

Pengaruh Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Penerapan PPh Serta PPN dan Tingkat Pendapatan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce (Studi Kasus Pada Pelaku E-Commerce Di Kota Tangerang)

Ravika Maha Dewi^{1)*}, Susanto Wibowo²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Banten Indonesia

¹⁾ravikahyun01@gmail.com

²⁾susanto.wibowo@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan
Pelayanan Fiskus
Penerapan PPh Serta PPN
Tingkat Pendapatan

Abstrak

Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner dan beberapa dokumentasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode convenience sampling sebanyak 96 responden. Pengolahan analisis data menggunakan program SPSS 25 dengan uji statistik deksriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan tidak berpengaruh signifikan, Pelayanan Fiskus tidak berpengaruh signifikan, Penerapan PPh Serta PPN berpengaruh signifikan dan Tingkat Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce.

I. PENDAHULUAN

Hampir setiap aspek kehidupan masyarakat tidak lepas dari teknologi. Teknologi berkembang pada tingkat yang lebih tinggi untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari, termasuk Indonesia. Dan internet telah menjadi salah satu bagian terpenting dari perkembangan teknologi saat ini. Perkembangan teknologi saat ini tidak terlepas dari internet sebagai salah satu cara untuk mempermudah pekerjaan. Selama ini dunia internet memesonakan semua kalangan, keberadaannya dianggap biasa dan sudah menjadi kebutuhan pokok sebagian masyarakat.

* Corresponding author

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 persen dari total jumlah penduduk Indonesia yang saat ini mencapai 262 juta jiwa. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 10,56 juta jiwa dari hasil survei pada tahun sebelumnya. Sementara jumlah pengguna internet di tahun 2016 sebesar 132,7 juta jiwa (surabaya.tribunnews.com, 2019). Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mayoritas pengguna internet sebanyak 72,41 persen masih dari kalangan urban. Pemanfaatannya sudah lebih jauh, bukan hanya untuk berkomunikasi tetapi juga membeli barang, memesan transportasi, hingga berbisnis dan berkarya. Hasil survei APJII tahun 2017 menunjukkan sebanyak 49,52 persen pengguna internet di tanah air adalah mereka yang berusia 19 hingga 34 tahun.

Seiring perkembangan teknologi dan informasi, kini berbagai transaksi perdagangan barang atau jasa dapat dilakukan secara online. Berkembangnya perdagangan secara online didasarkan atas kemudahan bagi pelaku bisnis dalam mempromosikan barangnya serta tidak memerlukan biaya yang lebih karena tidak dibutuhkan adanya toko secara fisik. Kegiatan jual beli barang dan/atau jasa melalui media internet dikenal dengan electronic commerce (selanjutnya disebut e-commerce) yang merupakan bagian dari electronic business, yaitu bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic transmission. E-commerce digunakan sebagai transaksi bisnis antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, antara perusahaan dengan pelanggan, dan/atau antara perusahaan dengan institusi yang bergerak dalam pelayanan publik. E-commerce menjadi semakin populer karena selain kemudahan dan kecepatan akses ke jaringan internet melalui berbagai media elektronik seperti laptop, komputer, bahkan gadget, transaksi e-commerce dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun sehingga menjadikan bisnis melalui media elektronik (internet) semakin menjamur, dapat dilihat dari terus meningkatnya e-commerce di era digital saat ini. Tahun 2017, e-commerce menyumbang 10,2 persen dari total penjualan ritel global, meningkat menjadi 11,9 persen di tahun 2018, diperkirakan pada tahun 2019 ini mencapai 13,7 persen dan diprediksi akan mencapai 17,5 persen pada tahun 2021 mendatang dengan total penjualan retail dari e-commerce mencapai US\$ 4,9 miliar (Clement, 2019).

Kemudahan yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi pada era globalisasi ini bukan tanpa risiko, kekurangan, dan kendala. Selain menghadapi permasalahan kejahatan dalam cyber space, juga memiliki permasalahan dalam bidang pajak. Pemerintah menghadapi tantangan tersendiri dalam menangani permasalahan pajak, khususnya pajak penghasilan dari e-commerce, karena kemajuan yang pesat di dunia usaha tidak selalu diikuti dengan kemajuan yang sama dalam bidang hukum. Begitu pula dengan kondisi Indonesia, hingga saat ini pemerintah masih belum memiliki data pasti terkait total transaksi secara keseluruhan mengenai belanja melalui internet, sehingga masih ada kesulitan untuk melakukan penghitungan jumlah pajak dan pengawasan dalam kegiatan e-commerce. Untuk itu diperlukan adanya regulasi yang mengatur masalah perpajakan e-commerce sehingga terdapat payung hukum yang jelas mengenai transaksi e-commerce.

Suatu kegiatan bisnis yang mendatangkan keuntungan, seperti transaksi jual beli melalui internet tidak akan terlepas dari pengenaan pajak, khususnya pajak penghasilan pihak penjual. Berbeda dengan transaksi perdagangan konvensional, transaksi e-commerce memiliki beberapa karakteristik khusus, sehingga mengakibatkan implikasi pajak yang agak rumit dari kegiatan tersebut, misalnya dalam hal pengawasan. Jumlah pelaku e-commerce dan berapa jumlah nominal transaksi e-commerce tidak mudah untuk diketahui dan dipantau, sehingga berdampak juga dalam hal pajak. Kendala tersebut disebabkan karena kemampuan teknologi informasi dalam bidang pengawasan masih minim dan kendala dalam kemampuan sumber daya manusia. (Dinata et al., 2019; Ginny, 2019; Sutisna, 2019; Yoyo et al., 2019)

Direktorat Jenderal Pajak memiliki sekitar 6.690 orang account representative yang salah satu tugasnya adalah melakukan pengawasan kepatuhan perpajakan wajib pajak. Wajib pajak yang dapat diawasi oleh account representative hanya yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (selanjutnya disebut NPWP) saja. Hingga saat ini, dimungkinkan masih banyak wajib pajak yang melakukan transaksi e-commerce tapi tidak terdaftar sebagai wajib pajak karena tidak membuat dan tidak memiliki NPWP. Menurut Kepala Subdit Manajemen Transformasi Nufansa Wira Sakti dalam Seminar Perpajakan “Pemenuhan Kewajiban Perpajakan Bagi Pelaku E-Commerce di Indonesia” yang diadakan oleh Direktorat Jenderal Pajak, mengungkapkan bahwa meskipun pasar e-commerce berkembang pesat di Indonesia namun masih sedikit pelaku e-commerce yang sudah memiliki NPWP.

Di era modern ini, perdagangan yang populer dan trending di kalangan masyarakat Indonesia disebut e-commerce. E-commerce ini sedang dalam pembahasan karena banyak digunakan oleh wajib pajak untuk berbisnis. Kemajuan teknologi yang semakin pesat dan canggih menjadikan forum ini sebagai wadah yang bermanfaat bagi wajib pajak untuk berbisnis. Misalnya dengan menjual barang menggunakan media elektronik melalui Marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan beberapa Marketplace lainnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pajak

Pengertian pajak menurut Undang-Undang Nomor 28 tahun 2007 yang tertuang pada Pasal 1 Ayat 1 yakni:

“Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian pajak adalah:

“Pungutan wajib, umumnya berupa uang yang harus dibayar oleh penduduk sebagai sumbangan/pemberian kepada pemerintah negara dan erat kaitannya dengan pendapatan, harga beli barang, pemilikan, dan hal lainnya.”

Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi dan informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas (Mulyadi, 2014:21).

Teknologi dan informasi perpajakan adalah penggunaan sarana dan prasarana perpajakan dengan memanfaatkan ilmu dan perkembangan teknologi dan informasi dibidang perpajakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan perpajakan terhadap Wajib Pajak yang akan memenuhi kewajiban pajaknya (Silaen,2016).

Pelayanan Fiskus

Pelayanan adalah cara melayani (membantu mengurus atau menyiapkan segala kebutuhan yang diperlukan seseorang). Sementara itu, fiskus merupakan petugas pajak. Jadi, pelayanan fiskus dapat diartikan sebagai cara petugas pajak dalam membantu, mengurus, atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang yang dalam hal ini adalah wajib pajak (Jatmiko, 2006:20).

PPH dan PPN

PPh atau pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan kepada orang pribadi atau badan atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam suatu tahun pajak. Penghasilan yang dimaksud dapat berupa keuntungan usaha, gaji, honorarium, hadiah, dan yang lainnya.

PPN atau Pajak Penghasilan Nilai adalah pajak yang dipungut karena adanya pertambahan nilai dari adanya pemakaian faktor-faktor produksi oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP) yang menyediakan, memproduksi, maupun menjual Barang Kena Pajak (BKP) dan Jasa Kena Pajak (JKP).

Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan adalah nilai keseluruhan dari hasil penjualan produk dalam jangka waktu tertentu (misalnya per-hari atau per-bulan). Nilainya dihitung dari seluruh proses operasional bisnis termasuk diskon serta barang-barang yang di-*refund* atau dikembalikan oleh konsumen. Dalam penggunaan yang lebih umum, tingkat pendapatan sering disebut sebagai omset penjualan, laba kotor, bruto atau *revenue*.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan sebuah tindakan yang mencerminkan patuh dan sadar terhadap ketertiban dalam kewajiban perpajakan wajib pajak dengan melakukan pembayaran dan pelaporan atas perpajakan masa dan tahunan dari wajib pajak yang bersangkutan baik untuk kelompok orang atau modal sendiri sebagai modal usaha sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.

III. METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang digunakan berupa angka dan dihitung dengan menggunakan metode statistik. Dimana data diperoleh dengan secara langsung turun kelapangan dari sumbernya dan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang berasal langsung dari responden yaitu wajib pajak bagi pelaku e-commerce di Kota Tangerang. Penentuan jumlah sampel yang diambil dan dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang responden berdasarkan rumus Lemeshow.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2017, 80) menyatakan bahwa: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi objek penelitian peneliti adalah Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce di Kota Tangerang yang ditujukan dengan Kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) yang jumlahnya tidak diketahui percis.

Sampel

Menurut Sugiyono (2017, 81) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Bisnis, Sampel adalah: “Sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui dan Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

$z = \text{Skor } z \text{ pada kepercayaan } 95\% = 1,96$

$p = \text{Maksimal Estimasi} = 0,5$

$d = \text{alpha } (0,10) \text{ atau } 10\% \text{ sampling error}$

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,4 = 96$$

Jadi besar sampel yang ditentukan dalam penelitian ini seluruhnya sebanyak 96 responden.

Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Menurut Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa:

“Kuesioner/angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna”.

b. Dokumen

Menurut Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa:

“Dokumen adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip buku, surat kabar, majalah prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya”.

c. Wawancara

Yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya lebih sedikit atau kecil.

d. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dari kuisisioner, karena observasi tidak selalu dengan objek manusia tetapi juga objek-objek alam yang lain.

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Dr. Ahmad Watik Pratiknya (2007), Variabel adalah konsep yang mempunyai variabilitas. Sedangkan konsep adalah penggambaran atau abstraksi dari suatu fenomena tertentu. Konsep yang berupa apapun, asal mempunyai ciri yang bervariasi, maka dapat disebut sebagai variable. Dengan demikian, variabel dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang bervariasi. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah:

X1 = Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan

X2 = Pelayanan Fiskus

X3 = Penerapan PPH serta PPN

X4 = Tingkat Pendapatan

Teknik Analisis Data Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017, 232) Statistik deskriptif adalah:
“Statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016, 52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Pengujian validitas ini menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika r dihitung kurang dari r tabel (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka pertanyaan-pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total pertanyaan (dinyatakan tidak valid).
2. Jika r hitung lebih dari r tabel (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka pertanyaan-pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total pertanyaan (dinyatakan valid).

b. Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2016, 175) mengatakan bahwa:

“Realibilitas adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengatur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Uji realibilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Untuk melihat reliabilitas masing-masing, instrumen yang digunakan adalah koefisien Cronbach Alpha dengan menggunakan fasilitas SPSS. Suatu instrument dikatakan reliabel jika dinilai Cronbach Alpha lebih besar. Syarat yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “tidak reliabel”.
- b. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “reliabel”.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusikan normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogoriv-Smirnov dalam SPSS.(Hidayat, 2020a, 2020b; Listen et al., 2020; Natalia et al., 2020; Pujiarti et al., 2019)

Menurut Singgih Santoso (2016, 393) menyatakan bahwa dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significant), yaitu:

1. Jika Probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.
2. Jika Probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

Pengujian secara visual dapat juga dilakukan dengan metode grafik normal probability plots dalam program SPSS dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (103, 16) menyatakan bahwa:

“Uji multikolonieritas ini dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabel bebas terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel lainnya. Jadi tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Nilai cut off yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau VIF yang berada dibawah nilai 10. Dasar pengambilan keputusan tersebut yaitu:

1. Jika nilai tolerance mendekati angka 1 dan nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi masalah multikolonieritas.
2. Jika nilai tolerance tidak mendekati angka 1 dan nilai VIF diatas 10, maka terjadi masalah multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastitas

Menurut Singgih Santoso (2016, 210) mengatakan bahwa:

“Situasi heteroskedastitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastitas tersebut dihilangkan dari model regresi. Adapun untuk mendeteksi adanya heteroskedastitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot”.

Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi

Menurut Sugiyono (2015, 277) mengatakan bahwa:

“Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya)”.

Maka dapat disimpulkan bahwa analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. (Angreni, 2020; Parameswari, 2020; Parameswari et al., 2020)

Model regresi berganda yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = b + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Y : Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce

b : Koefisien regresi model

X1 : Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan

X2 : Pelayanan Fiskus

X3 : Penerapan PPH serta PPN

X4 : Tingkat Pendapatan

e : Error term model (variabel residual)

b. Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (Uji R²) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat. Baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi ini adalah antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$).

c. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Kriteria yang digunakan dalam mengukur hubungan variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh signifikan dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Artinya tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

d. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Kriteria yang digunakan untuk melakukan uji statistik F adalah :

- 1. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas:
 - a. Jika signifikan ($F < 0,05$) maka H₀ ditolak H_a diterima
 - b. Jika signifikan ($F > 0,05$) maka H₀ diterima H_a ditolak
- 2. Pengambilan keputusan berdasarkan F hitung:
 - a. jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H₀ ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
 - b. jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H₀ diterima yang artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

IV. HASIL

Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,702 ^a	,493	,471	1,72138

a. Predictors: (Constant), Tingkat_Pendapatan, Pemahaman_Teknologi_Informasi_Perpajakan, Penerapan_PPH_Serta_PPN, Pelayanan_Fiskus

Sumber : Hasil Pengolahan data primer dengan SPSS 25 (2022)

Diperoleh nilai R dalam penelitian ini adalah sebesar 0,702 dengan tanda positif. Nilai koefisien determinasi (Adjusted RSquare) adalah sebesar 0,471. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen dalam penelitian ini hanya mempunyai pengaruh 47,1% terhadap variabel dependen, sisanya 52,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	262,312	4	65,578	22,131	,000 ^b

Residual	269,646	91	2,963		
Total	531,958	95			

- a. Dependent Variable: Kepatuhan_Wajib_Pajak
 b. Predictors: (Constant), Tingkat_Pendapatan, Pemahaman_Teknologi_Informasi_Perpajakan, Penerapan_PPH_Serta_PPN, Pelayanan_Fiskus

Sumber : Hasil Pengolahan data primer dengan SPSS 25 (2022)

Dapat dilihat besarnya angka probabilitas atau signifikan pada perhitungan anova yang digunakan untuk menguji model regresi. Dengan ketentuan bahwa angka probabilitas lebih kecil dari angka 0,05. Uji Anova pada tabel 4.6.2. tersebut menghasilkan angka F sebesar 22,131 dengan tingkat signifikan 0,000.

Artinya variabel Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan (X1), Pelayanan Fiskus (X2), Penerapan PPH Serta PPN (X3), dan Tingkat Pendapatan (X4) simultan (bersama sama) berpengaruh terhadap variabel (Y) Karena angka probabilitas dibawah 0.05 maka model regresi ini sudah layak untuk digunakan dalam memprediksi tingkat Kepatuhan Wajib Pajak.

Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5,391	2,046		2,635	,010
	Pemahaman_Teknologi_Informasi_Perpajakan	,153	,102	,159	1,503	,136
	Pelayanan_Fiskus	,080	,108	,084	,741	,461
	Penerapan_PPH_Serta_PPN	,384	,092	,429	4,193	,000
	Tingkat_Pendapatan	,126	,097	,145	1,303	,196

- a. Dependent Variable: Kepatuhan_Wajib_Pajak

Sumber : Hasil Pengolahan data primer dengan SPSS 25 (2022)

Dapat dilihat hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

1). Pengaruh Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce

Berdasarkan uji statistik t pada Tabel 4.20. perubahan pada variabel Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan memiliki nilai t hitung 1,503 < dari t tabel 1,98638 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 (0,000 < 0,05). Untuk itu dapat dikatakan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima, maka Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce.

2). Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce

Berdasarkan uji statistik t pada Tabel 4.20. perubahan pada variabel Pelayanan Fiskus memiliki nilai t hitung 0,741 < dari t tabel 1,98638 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000

lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$). Untuk itu dapat dikatakan bahwa H2 ditolak dan H0 diterima, maka Pelayanan Fiskus tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce.

3). Penerapan PPh Serta PPN terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce

Berdasarkan uji statistik t pada Tabel 4.20. perubahan pada variabel Penerapan PPh Serta PPN memiliki nilai t hitung 4,193 > dari t tabel 1,98638 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$). Untuk itu dapat dikatakan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima, maka Penerapan PPh Serta PPN mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce.

4). Tingkat Pendapatan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce.

Berdasarkan uji statistik t pada Tabel 4.20. perubahan pada variabel Tingkat Pendapatan memiliki nilai t hitung 1,303 < dari t tabel 1,98638 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$). Untuk itu dapat dikatakan bahwa H4 ditolak dan H0 diterima, maka Tingkat Pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce.

V. KESIMPULAN

Pemahaman Peraturan Perpajakan (Variabel X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce (Y). Artinya H1 ditolak dan H0 diterima hal ini dapat dilihat melalui hasil Uji Parsial (t) memiliki nilai t hitung 1,503 < dari t tabel 1,98638 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Pelayanan Fiskus (Variabel X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce (Y). Artinya H2 ditolak dan H0 diterima hal ini dapat dilihat melalui hasil Uji Parsial (t) memiliki nilai t hitung 0,741 < dari t tabel 1,98638 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Penerapan PPh Serta PPN (Variabel X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce (Y). Artinya H3 diterima hal ini dapat dilihat melalui hasil Uji Parsial (t) memiliki nilai t hitung 4,193 > dari t tabel 1,98638 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Tingkat Pendapatan (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce (Y). Artinya H4 ditolak dan H0 diterima hal ini dapat dilihat melalui hasil Uji Parsial (t) memiliki nilai t hitung 1,303 < dari t tabel 1,98638 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$).

DAFTAR PUSTAKA

- Angreni, T. (2020). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Papan Nama, Media Massa Lokal, dan Potongan Harga Pada Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Buddhi, Karawaci, Tangerang. *ECO-Buss*, 2(3 SE-Articles), 32–43. <https://doi.org/10.32877/eb.v2i3.135>
- Dinata, V. V., Fung, T. S., & Sutisna, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Le-Mineral Pada Toko Retail Kota Tangerang (Studi Kasus Di Pt. Laris Food Indonesia). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3 SE-Articles), 55–63. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.187>
- Ginny, P. L. (2019). Analisis Strategi Bersaing Perusahaan Yang Bergerak Dibidang Logistik Di Jakarta. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2 SE-Articles), 107–128. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.172>
- Hidayat, A. (2020a). Netflix Business Sees Unprecedented Growth Amid Covids-19 Pandemic. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(2), 332–338.

- Hidayat, A. (2020b). New Regulation on Payment System no. 22/23/PBI/2020 by Central Bank of Indonesia. *ECo-Buss*, 3(1 SE-Articles), 1–6.
<https://doi.org/10.32877/eb.v3i1.179>
- Listen, G., Angreni, T., Farunik, C. G., & Yana, D. (2020). Pengaruh Enterprise Risk Management Disclosure, Intellectual Capital Disclosure Dan Debt To Asset Ratio Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Padaperusahaan Manufaktur Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *AKUNTOTEKNOLOGI*, 12(1 SE-Articles), 144–152. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i1.778>
- Natalia, D., Sutisna, N., & Farunik, C. G. (2020). The Influence of Price and Quality of Products on The Purchase Decision of Bread Products. *ECo-Fin*, 2(3 SE-Articles), 146–151. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/534>
- Parameswari, R. (2020). THE EFFECT QUALITY TANGERANG LIVE TO PUBLIC SATISFACTION IN TAMAN ROYAL 2. *Parapolitika: Journal of Politics and Democracy Studies*, 1(1).
- Parameswari, R., Tholok, F. W., & Pujiarti, P. (2020). THE EFFECT OF PROFESSIONALISM ON EMPLOYEE WORK PRODUCTIVITY AT SAKURA JAYA COMPANY. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2).
<https://doi.org/10.31253/pe.v18i2.352>
- Pujiarti, P., Satrianto, H. S., & Angreni, T. A. (2019). The Effect of Work Environment and Motivation on Job Satisfaction . *ECo-Fin*, 1(3 SE-Articles), 150–155.
<https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/541>
- Sutisna, N. (2019). Antara Pekerja Dengan Manajemen Perusahaan. *Penelitian Manajemen*, 1, 244–254.
- Yoyo, T., Sutisna, N., & Silaban, B. (2019). Analysis of Store Location and Atmosphere the Effect on Consumer Purchase Interest at Centro Department Store . *ECo-Fin*, 1(3 SE-Articles), 144–149. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/540>