5	0,892	0,60	Reliabel
Q6	0,892	0,60	Reliabel
Q7	0,896	0,60	Reliabel
Q8	0,910	0,60	Reliabel

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel kepatuhan pembayaran pajak > 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa semua data yang ada pada setiap item reliabel.

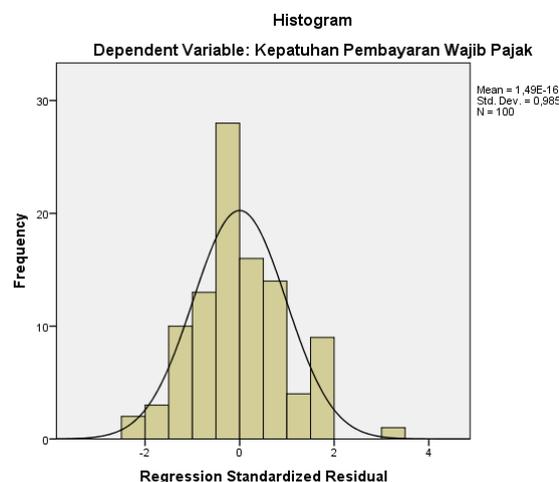
c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Analisis Statistik Deskriptif

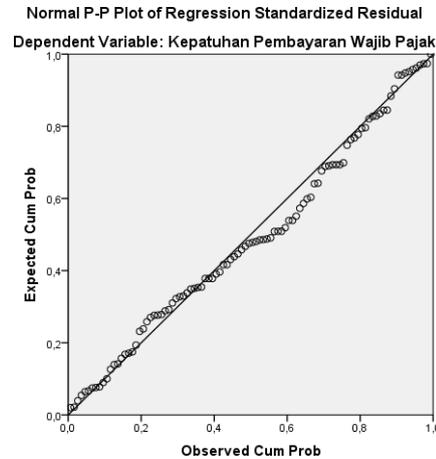
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemahaman Peraturan Pajak	100	12	30	20,84	4,022
Tarif Pajak	100	7	20	12,84	2,707
Sanksi Pajak	100	5	25	17,81	3,363
Kepatuhan Pembayaran Pajak	100	14	35	24,51	4,560
Valid N (listwise)	100				

2) Uji Normalitas



Menurut grafik histogram diatas, dapat dilihat bahwa grafik tersebut berbentuk lonceng, simetris dan dapat diperluas lebih jauh lagi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini berdistribusi secara normal



Gambar 4.9
Grafik P-Plot

Berdasarkan grafik P-Plot diatas, dapat dilihat bahwa penyebaran titik-titik pada grafik disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini memenuhi kriteria distribusi normal.

Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,18754354
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,081
	Negative	-,047
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,108 ^c

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

3) Uji Multikolinearitas

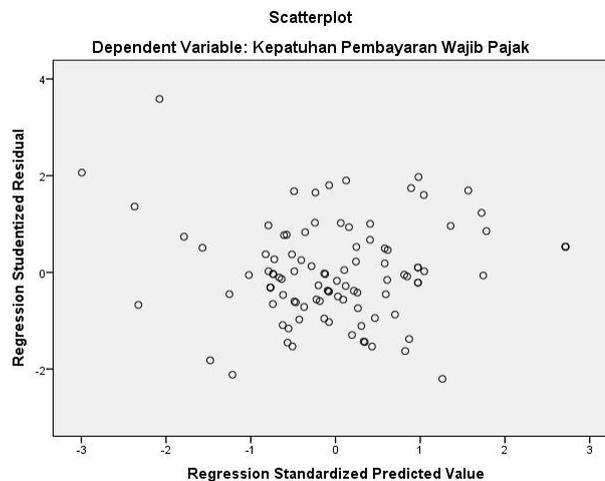
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pemahaman Peraturan Pajak	,543	1,843
Tarif Pajak	,469	2,133
Sanksi Pajak	,626	1,598

a. Dependent Variable: Kepatuhan Pembayaran Pajak

Bisa dilihat pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk pemahaman peraturan pajak sebesar 0,543, tarif pajak sebesar 0,469, dan sanksi pajak sebesar 0,626. Nilai VIF dari pemahaman peraturan pajak sebesar 1,843, tarif pajak sebesar 2,133, dan sanksi pajak sebesar 1,598. Nilai tersebut memenuhi syarat pada uji multikolinearitas karena jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian ini.

4) Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar *scatterplot* diatas, terlihat penyebaran titik-titik yang diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

5) Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji *Adjusted R²*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,715 ^a	,511	,496	3,237

a. Predictors: (Constant), Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak

b. Dependent Variable: Kepatuhan Pembayaran Pajak

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa *Adjusted R Square* bernilai 0,496 atau sama dengan 49,6%. Artinya variabel independen pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, dan sanksi pajak berpengaruh sebesar 49,6% terhadap variabel dependen kepatuhan pembayaran pajak, serta sisanya 50,4% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan model regresi berganda adalah:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + e$$

Keterangan:

Y = Kepatuhan pembayaran pajak

α = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel independen

X₁ = Pemahaman Pajak

X₂ = Tarif Pajak

X₃ = Sanksi Pajak

e = *error term*

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,966	2,001		2,482	,015
1 Pemahaman Peraturan Pajak	,244	,11	,215	2,224	,028
Tarif Pajak	,394	,176	,234	2,247	,027
Sanksi Pajak	,527	,122	,389	4,311	,000

a. Dependent Variable: Kepatuhan Pembayaran Pajak

Berdasarkan pada tabel diatas, maka diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,966 + 0,244 X_1 + 0,394 X_2 + 0,527 X_3 + \dots + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas, dapat dilihat besar konstanta penelitian ini adalah 4,966. Hal ini menyatakan bahwa apabila variabel independen X_1 , X_2 , dan X_3 bernilai 0, maka nilai variabel dependen kepatuhan pembayaran pajak sebesar 4,966. Apabila setiap kenaikan satu satuan pada pemahaman peraturan pajak, maka kepatuhan pembayaran pajak naik sebesar 0,244. Setiap kenaikan satu satuan pada tarif pajak, maka kepatuhan pembayaran pajak naik sebesar 0,394. Setiap kenaikan satu satuan pada sanksi pajak, maka kepatuhan pembayaran pajak naik sebesar 0,527.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial t

Hasil Uji Parsial t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,966	2,001		2,482	,015
Pemahaman Peraturan Pajak	,244	,11	,215	2,224	,028
Tarif Pajak	,394	,176	,234	2,247	,027
Sanksi Pajak	,527	,122	,389	4,311	,000

a. Dependent Variable: Kepatuhan Pembayaran Pajak

b. Uji Simultan F

Hasil Uji Simultan F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1053,107	3	351,036	33,502	,000 ^b
Residual	1005,883	96	10,478		
Total	2058,99	99			

a. Dependent Variable: Kepatuhan Pembayaran Pajak

b. Predictors: (Constant), Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak



E. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengolahan uji parsial t menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,224 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,028 < 0,05$ yang memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara pemahaman peraturan pajak dengan kepatuhan pembayaran pajak. Ini menunjukkan bahwa *seller online shop* sudah mengetahui peraturan pajak yang berlaku. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisyah Ratnasari, Budiastuti Fatkar dan Dwi Putri Ariyanti (2020), Rifa Arbangatin Hasanah (2016), Anis Latifah Kusumawardani (2019) serta Luh Putu Gita dan Naniek Noviari (2019) yang menyatakan bahwa pemahaman peraturan pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan pembayaran pajak. Hal ini sejalan dengan pertimbangan dalam PMK 210/PMK.010/2018 poin b. bahwa dengan adanya model transaksi perdagangan melalui system elektronik (*e-commerce*), perlu lebih memudahkan pemenuhan kewajiban perpajakan bagi pelaku usaha perdagangan melalui system elektronik (*e-commerce*) sehingga para pelaku usaha dapat menjalankan hak dan kewajiban perpajakan dengan mudah sesuai model transaksi yang digunakan.

Dapat disimpulkan bahwa semakin wajib pajak memahami peraturan pajak yang berlaku, maka semakin meningkat pula kepatuhan pembayaran pajak yang kemudian akan meningkatkan penerimaan pajak untuk negara. Tingkat kepatuhan yang semakin meningkat ini juga didukung dengan laporan kinerja direktorat jenderal pajak tahun 2019 yang menunjukkan adanya peningkatan realisasi penerimaan pajak dari tahun 2016 hingga tahun 2019.¹⁹

2. Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengolahan uji parsial t menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,247 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$ yang memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara tarif pajak dengan kepatuhan pembayaran pajak. Ini menunjukkan bahwa *seller online shopping* telah mengetahui tarif pajak yang dikenakan untuk pembayaran pajak. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febirizki Damayanty Prawagis, Zahroh Z.A dan Yuniadi Mayowan (2016) dan Luh Putu Gita dan Naniek Noviari (2019) yang menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan pembayaran pajak. Dari hasil penelitian yang mereka lakukan, didapatkan kesimpulan bahwa dengan menggunakan

¹⁹ Direktorat Jenderal Pajak, *Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak 2019*, (Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2020), 38.



tarif pajak 1%, maka perhitungan untuk pembayaran pajak akan semakin mudah. Selain itu, jika tarif pajak yang diberikan semakin adil, maka tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM akan semakin meningkat. Kesimpulan ini sejalan dengan pertimbangan dalam PMK No 210/Nomor.010/2018 poin a. bahwa dengan meningkatnya transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*), perlu menjaga perlakuan yang setara antara perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) dan perdagangan konvensional.

Jadi dapat diambil kesimpulan, bahwa semakin wajib pajak mengetahui jumlah tarif pajak *e-commerce* yang berlaku dan mengetahui adanya kesetaraan atau jumlah yang adil dengan perdagangan konvensional, maka semakin meningkat pula kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian oleh Rifa Arbangatin Hasanah (2016) dan Anis Latifah Kusumawardani (2019). Penelitian yang dilakukan oleh Rifa Arbangatin Hasanah mengacu pada PP No 46 Tahun 2013 dengan tarif pajak 1% untuk pendapatan omzet usaha per tahun hingga Rp 4,8 Miliar. Rifa berkesimpulan bahwa dengan tarif pajak 1% masih belum terasa adil bagi wajib pajak yang memiliki omzet rendah per tahunnya dan memberatkan wajib pajak. Maka dari itu, pemerintah mengeluarkan PP No 23 Tahun 2018 sebagai pengganti PP No 46 Tahun 2013 dengan tarif pajak 0,5% untuk pendapatan omzet usaha per tahun hingga Rp 4,8 Miliar.

3. Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengolahan uji parsial t menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,311 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara sanksi pajak dengan kepatuhan pembayaran pajak. Ini menunjukkan bahwa *seller online shop* telah mengetahui sanksi pajak yang berlaku apabila terjadi keterlambatan dalam pelaporan pajak. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putut Priambodo (2017), Nadwatul Khoiroh (2017), Putu Rara Susmita dan Ni Luh Supadmi (2016), serta Luh Putu Gita dan Naniek Noviani (2019) yang menyatakan bahwa sanksi pajak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini mencerminkan bahwa sebuah sanksi atau hukuman membuat seseorang menjadi lebih patuh dengan peraturan yang telah dibuat. Dapat diambil kesimpulan, semakin wajib pajak mengetahui sanksi pajak yang berlaku, baik sanksi pidana, administrasi maupun bunga, maka semakin meningkat pula kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak.



4. Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengolahan uji simultan F menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $33,502 > 2,700$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara pemahaman peraturan pajak, tarif pajak dan sanksi pajak dengan kepatuhan pembayaran pajak. Lalu dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi, dimana nilai *R Square* sebesar 0,511, hal ini menandakan bahwa variabel pemahaman peraturan pajak, tarif pajak dan sanksi pajak berpengaruh sebesar 49,6% terhadap kepatuhan pembayaran pajak. Sementara 50,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel diluar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Direktorat Jenderal Pajak, 2020, *Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak 2019*, Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Jakarta.
- Edi Riadi, 2015, Edisi 25, *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*, ANDI, Yogyakarta.
- Hardani, Nur Hikmatul A., Helmina Andriani, Roushandy Asri F., Jumari Ustiauwaty, Evi Fatmi U., Dhika Juliana S., Ria Rahmatul I., 2020, Cetakan I, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, CV. Pustaka Ilmu Group, Yogyakarta.
- Imam Ghozali, 2016, Edisi 8, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Mardiasmo, 2019, *Perpajakan - Edisi 2019*, ANDI, Yogyakarta.
- Nia Anggraini R., Adam Luthfi K., Zumrotul Ilmiyah, Tri Sutarsih, Gusnisa Siswayu, Adriyani Syakilah, 2019, *Statistik E-Commerce 2019*, Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Pandu Wicaksono, 2020, *Perlakuan Pajak Digital Economy*, Ikatan Akuntan Indonesia Direktorat Jenderal Pajak, Jakarta.
- Priyono, 2016, Edisi Revisi 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ZIFATAMA PUBLISHING, Surabaya.
- Rina Novianty A., Siti Noni E., 2018, Edisi 1, *Metode Kuantitatif Praktis*, PT. Bima Pratama Sejahtera, Bandung.
- Rusydi Ananda, Muhammad Fadhli, 2018, Edisi 1, *Statistik Pendidikan (Teori Dan Praktik Dalam Pendidikan)*, CV Widya Puspita, Medan.
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, 2015, *Dasar Metodologi Penelitian*, Literasi Media Publishing, Kediri.
- Siti Kurnia R., 2020, Edisi Revisi, *Perpajakan Konsep Sistem, dan Implementasi*, Rekayasa Sains, Bandung.
- Siti Resmi, 2014, Edisi 4, *Perpajakan Teori dan Kasus*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2007, *Statistika Untuk Penelitian*, CV ALFABETA, Bandung.
- Vivi Herlina, 2019, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Agus Tri Haryanto, 2020, *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> ,(11 April 2020).
- Dwi Hadya Jayani, 2019, *Berapa Pengguna Internet di Indonesia?*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia> ,(11 April 2020).
- Dwi Hadya Jayani, 2019, *Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023> (11 April 2020)



-
- Edi Suwiknyo, 2019, *Kemenkeu Keluarkan Aturan Pencabutan E-Commerce*, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190415/259/912120/kemenkeu-keluarkan-aturan-pencabutan-e-commerce> ,(22 November 2020).
- Rani Maulida, 2018, *Sistem Pemungutan Pajak di Indonesia*, <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak-pribadi/sistem-pemungutan-pajak> ,(20 Oktober 2020).
- Pemerintah Turunkan Tarif PPh Final UMKM Jadi 0,5%*, <https://www.pajak.go.id/pemerintah-turunkan-tarif-pph-final-umkm-jadi-05> ,(25 November 2020).
- Sejarah E-Commerce Indonesia: Apa yang telah dan akan terjadi?*, <https://www.kompasiana.com/www.bhinneka.com/59b25877085ea65943594dc2/sejarah-e-commerce-indonesia-apa-yang-telah-dan-akan-terjadi?page=all> (5 Desember 2020)
- <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> ,(11 April 2020)
- <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-ketentuan-pajak-bagi-pelaku-e-commerce/> ,(11 April 2020)
- <https://pajak.go.id/id/undang-undang-nomor-16-tahun-2009> ,(24 April 2020)
- <https://kbbi.web.id/sanksi> ,(25 Mei 2020)
- PMK No 210/Nomor.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce)
- PP Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008, PPh Pasal 17 tentang tarif yang digunakan untuk menghitung [Penghasilan Kena Pajak](#)