



Original Article

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce di Kota Medan

Togap Intan Sri Dewi^{1✉}, Minda Muliana Sebayang², Linda Lores³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Medan.

Correspondence Author: togapintansdm@gmail.com[✉]

Abstract:

The development of e-commerce in Indonesia grows rapidly, so it is expected to increase the potential tax that will be obtained by the country. However, tax compliance is a challenge, especially because Indonesia implements a self-assessment system to collect taxes, where taxpayers calculate, pay, and report their own taxes. As per attribution theory, e-commerce tax compliance can be caused by both internal and external factors. Therefore, a study was conducted with an associative approach, to analyze several factors that affect e-commerce taxpayer compliance. This study is a quantitative research, using primary data, namely by distributing questionnaires to as many as 90 respondents. Sampling was carried out using a purposive sampling approach from 735 e-commerce sellers in Medan City, which are the population in this study. The data was processed using Microsoft Excel and SPSS apps, and analyzed by multiple linear regression tests. The results of this study show that Tax Knowledge, Taxpayer Awareness, Tax Counseling, Tax Rates, and Tax Sanctions partially and simultaneously have an influence on E-commerce Taxpayer Compliance in Medan City.

Keywords: Tax Knowledge, Taxpayer Awareness, Tax Counseling, Tax Rates, and Tax Sanctions

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat membawa perubahan yang cukup signifikan dalam perkembangan *e-commerce* di Indonesia, termasuk di kota Medan. Sama halnya dengan perdagangan konvensional, pemerintah memiliki kewenangan untuk memastikan kepatuhan wajib pajak bagi pelaku usaha *e-commerce* di Indonesia (Kurniawati & Kholis, 2022). Sebagai negara yang menganut *self assessment*, kepatuhan pajak menjadi salah satu faktor penting dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan. Pasalnya, dalam sistem *self assessment*, pemerintah memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung,



<https://jurnal.usk.ac.id/riwayat>

menyetor, dan melaporkan sendiri kewajiban perpajakannya (Yuliani et al., 2023).

Berdasarkan data dan laporan dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Wilayah Sumatera Utara, jumlah pelaku e-commerce di Kota Medan terus meningkat setiap tahun. Namun, tingkat kepatuhan pelaporan pajak dari pelaku usaha di sektor ini masih relatif rendah. Misalnya, pada tahun 2023, hanya sekitar 23,7% dari estimasi 9.000 pelaku e-commerce yang terdaftar sebagai wajib pajak aktif, dan bahkan hanya 13,2% yang rutin menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT). Hal ini menunjukkan adanya ketimpangan antara jumlah pelaku usaha e-commerce yang berkembang pesat dengan tingkat kepatuhan perpajakan mereka. Rendahnya tingkat kepatuhan pajak ini menjadi masalah karena berpotensi mengurangi penerimaan negara dari sektor yang sebenarnya memiliki kontribusi besar dalam perekonomian digital. Menurut Yuliani et al. (2023), kepatuhan wajib pajak bisa terjadi karena dipengaruhi oleh faktor internal, yaitu faktor yang muncul dari dalam diri wajib pajak itu sendiri, dan juga faktor eksternal, yaitu faktor yang muncul dari luar wajib pajak. Faktor internal meliputi pengetahuan perpajakan dan kesadaran wajib pajak. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa usaha-usaha yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak, seperti melakukan sosialisasi perpajakan, menetapkan tarif pajak, dan memberlakukan sanksi pajak.

Pengetahuan perpajakan adalah langkah pertama menuju kepatuhan karena akan memberikan wajib pajak dana yang diperlukan untuk menumbuhkan rasa kepatuhan (Sapitri, A. & Ridhah, H., 2024). Pengetahuan perpajakan merupakan usaha bagi wajib pajak untuk dapat mengetahui dan memahami tentang perpajakan, serta menerapkannya untuk melangsungkan pembayaran pajak. Wajib pajak yang minim akan pengetahuan perpajakan seharusnya cenderung tidak taat akan kewajiban perpajakan (Haryanti, M. D. et al., 2022). Namun menurut Nadiyah, P. T. et al. (2021), pengetahuan perpajakan yang dimiliki oleh wajib pajak dari latar belakang pendidikan tidak menjamin wajib pajak untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Faktor internal lainnya adalah kesadaran wajib pajak, yaitu suatu keadaan di mana wajib pajak memiliki keinginan untuk membayarkan pajak. Sistem pemungutan pajak self assesment memberikan tanggung jawab yang besar kepada masing-masing wajib pajak untuk melakukan kewajiban perpajakannya, sehingga diharapkan apabila kesadaran wajib pajak tinggi, maka kepatuhan wajib pajaknya akan meningkat (Sinaga, Indah et al., 2023). Sedangkan menurut Sapitri, A. & Ridhah, H., (2024), kesadaran wajib pajak tidak memengaruhi kepatuhan wajib pajak pengguna e-commerce. Di lain sisi, pemerintah juga telah melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, seperti melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang perpajakan, menetapkan tarif pajak, dan memberlakukan sanksi yang tegas terhadap wajib pajak yang tidak patuh. Sosialisasi perpajakan dilakukan dengan tujuan agar dalam pelaksanaan pembayaran, para wajib pajak sudah mengetahui tata cara melakukan pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku, sehingga tingkat kepatuhan wajib pajak akan semakin bertambah (Adawiyah, R. et al., 2023). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yahya, D.Y. et al. (2024), yang menemukan bahwa para wajib pajak masih kurang mengerti dengan sosialisasi perpajakan sehingga sosialisasi yang dilakukan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Maka, diharapkan sosialisasi perpajakan yang dilakukan mampu menjelaskan pentingnya membayar pajak, berapa besaran tarif pajak, dan sanksi pajak guna meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak.

Tarif pajak menjadi dasar dalam pengenaan pajak atas objek pajak yang

menjadi tanggung jawab wajib pajak. Biasanya sudah ditentukan oleh pemerintah berupa persentase (Dewi et al., 2020). Tarif pajak berfungsi sebagai alat pengukur yang adil dan proporsional dalam menentukan kontribusi pajak dari wajib pajak kepada pemerintah, maka kebijakan tarif pajak yang sederhana dan terjangkau mampu mendorong wajib pajak semakin patuh membayar pajak secara sukarela. (Jamilah, W. & Rahma, Y., 2025). Selain menentukan tarif pajak, pemerintah juga memberikan sanksi bagi para wajib pajak yang melanggar. Tujuan dari pemberian sanksi perpajakan adalah untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya (Sapitri, A. & Ridhah, H., 2024). Tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puteri, M. A. & Lestari, T. U. (2023) yang menyatakan bahwa sanksi pajak tidak memengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce di kota Medan. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pemerintah kota Medan agar dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak sehingga pemerintah akan memperbaiki kebijakan dan regulasi pajak e-commerce guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Selain itu, diharapkan juga dengan penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran pelaku usaha e-commerce agar semakin patuh dalam memenuhi kewajiban sebagai wajib pajak.

Hipotesis

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Pengetahuan mengenai perpajakan meliputi pemahaman terhadap informasi pajak, peraturan perpajakan, tata cara penghitungan dan pembayaran pajak (Nugrahani, R. & Suryaningrum, S., 2023). Pengetahuan perpajakan yang kurang dapat menyebabkan wajib pajak tidak memahami dengan baik aturan dan kewajiban pajak yang harus dipenuhi (Lesmana, A. N. R. et al., 2024). Menurut Haryanti, M. D. et al. (2022), pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadiyah, P. T. et al. (2021), yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce.

H1: Pengetahuan Perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Dari segi teori kepatuhan, seseorang yang menyadari kewajiban perpajakannya akan melaksanakan komitmen sebagai wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan. Apabila kesadaran wajib pajak meningkat, diharapkan tingkat pemenuhan kewajiban perpajakannya selaras mengikuti sehingga akan memengaruhi peningkatan kepatuhan (Yulia, et al., 2020). Menurut Sinaga, Indah et al. (2023), kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Sedangkan, menurut Sapitri, A. & Ridhah, H., (2024), kesadaran wajib pajak tidak memengaruhi kepatuhan wajib pajak pengguna e-commerce.

H2: Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap

Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Berdasarkan teori perilaku terencana (Theora of Planned Behavior), pemungutan pajak dan sosialisasi perpajakan menggabungkan prinsip-prinsip keyakinan normatif yang dimaknai sebagai motivasi berasal dari luar diri orang lain. Dengan dilaksanakannya sosialisasi perpajakan, setiap wajib pajak akan mampu mengetahui secara luas perihal ketentuan UU pajak yang berlaku, sehingga akan memengaruhi kepatuhan wajib pajak e-commerce untuk membayar pajak mereka (Zakia, F. A. et al., 2022). Dari penelitian yang dilakukan oleh Tarigan, K. & Angelica, F. (2024) menemukan bahwa sosialisasi perpajakan terbukti berperan secara signifikan dalam meningkatkan kepatuhan pajak. Sedangkan, menurut Yahya, D.Y. et al. (2024) sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

H3: Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Laffer curve theory yang menyatakan bahwa semakin rendah tarif pajak, semakin patuh wajib pajak. Pemerintah dapat melakukan upaya yang efektif untuk meningkatkan kepatuhan pajak dengan melakukan penyederhanaan peraturan perpajakan, termasuk dalam hal ini adalah tarif pajak (Manrejo, S. & Markonah, M., 2023:95). Penelitian yang dilakukan oleh Jamilah, W. & Rahma, Y. (2025) menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinaga, Indah et al. (2023) menemukan bahwa tarif pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce.

H4: Tarif Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Komponen ketiga dari Theory of Planned Behaviour, yaitu Control Beliefs adalah keyakinan mengenai adanya faktor-faktor yang mendukung maupun menghalangi dari tindakan yang ditunjukkan serta persepsi dari faktor tersebut. Kepatuhan wajib pajak dapat diamati dengan dasar persepsi wajib pajak perihal seberapa kuat sanksi perpajakan tersebut akan mempengaruhi keputusan mereka dalam memenuhi kewajiban pajak mereka (Nasiroh, D. & Afqoh, N. W., 2022). Menurut Sapitri, A. & Ridhah, H. (2024) pemberian sanksi perpajakan bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Namun menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Puteri, M. A. & Lestari, T. U. (2023) sanksi pajak tidak memengaruhi kepatuhan wajib pajak e-commerce.

H5: Sanksi Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen, yaitu pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan sanksi pajak terhadap variabel dependen, yaitu kepatuhan wajib pajak. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak yang merupakan pelaku usaha e-commerce yang terdapat di kota Medan, yaitu sebanyak 735 wajib pajak e-commerce. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling sampel, yaitu sebanyak 90 wajib pajak. Data yang digunakan adalah data primer, yang didapatkan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis.

Hasil

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung pada setiap butir pertanyaan terhadap nilai rtabel. Data dikatakan valid apabila rhitung > rtabel.

Tabel 1
Tabel Uji Validitas

Variabel	Butir pernyataan	Rhitung	Rtabel
Pengetahuan Perpajakan (X1)	Pernyataan 1	0,630	0,174
	Pernyataan 2	0,729	0,174
	Pernyataan 3	0,586	0,174
	Pernyataan 4	0,640	0,174
	Pernyataan 5	0,686	0,174
	Pernyataan 6	0,503	0,174
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	Pernyataan 1	0,487	0,174
	Pernyataan 2	0,539	0,174
	Pernyataan 3	0,485	0,174
	Pernyataan 4	0,625	0,174
	Pernyataan 5	0,655	0,174
	Pernyataan 6	0,648	0,174
	Pernyataan 7	0,632	0,174
	Pernyataan 8	0,579	0,174
Sosialisasi Perpajakan (X3)	Pernyataan 1	0,783	0,174
	Pernyataan 2	0,685	0,174
	Pernyataan 3	0,747	0,174
	Pernyataan 4	0,736	0,174
Tarif Pajak(X4)	Pernyataan 1	0,664	0,174
	Pernyataan 2	0,738	0,174
	Pernyataan 3	0,629	0,174
	Pernyataan 4	0,730	0,174
	Pernyataan 5	0,721	0,174

Variabel	Butir pernyataan	Rhitung	Rtabel
	Pernyataan 6	0,590	0,174
Sanksi Pajak (X5)	Pernyataan 1	0,759	0,174
	Pernyataan 2	0,638	0,174
	Pernyataan 3	0,734	0,174
	Pernyataan 4	0,625	0,174
	Pernyataan 5	0,742	0,174
	Pernyataan 6	0,780	0,174
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Pernyataan 1	0,664	0,174
	Pernyataan 2	0,741	0,174
	Pernyataan 3	0,524	0,174
	Pernyataan 4	0,705	0,174

Sumber : Data Olahan SPSS (2025).

Berdasarkan tabel 1 di atas, setiap item pernyataan memiliki nilai rhitung yang lebih besar dari nilai rtabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan data dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai pada hasil olahan SPSS. Menurut Sari, D. et al. (2021), suatu data dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel 2
Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Pengetahuan Perpajakan (X1)	0,684
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	0,719
Sosialisasi Perpajakan (X3)	0,719
Tarif Pajak(X4)	0,759
Sanksi Pajak (X5)	0,805
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,729

Sumber: Data Olahan SPSS

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel reliabel, di mana nilai Cronbach's Alpha setiap variabel lebih dari 0,60.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk menguji hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan lima variabel independen dan satu variabel dependen.

Tabel 3
Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2,819	2,486		-1,134	,260		
Pengetahuan Perpajakan	,215	,074	,289	2,918	,005	,655	1,527
Kesadaran Wajib Pajak	,146	,053	,262	2,743	,007	,704	1,421
Sosialisasi Perpajakan	,244	,096	,206	2,539	,013	,973	1,028
Tarif Pajak	,115	,055	,182	2,082	,040	,835	1,198
Sanksi Pajak	,092	,036	,212	2,526	,013	,906	1,103

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: Data Olahan SPSS

Berdasarkan hasil pada Tabel 4 di atas, dapat dirumuskan persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -2,819 + 0,215X_1 + 0,146X_2 + 0,244X_3 + 0,115X_4 + 0,092X_5$$

Persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

1. Konstanta bernilai (-2,819), artinya jika Pengetahuan Perpajakan (X₁), Kesadaran Wajib Pajak (X₂), Sosialisasi Perpajakan (X₃), Tarif Pajak (X₄), dan Sanksi Pajak (X₅) dianggap 0 atau tidak memiliki pengaruh, maka Kepatuhan Wajib Pajak (Y) bernilai (-2,819).
2. Koefisien X₂ bernilai positif sebesar 0,146, artinya setiap kenaikan Kesadaran Wajib Pajak (X₂) sebanyak satu unit, maka Kepatuhan Wajib Pajak (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,146, begitu juga sebaliknya.
3. Koefisien X₃ bernilai positif sebesar 0,244, artinya setiap kenaikan Sosialisasi Perpajakan (X₃) sebanyak satu unit, maka Kepatuhan Wajib Pajak (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,244, begitu juga sebaliknya.
4. Koefisien X₄ bernilai positif sebesar 0,115, artinya setiap kenaikan Tarif Pajak (X₄) sebanyak satu unit, maka Kepatuhan Wajib Pajak (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,115, begitu juga sebaliknya.
5. Koefisien X₅ bernilai positif sebesar 0,092, artinya setiap kenaikan Sanksi Pajak (X₅) sebanyak satu unit, maka Kepatuhan Wajib Pajak (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,092, begitu juga sebaliknya.

Hasil Uji Hipotesis Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji hubungan atau pengaruh antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan lima variabel

independen, yaitu jika Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi Pajak, serta satu variabel dependen yaitu Kepatuhan Wajib Pajak.

Tabel 4
Tabel Uji t
Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,819	2,486		-1,134	,260		
	Pengetahuan Perpajakan	,215	,074	,289	2,918	,005	,655	1,527
	Kesadaran Wajib Pajak	,146	,053	,262	2,743	,007	,704	1,421
	Sosialisasi Perpajakan	,244	,096	,206	2,539	,013	,973	1,028
	Tarif Pajak	,115	,055	,182	2,082	,040	,835	1,198
	Sanksi Pajak	,092	,036	,212	2,526	,013	,906	1,103

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: Data Olahan SPSS

Pada penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,1, maka nilai t tabel adalah 1,66. Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi < 0,1, dan t hitung > 1,66. Maka, berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan:

1. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
Diketahui bahwa t hitung > t tabel, yakni $2,918 > 1,66$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,005. Maka, H1 diterima, yang berarti Pengetahuan Perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
2. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
Diketahui bahwa t hitung > t tabel, yakni $2,743 > 1,66$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,007. Maka, H2 diterima, yang berarti Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
3. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
Diketahui bahwa t hitung > t tabel, yakni $2,539 > 1,66$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,013. Maka, H3 diterima, yang berarti Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
4. Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
Diketahui bahwa t hitung > t tabel, yakni $2,082 > 1,66$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,040. Maka, H4 diterima, yang berarti Tarif Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
5. Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
Diketahui bahwa t hitung > t tabel, yakni $2,526 > 1,66$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,013. Maka, H5 diterima, yang berarti Sanksi Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji hubungan atau pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 5
Tabel Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	155,836	5	31,167	14,389	,000 ^b
	Residual	181,953	84	2,166		
	Total	337,789	89			

a. *Dependent Variable:* Kepatuhan Wajib Pajak

b. *Predictors:* (Constant), Sanksi Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tarif Pajak, Pengetahuan Perpajakan

Sumber: Data Olahan SPSS

Nilai Ftabel pada penelitian ini adalah 2,32, berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat nilai Fhitung lebih besar daripada nilai Ftabel, yakni $14,389 > 2,32$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi Pajak secara simultan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh suatu model regresi mampu menjelaskan perubahan pada variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independen.

Tabel 6
Uji R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,679 ^a	,461	,429	1,47177

a. *Predictors:* (Constant), Sanksi Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tarif Pajak, Pengetahuan Perpajakan

b. *Dependent Variable:* Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: Data Olahan SPSS

Pada Tabel 6 adalah nilai Adjusted R Square, yang mana bernilai 0,429. Artinya, model regresi pada penelitian ini mampu menjelaskan 42% perubahan pada Kepatuhan Wajib Pajak, sedangkan 58% lagi tidak dapat dijelaskan karena ada variabel-variabel independen lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Dari hasil uji t, diketahui bahwa t hitung > t tabel, yakni $2,918 > 1,66$ dengan nilai

signifikansi sebesar 0,005. Maka, H1 diterima, yang berarti Pengetahuan Perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Haryanti, M. D. et al. (2022). Ketika seorang pelaku usaha e-commerce memiliki pengetahuan tentang mengapa ia harus membayar dan melaporkan pajaknya, bagaimana regulasi pajak e-commerce, berapa tarif pajak yang harus dibayar sebagai pelaku usaha, apa konsekuensi yang harus diterima apabila tidak membayar pajak dan melaporkan pajak, maka wajib pajak dengan sadar dan sukarela akan semakin patuh menjalankan kewajiban pajaknya.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Dari hasil uji t, diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel, yakni $2,743 > 1,66$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,007. Maka, H2 diterima, yang berarti Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sinaga, Indah et al. (2023). Sesuai dengan teori kepatuhan, seseorang yang menyadari kewajiban perpajakannya akan melaksanakan komitmen sebagai wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan. Pelaku usaha e-commerce yang menyadari pentingnya menjalankan kewajiban pajaknya dan menyadari apa dampak yang akan diterima terhadap usahanya, maka pelaku usaha e-commerce akan dengan sukarela membayar dan melaporkan pajaknya.

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Dari hasil uji t, diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel, yakni $2,539 > 1,66$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,013. Maka, H3 diterima, yang berarti Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tarigan, K. & Angellica, F. (2024). Sosialisasi dilakukan untuk memberikan informasi-informasi penting kepada masyarakat. Semakin sering diadakannya sosialisasi perpajakan kepada pelaku usaha e-commerce, semakin banyak informasi yang mereka dapatkan akan semakin menumbuhkan motivasi bagi pelaku usaha e-commerce untuk melaksanakan tanggung jawab mereka sebagai wajib pajak.

Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Dari hasil uji t, diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel, yakni $2,082 > 1,66$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,040. Maka, H4 diterima, yang berarti Tarif Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jamilah, W. & Rahma, Y. (2025). Laffer curve theory yang menyatakan bahwa semakin rendah tarif pajak, semakin patuh wajib pajak. Tarif pajak yang tinggi akan membuat pelaku usaha e-commerce memberatkan pelaku usaha dalam membayarkan kewajiban pajaknya karena kemungkinan tidak sesuai dengan kemampuan finansialnya, sehingga akan memotivasi pelaku usaha untuk tidak mematuhi peraturan pajak.

Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Dari hasil Uji t, diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel, yakni $2,526 > 1,66$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,013. Maka, H5 diterima, yang berarti Sanksi Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nasiroh, D. & Afiqoh, N. W., 2022) dan Sapitri, A. & Ridhah, H. (2024). Komponen ketiga dari Theory of Planned Behaviour, yaitu Control Beliefs menjelaskan bahwa keyakinan mengenai adanya faktor-faktor yang mendukung maupun menghalangi dari tindakan yang ditunjukkan serta persepsi dari faktor tersebut. Dalam hal ini, sanksi

pajak menjadi faktor yang menghalangi pelaku usaha e-commerce untuk melakukan ketidakpatuhan akan kewajiban pajak mereka, semakin tegas sanksi maka akan semakin memaksa wajib pajak memenuhi tanggung jawab pajaknya.

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Dari hasil Uji t, diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yakni $14,389 > 2,32$. Maka, dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi Pajak secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan berikut.

1. Pengetahuan Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce.
2. Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce.
3. Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce.
4. Tarif Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce.
5. Sanksi Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce.
6. Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi Pajak secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce.

Daftar Pustaka

- Adawiyah, et al. (2021). Pengaruh Sosialisasi dan Penerapan *E-system* Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Jagakarsa. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 8(1), 42-55.
- Dewi, S., Widyasari, & Nataherwin. (2020). Pengaruh Insentif Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 9(2), 108-124.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (X). Universitas Diponegoro.
- Haryanti, M. D. et al. (2022). Pengaruh Modernisasi Administrasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Wilayah Kabupaten Bekasi. *Jurnal Akuntansi & Perpajakan*, 3(2), 108-130.
- Imran, M. F. (2024). Criminological Examination of Physical and Psychological Violence Committed Against Children in the School Environment. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 7(1), 41-47.
- Jamilah, W., Rahma, Y. (2025). The Effect of Understanding Tax Regulations, Taxpayer Awareness, Tax Rates, and Tax Sanctions on the Compliance of Taxpayers Doing Business with the E-commerce System. *Simposium Ilmiah Akuntansi (SIA)* VI, 142-152.
- Kamila, A. C. et al. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pengetahuan Perpajakan dan Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

- Pengguna E-commerce di Bekasi. *SINOMIKA JOURNAL*, 2(4), 737-746.
- Kurniawati, L., Kholis, N. (2022). The Determinant Analysis of E-commerce Tax Payer Compliance in Surakarta: PP No. 23 of 2018. *Urecol Journal. Part B: Economics and Business*, 2(2), 80-97.
- Lesmana, A. N. R. et al. (2024). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Medan. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 2(1), 41-47.
- Manrejo, S. dan Markonah. (2022). *KEPATUHAN PAJAK: Pengetahuan, Niat dan Perilaku Membayar Pajak*. Banten: CV. AA. Rizky.
- Nadiyah, P. T. et al. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran, dan Sanksi Denda terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak pada Usaha E-commerce. *Conference on Economic and Business Innovation*, 1-14.
- Nasiroh, D., Afiqoh, N. W. (2022). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 3(2), 152-164.
- Nugrahani, R., Suryaningsum, S. (2023). Pengaruh Kesadaran, Pengetahuan Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *KOMPARTEMEN: JURNAL ILMIAH AKUNTANSI*, 21(1), 155-172.
- Puteri, M. A., Lestari, T. U. (2023). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sanksi Pajak, dan Kesadaran Pajak terhadap Kepatuhan Pengguna E-commerce dalam Melengkapi Kewajiban Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik Bisnis Online pada Marketplace Shopee di Kota Bandung). *e-Proceeding of Management*, 10(2), 1282-1290.
- Romulo, C. S., & Dalimunthe, Z. (2024). Effect of related party transaction and tax haven utilization on tax avoidance moderated by Country-by-Country reporting. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 7(1), 26-40.
- Sapitri, A., Ridhah, H. (2024). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pelaku E-commerce dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku UMKM di Kota Bukittinggi). *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(12), 2624-2639.
- Sari, D. et al. (2021). Determinants Affecting Tax Compliance. *Review of International Geographical Education (RIGEO)*, 11 (3), 1275-1283.
- Setiawati, I., Wardani, S., & Lestari, W. (2024). Development of Wordwall-based Indonesian Geographical Condition Assessment Instrument in Modipaskogo E-Book for Elementary School Students. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 7(1), 48-65.
- Sinaga, I. et al. (2023). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak yang Melakukan Usaha dengan Sistem E-commerce. *INNOVATE: Journal of Social Science Research*, 3(5), 1755-1770.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, K., Angellica, F. (2024). Pengaruh Modernisasi Sistem Perpajakan, Metode Perhitungan Pajak, Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pemilik Usaha di Platform E-commerce. *JSER: Journal of Social and Economics Research*, 6(2), 1208-1216.
- Yahya, D. Y. et al. (2024). Pengaruh Kesadaran Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Layanan E-commerce terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan. *JEMBA: Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 2(1), 22-33.
- Yulia, Y. et al. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendidikan dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada UMKM di Kota Padang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi)*, 1(4), 305-310.
- Yuliani, D. I, et al. (2023). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Teknologi Informasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-commerce. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(3), 649-656.
- Zakia, F. A. et al. (2022). Analisis Tingkat Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran

Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Pemungutan Pajak UMKM E-commerce terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus pada Pemilik Usaha UMKM E-commerce di Kota Kudus). *ProBank: Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 7(2), 208-218