

PENGARUH PENGETAHUAN WAJIB PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN PELAKU E-COMMERCE DALAM MEMENUHI KEWAJIBAN PERPAJAKAN (STUDY KASUS WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI PELAKU UMKM DI KOTA BUKITTINGGI)

1 Anisa Sapitri (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Islam Syech M. Djamil Djambek Bukittinggi), anisasapitri202@gmail.com

2 Habibatur Ridhah (Dosen Universitas Negeri Islam Syech M. Djamil Djambek Bukittinggi), ridhah@live.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan wajib pajak, kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku bisnis e-commerce di Kota Bukittinggi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Objek penelitian ini adalah pengetahuan wajib pajak, kesadaran wajib pajak, sanksi pajak dan kepatuhan wajib pajak pengguna ecommerce. Sumber data primer berupa jawaban responden terhadap kuesioner dan sekunder berupa penentuan populasi melalui situs sehingga diperoleh sampel sebanyak 45 responden. Unit analisis yang digunakan adalah individu yaitu wajib pajak pelaku bisnis e-commerce di Kota Bukittinggi. Analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 29. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna ecommerce, kemudian kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna e-commerce. Hasil pengujian secara simultan yaitu pengetahuan peraturan pajak, kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce.

Kata Kunci: Pengetahuan Peraturan Pajak; Kesadaran Wajib Pajak; Sanksi Pajak; Kepatuhan Wajib Pajak

Abstract

The aim of this research is to examine the influence of mandatory knowledge, taxpayer awareness and tax sanctions on taxpayer compliance in e-commerce business actors in Bukittinggi City. This type of research is quantitative. The object of this research is taxpayer knowledge, taxpayer awareness, tax sanctions and taxpayer compliance of e-commerce users. The primary data source is in the form of respondents' answers to a questionnaire and the secondary is in the form of determining the population through the website so that a sample of 45 respondents is obtained. The unit of analysis used is individuals, namely taxpayers carrying out e-

commerce businesses in Bukittinggi City. The data analysis used is descriptive statistics, data quality testing, classical assumption testing, and hypothesis testing using SPSS version 29. The results of this research show that taxpayer knowledge partially has a positive and significant effect on taxpayer compliance with e-commerce users, then taxpayer awareness and tax sanctions partially have no effect on taxpayer compliance with e-commerce users. Simultaneous test results, namely knowledge of tax regulations, taxpayer awareness and tax sanctions together (simultaneously) have a significant positive effect on e-commerce taxpayer compliance.

Keywords: Knowledge of Tax Regulations, Taxpayer Awareness, Tax Sanctions, Taxpayer Compliance.

I. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi informasi juga mengalami perkembangan yang sangat pesat. Contoh kemajuan teknologi informasi salah satunya yaitu adanya internet.¹ Seseorang dapat mengoperasikan perusahaan melalui dunia maya dan terlihat oleh komunitas pengguna media sosial lainnya yang lebih luas dengan menggunakan ponsel dan internet. Perdagangan online membuat transaksi komersial lebih nyaman bagi pelanggan dan penjual. Perdagangan online memudahkan pengusaha dalam memasarkan barangnya.² Perdagangan elektronik, atau disingkat E-commerce, adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan jenis perdagangan internet ini. E-commerce, atau perdagangan berbasis online, mempunyai potensi menguntungkan pembeli dan penjual. Bagi penjual, hal ini dapat berarti biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan dengan perdagangan tradisional, sedangkan bagi pembeli, hal ini dapat berarti berbelanja lebih mudah, lebih nyaman, dan dapat dilakukan kapan saja atau dimana saja tanpa memerlukan pertemuan tatap muka yang biasanya terkait dengan perdagangan konvensional.³ Tentu saja, pajak merupakan bagian integral dari pembeli dan penjual produk dan jasa secara online. Pemerintah fokus pada pengendalian unsur perpajakan atas transaksi E-Commerce guna memaksimalkan pemungutan pajak di masa depan, sebagai dampak dari pertumbuhan E-Commerce. Tanpa pajak, akan sulit untuk melaksanakan sejumlah inisiatif negara. Pengeluaran pegawai

¹ Sania Septianingrum, ‘Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Pajak, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce’, 2022, 17.

² Anindita Rizki Hapsari and Rizka Ramayanti, ‘Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM’, 5.1 (2022), 16–24.

³ Aloisius Hama, ‘Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Peraturan Pajak, Dan Penyuluhan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Transaksi E-Commerce Di Surabaya (The Effect of Taxpayer Awareness, Knowledge of Tax Regulations, and Tax Education on Tax Payment)’, 1.2 (2021).

merupakan salah satu cara pajak digunakan untuk membayar pembangunan infrastruktur publik, termasuk jalan, jembatan, sekolah, rumah sakit, dan fasilitas lainnya. Oleh karena itu, pendapatan pajak suatu negara memainkan peran penting dalam mendanai pembangunan dan mempertahankan operasional pemerintah. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 mengartikan pajak sebagai pembayaran wajib kepada pemerintah yang terutang dari orang pribadi atau organisasi dalam keadaan hukum yang memaksa. Uang pajak tidak diberikan kompensasi secara langsung; sebaliknya, dana tersebut digunakan untuk mendanai inisiatif pemerintah yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Untuk mengesahkan kewajiban membayar pajak penghasilan atas perdagangan elektronik, Direktur Jenderal Pajak telah mengeluarkan sejumlah surat edaran. Diantaranya adalah Surat Edaran Nomor S-429/PJ.22/1998 yang diterbitkan pada tanggal 24 Desember 1998 yang berisi imbauan kepada Wajib Pajak yang melakukan transaksi melalui perdagangan elektronik; Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 yang menegaskan ketentuan perpajakan atas transaksi perdagangan elektronik; dan Surat Edaran Nomor SE-06/PJ/2015 yang mengatur mengenai pemotongan dan/ataupemungutan Pajak Penghasilan atas transaksi perdagangan elektronik. Keempat model transaksi tersebut pasar online, iklan baris, transaksi harian, dan ritel online dijelaskan dalam peraturan ini. Kemudian Direktur Jenderal Pajak mengeluarkan surat edaran terbaru yaitu Surat Edaran Dirjen Jenderal Pajak Nomor: SE-3/PJ/2024 Tentang Penjelasan Pelaksanaan Kewajiban Perpajakan di Kawasan Berikat.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, terdapat sekitar 60 juta UMKM di Indonesia pada tahun 2019. Sekitar 99,99% dari seluruh usaha di Indonesia adalah UMKM, dengan mayoritas adalah usaha mikro (98,79%), usaha kecil (1,11%), dan usaha menengah (0,09%). Sebaliknya, pangsa perusahaan-perusahaan besar dalam struktur bisnis di Indonesia hanya 0,01%. Sementara itu, jumlah UMKM di Provinsi Sumatera Barat juga cukup banyak. Pada tahun 2020, total penambahan UMKM di provinsi ini sebanyak 593.081 usaha. Dengan semakin meningkatnya jumlah dan pertumbuhan UMKM maka diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan penerimaan pajak, akan tetapi tingginya jumlah UMKM di Sumatera Barat ternyata tidak diiringi dengan meningkatnya penerimaan pajak.⁴

Besarnya jumlah usaha kecil dan menengah di Sumatera Barat masih belum dapat mencerminkan besarnya penerimaan pajak. Hal ini dikarenakan masih kurangnya kesadaran para pelaku UMKM dalam mematuhi kewajiban perpajakannya. Bagi sebagian pelaku UMKM, perpajakan hanya dipandang sebagai beban yang harus dihindari sebisa mungkin. Sangat penting bagi pemerintah Indonesia untuk

⁴ 'Badan Pusat Statistik' (Bukittinggi, 2024).

lebih memperhatikan UMKM. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian harus diperhatikan untuk mendukung peningkatan penerimaan pemerintah di sektor perpajakan. Mengingat jumlah pelaku UMKM yang besar, jika ditanggapi dengan serius, berpotensi untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Wajib Pajak dapat menghindari pembayaran denda dengan menyadari hak dan kewajibannya melalui pengetahuan dan pemahaman perpajakan. Mengetahui dasar-dasar dan tatacara perpajakan, seperti cara menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) dan membayar denda pada waktunya, sangat penting untuk memahami peraturan perpajakan.⁵ Masalah yang harus dituntaskan dalam sektor pajak adalah masih kurangnya pengetahuan pelaku *E-Commerce* mengenai wajib pajak terhadap kewajiban membayarpajak terkait pajak *E-Commerce* dan kurangnya kepatuhan masyarakat pelaku *E-Commerce* terhadap pembayaran pajak yang diakibatkan rendahnya kemauan untuk membayar pajak.

Meski industri e-commerce di Indonesia berkembang pesat, menurut Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan, saat ini sangat sedikit perusahaan e-commerce yang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Banyak di antara mereka yang belum mengajukan pajak atau mendaftar. 1.600 sampel (pelaku *E-Commerce*) telah dianalisis; 1.000 telah teridentifikasi, dan 600 belum teridentifikasi, menurut statistik Direktorat Jenderal Pajak. Dari 1.000 pelaku usaha, baru 620 pelaku usaha yang sudah mengantongi NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Mayoritas pemegang NPWP telah melaporkan hal tersebut, namun tidak jelas apakah laporan tersebut secara akurat mencerminkan keadaan seputar pembelian tersebut. Dari data tersebut menunjukkan masih banyaknya pelaku *E-Commerce* yang tidak memiliki NPWP sehingga menjadi penyebab kepatuhan pajak pelaku *E-Commerce* di Indonesia masih sangat rendah.⁶

Pengetahuan perpajakan adalah langkah pertama menuju kepatuhan karena akan memberikan wajib pajak dana yang diperlukan untuk menumbuhkan rasa kepatuhan. Menyadari bahwa pajak merupakan sumber utama pendanaan negara, dan berupaya memahami kerangka hukum serta akibat undang-undang perpajakan. Pengetahuan adalah hal penting berikutnya yang perlu dimiliki wajib pajak. Akan sulit bagi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya jika mereka tidak mengetahui aturan perpajakan.⁷

Penegakan denda perpajakan merupakan faktor lain yang tidak kalah pentingnya dalam upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Pemerintah

⁵ Della Sabrina, Deni Darmawati, and Wahyu Adi Saputro, 'Karakteristik Wajib Pajak, Kinerja Sistem Perpajakan, dan Kepatuhan Pajak: Studi Empiris Terhadap Persepsi Wajib Pajak *E-Commerce*', 3.1 (2023), 1583–90.

⁶ Hama, 'Analysis Of Tax Payment Compliance On *E-Commerce* Transaction In Surabaya'.

⁷ Alvin Danniswara Andrianus and Abdul Ghofar, 'Kesadaran Wajib Pajak Memediasi Pengaruh Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu)', 2009, 1–11.

Indonesia menggunakan sistem self-assessment terhadap kinerja pemungutan pajak, dimana pemerintah memberikan kepercayaan penuh kepada wajib pajak untuk menyelesaikan komitmen perpajakannya. Inilah sebabnya hukuman pajak menjadi penting. Namun kenyataannya, kesadaran dan pemahaman wajib pajak di perusahaan e-commerce masih relatif rendah. Ketika wajib pajak sudah dipercaya sepenuhnya, terkadang timbul keinginan agar mereka tidak perlu lagi melaporkan pajak. Dalam situasi seperti ini, pemberian sanksi perpajakan menjadi salah satu cara untuk mendorong kepatuhan wajib pajak. Tujuan dari sanksi perpajakan adalah untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaku E-Commerce – Commerce Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan (Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM di Kota Bukittinggi)”, penelitian ini melihat pada variabel-variabelnya yang mempengaruhi seberapa patuh pelaku E-Commerce terhadap kewajiban perpajakannya.

II. Kajian Pustaka

Studi tentang perilaku konsumen berfokus pada bagaimana individu, komunitas, dan organisasi memilih, mendapatkan, mempekerjakan, dan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.⁸ Teori ini dapat membantu menjelaskan mengapa wajib pajak berperilaku sesuai dengan tujuan mereka untuk mematuhi peraturan perpajakan dalam konteks kepatuhan pajak. Teori perilaku konsumen memberikan wawasan tentang bagaimana niat wajib pajak berdampak pada perilaku kepatuhan. Pengetahuan wajib pajak, kesadaran wajib pajak, dan sanksi perpajakan dapat meningkatkan niat wajib pajak untuk mematuhi aturan.⁹

Karena kepatuhan sangat erat kaitannya dengan hukum dan mempunyai dua sudut pandang terhadap hukum, maka teori kepatuhan dapat digunakan untuk meramalkan hubungan antar variabel yang menjadi sasaran kajian. Pertama-tama, pendekatan instrumental membuat asumsi bahwa setiap orang memiliki dorongan yang berasal dari kebutuhan dan reaksi terhadap perubahan perilaku yang berbeda-beda. Kedua, sudut pandang normatif menentang urgensi individu dan didasarkan pada moralitas. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang mempunyai

⁸ Aditya Wahyu Ramadhan And Anik Lestari Andjarwati, ‘Pengaruh citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy S7 (Studi Pada Pengunjung Plasa Marina Dan Wtc Surabaya)’, 5 (2017).

⁹ Yola Andesta Valenty And Hadri Kusuma, ‘Determinan Kepatuhan Pajak: Perspektif Theory Of Planned Behavior Dan Teori Institusional’, 1.2017 (2019), 47–56.

kecenderungan untuk tidak menaati peraturan yang dirasa tidak tepat atau tidak sesuai dengan standar pribadinya.¹⁰

Kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan perpajakan sesuai Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007. Orang pribadi atau badan yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan disebut dengan wajib pajak. Kelompok ini mencakup wajib pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak. Kepatuhan perpajakan merupakan kesiapan wajib pajak untuk membayar pajaknya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku tanpa perlu adanya pemeriksaan, penyidikan mendalam, ancaman, peringatan, atau pengenaan denda.¹¹

Hipotesis:

1. Pengetahuan wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku e-commerce dalam memenuhi kewajiban perpajakan (H1).
2. Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku e-commerce dalam memenuhi kewajiban perpajakan (H2).
3. Sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku e-commerce dalam memenuhi kewajiban perpajakan (H3).
4. Pengetahuan wajib pajak, kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku e-commerce dalam memenuhi kewajiban perpajakan (H4).

III. Metode Penelitian (15%)

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang ini dilakukan di Kota Bukittinggi dengan objek penelitiannya yaitu wajib pajak orang pribadi pelaku e-commerce di Kota Bukittinggi yang memasarkan produknya melalui platform online. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan langsung dari lapangan melalui responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian dengan menyebar kuesioner atau angket. Populasi dari penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kota Bukittinggi yang memasarkan produknya melalui platform onlinemarketplace. Pelaku UMKM di Kota Bukittinggi yaitu mencapai 23.423, dengan menggunakan rumus Solvin maka dapat diambil sample sebanyak 45 sample.

$$n = \frac{23.423}{1 + 23.423 \times 15\%^2}$$
$$n = \frac{23.423}{528,017}$$

¹⁰ Shela Nur; Zulaikha Fajriya, ‘Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Pelaksanaan Self-Assessment, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku UMKM di Kota Semarang)’, 12.4 (2023), 1–13.

¹¹ Firda Khairunisa, ‘Pemahaman Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi : Studi Fenomenologi’.

$$n = 44,3$$

Program IBM SPSS29 digunakan untuk mengolah dan menganalisis data. Uji t digunakan untuk pengujian parsial, uji f digunakan untuk pengujian simultan, uji koefisien determinasi, uji sumsi klasik dan analisis linier berganda merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk mengevaluasi hipotesis.

IV. Hasil Dan Pembahasan (70%)

1. Analisis Deskriptif Variabel

Sanksi Perpajakan (X_3), Pengetahuan Perpajakan (X_1), Kesadaran Berpajak (X_2), dan Kepatuhan Berpajak (Y) merupakan faktor-faktor yang dimasukkan dalam penelitian ini. Dengan nilai mean sebesar 21,13 maka tanggapan responden terhadap variabel Pengetahuan Wajib Pajak (X_1) berkisar antara minimal 7 hingga maksimal 30. Dengan nilai mean sebesar 17,78 maka variabel Kesadaran Wajib Pajak (X_2) berkisar minimal 5 hingga tertinggi 25. Dengan nilai mean sebesar 18,37, variabel Sanksi Pajak (X_3) berkisar antara minimal 6 hingga maksimal 25. Selanjutnya variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) memiliki nilai mean sebesar 26,81, a nilai maksimum 40, dan nilai minimum 9.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Soal	R tabel (sig = 0,05; N = 45)	R hitung	Sig	Keterangan
Pengetahuan Wajib Pajak	X1.1	0,2940	0,778	0,001	Valid
	X1.2	0,2940	0,885	0,001	Valid
	X1.3	0,2940	0,752	0,001	Valid
	X1.4	0,2940	0,472	0,001	Valid
	X1.5	0,2940	0,448	0,002	Valid
	X1.6	0,2940	0,770	0,001	Valid
Kesadaran Wajib Pajak	X2.1	0,2940	0,883	0,001	Valid
	X2.2	0,2940	0,877	0,001	Valid
	X2.3	0,2940	0,816	0,001	Valid
	X2.4	0,2940	0,677	0,001	Valid
	X2.5	0,2940	0,860	0,001	Valid
Sanksi Pajak	X3.1	0,2940	0,710	0,001	Valid
	X3.2	0,2940	0,824	0,001	Valid
	X3.3	0,2940	0,562	0,001	Valid

	X3.4	0,2940	0,747	0,001	Valid
	X3.5	0,2940	0,757	0,001	Valid
Kepatuhan wajib Pajak	Y1	0,2940	0,771	0,001	Valid
	Y2	0,2940	0,660	0,001	Valid
	Y3	0,2940	0,813	0,001	Valid
	Y4	0,2940	0,826	0,001	Valid
	Y5	0,2940	0,501	0,001	Valid
	Y6	0,2940	0,884	0,001	Valid
	Y7	0,2940	0,549	0,001	Valid
	Y8	0,2940	0,459	0,002	Valid

|

Sumber: data diolah peneliti 2024 (software SPSS 29)

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh petanyaan dan pernyataan dalam variabel diatas memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut valid.

b. Uji Reabilitas

Tabel 4.8
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan Wajib Pajak (X1)	0,768	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	0,880	Reliabel
Sanksi Pajak (X3)	0,771	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,847	Reliabel

er: data diolah peneliti 2024 (software SPSS 29)

Berdasarkan hasil uji reabilitas dapat diketahui bahwa variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,6 yang artinya seluruh variabel diatas bersifat reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
SN		45
^Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,04516263
^Most Extreme Differences ^b	Absolute	,087
	Positive	,086
	Negative	-,087
^ Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d
^ Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,520
	99% Confidence Interval	,507
	Upper Bound	,533
^ a. Test distribution is Normal.		
^ b. Calculated from data.		
^ c. Lilliefors Significance Correction.		
^ d. This is a lower bound of the true significance.		
^ e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.		

peneliti2024 (software SPSS 29)

Berdasarkan tabel diatas hasil dari uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dilihat bahwa nilai Asymp. Sig 0,200 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji multikolinearitas

Tabel 4,10
Hasil Uji Mutikoliniaritas

Coefficients ^a				
Model		Collinearity Statistics		
		Tolerance	VIF	
1	X1	0,364	2,744	
	X2	0,351	2,850	
	X3	0,364	2,748	
a. Dependent Variable: Y				

Sumber: data diolah peneliti 2024 (Software SPSS 29)

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai tolerance seluruh variabel independen $>0,1$ dan nilai VIF <10 artinya tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,663	1,793		0,927	0,359
	X1	0,187	0,133	0,353	1,407	0,167
	X2	-0,141	0,110	-0,325	-1,275	0,210
	X3	-0,044	0,134	-0,082	-0,326	0,746
a. Dependent Variable: ABRESID						

Sumber: data diolah peneliti 2024 (software SPSS 29)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan dari ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Analisis Regresi linear berganda

Tabel 4.12
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1 S u m b e r	(Constant)	1,940	2,888		,672	,505
	X1	,599	,214	,405	2,800	,008
	X2	,320	,178	,265	1,800	,079
	X3	,355	,216	,237	1,641	,108

: a. Dependent Variable: Y

data diolah peneliti 2024 (software SPSS 29)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$

$$Y = 1,940 + 0,599X_1 + 0,320 X_2 + 0,355 X_3 + e$$

Interpretasi dari hasil regresi linear berganda tersebut sebagai berikut:

- 1) Konstanta memiliki nilai sebesar 1,940 yang menyatakan jika variabel Pengetahuan Wajib Pajak (X_1), Kesadaran Wajib Pajak (X_2), dan Sanksi Pajak (X_3) sama dengan 0(nol) maka Kepatuhan Wajib Pajak (Y) nilainya sebesar 1,940.
- 2) Koefisien regresi variabel Pengetahuan Wajib Pajak (X_1) bernilai positif yaitu sebesar 0,599 menunjukkan adanya hubungan positif antara Pengetahuan Wajib Pajak (X_1) dengan Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Artinya jika variabel lain bersifat tetap dan Pengetahuan Wajib Pajak (X_1) mengalami kenaikan satu-satuan, maka Kepatuhan Wajib Pajak (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,599.
- 3) Koefisien regresi variabel Kesadaran Wajib Pajak (X_2) bernilai positif yaitu sebesar 0,320 menunjukkan adanya hubungan positif antara Kesadaran Wajib Pajak (X_2) dengan Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Artinya jika variabel lain bersifat tetap dan Tarif Pajak mengalami kenaikan satu-satuan, maka Kepatuhan Wajib Pajak akan mengalami peningkatan sebesar 0,320.

4) Koefisien regresivariabel Sanksi Pajak(X_3) bernilai positif yaitusebesar 0,355 menunjukkan adanyahubungan positif antara SanksiPajak (X_3) dengan kepatuhan wajib pajak(Y). Artinya jika variabellain bersifat tetap danSanksi Pajak (X_3) mengalamikenakan satu-satuan, makaKepatuhan WajibPajak (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,355.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (t)

Tabel 4.13
Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,940	2,888		,672	,505
	X1	,599	,214	,405	2,800	,008
	X2	,320	,178	,265	1,800	,079
	X3	,355	,216	,237	1,641	,108
Dependent Variable: Y						

Sumber: datadiolah peneliti 2024 (software SPSS 29)

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji t mendapatkan hasilsebagai berikut:

- 1) Pengetahuan WajibPajak (X_1) memiliki nilai signifikansibesar 0,008 dan thitung sebesar2,800. Dengan nilaisignifikansi lebih kecildari 0,05 ($0,008 < 0,05$) dan thitung lebihbesar daripada ttabel($2,800 > 2,019$) maka**H1 diterima** sehingga dapatdisimpulkan Pengetahuan WajibPajak (X_2) secara parsial berpengaruh terhadapKepatuhan WajibPajak (Y).
- 2) Kesadaran WajibPajak (X_2) memiliki nilaisignifikansi sebesaro,079 dan thitung sebesar1,800. Dengan nilaisignifikansi lebih besar dario,05 ($0,079 > 0,05$) dan thitunglebih kecil daripada ttabel($1,800 < 2,019$) maka**H2 ditolak** sehingga dapatdisimpulkan Kesadaran WajibPajak (X_2) secara parsial tidak berpengaruhterhadap Kepatuhan WajibPajak (Y).
- 3) Sanksi Pajak(X_3) memiliki nilaisignifikansi sebesaro,108 dan thitung sebesar 1,641. Dengan nilaisignifikansi lebih besardari 0,05 ($0,108 > 0,05$) dan thitung lebih kecildaripada ttabel ($1,641 < 2,019$) maka **H3 ditolak** sehingga dapat disimpulkanSanksi Pajak(X_3) secaraparsialtidak berpengaruh terhadapKepatuhan WajibPajak (Y).

b. Uji Simultan (f)

Tabel 4.14
Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	899,898	3	299,966	30,143	<,001 ^b
	Residual	408,013	41	9,952		
	Total	1307,911	44			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber: data diolah peneliti 2024 (software SPSS 29)

Hasil dari uji F diperoleh nilai signifikansi 0,001 dan F hitung sebesar 30,143. Dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,001 < 0,05) dan F hitung lebih besar daripada F tabel (30,143 > 2,83) maka **H₀** diterima.

6. Uji Determinasi (R²)

Tabel 4.15
Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,829 ^a	,688	,665	3,15460
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: data diolah peneliti 2024 (software SPSS 29)

Hasil uji koefisien determinasi tersebut di atas menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,665 atau 66,5%. Oleh karena itu, dalam penelitian ini variabel independen yaitu Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Perpajakan dapat memberikan kontribusi sebesar 66,5% terhadap variansi variabel dependen yaitu Kepatuhan

WajibPajak. Sementara itu, faktor-faktor yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini memberikan dampak terhadap sisanya sebesar 33,5%.

7. Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan WajibPajak Terhadap Kepatuhan WajibPajak

Berdasarkan hasil pengujian maka dapat dikatakan H_1 diterimakarena variabel pengetahuan wajibpajak (X_1) mempunyai nilai hitung $> t_{tabel}$, atau $2,800 > 2,019$, dan nilai signifikan kurang dari $0,05$ atau $0,008 < 0,05$. Dampak dari belum lengkapnya kesadaran wajibpajak terhadap kepatuhan wajibpajak konsumen e-commerce di Kota Bukittinggi patut diperhatikan dan berdampak. Data penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner dilakukan analisis statistik deskriptif yang memberikan hasil positif terhadap pemahaman responden terhadap wajib pajak. Koefisien regresi pada penelitian ini dilaporkan bernilai positif sebesar $0,559$.

2. Pengaruh Kesadaran WajibPajak terhadap Kepatuhan WajibPajak

Variabel kesadaran wajibpajak (X_2) mempunyai nilai hitung $< t_{tabel}$ atau $1,800 < 2,019$ dan nilai signifikansi lebih besar dari $0,05$ atau $0,079 > 0,05$ berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan. Oleh karena itu, dapat dinyatakan H_2 ditolak. Konsekuensinya, kepatuhan wajibpajak pengguna e-commerce di Kota Bukittinggi tidak terpengaruh dan tidak terlalu bergantung pada pengetahuan wajib pajak secara parsial. Koefisien regresi pada penelitian ini dilaporkan bernilai positif sebesar $0,320$. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara pengetahuan wajibpajak dan kepatuhan wajibpajak bersifat satu arah: seiring dengan meningkatnya kesadaran wajibpajak, maka kepatuhan wajibpajak juga akan meningkat.

3. Pengaruh SanksiPajak terhadap Kepatuhan WajibPajak

Variabel sanksi perpajakan (X_3) mempunyai nilai hitung $< t_{tabel}$ atau $1,641 < 2,019$ dan nilai signifikansi lebih dari $0,05$ atau $0,108 > 0,05$ berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan. Oleh karena itu, dapat ditentukan bahwa H_3 ditolak. Akibatnya, kecil pengaruh dan signifikansi sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna e-commerce Kota Bukittinggi. Koefisien regresi pada penelitian ini dilaporkan bernilai positif sebesar $0,355$. Hal ini menunjukkan bahwa dampak sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak bersifat searah; Artinya, peningkatan sanksi perpajakan akan berdampak pada peningkatan kepatuhan wajib pajak sebesar satu satuan.

4. Pengaruh Pengetahuan WajibPajak, Kesadaran WajibPajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan WajibPajak

Nilai F hitung sebesar $30,143$ dengan taraf kepercayaan $\alpha=5\%$, $df 1 = 3$, dan $df 2 = 42$ berdasarkan temuan pengujian sehingga diperoleh hasil

Ftabel sebesar 2,83. Nilai signifikansi yang ditunjukkan pada tabel ANOVA adalah 0,001. Hasil pengujian menunjukkan bahwa $0,001 < 0,05$ merupakan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 dan diperoleh Fhitung $> F$ tabel atau $30,143 > 2,83$. Dengan demikian, secara umum Kepatuhan WajibPajak (Y) pelanggan e-commerce dipengaruhi secara signifikan oleh Pengetahuan WajibPajak (X₁), Kesadaran WajibPajak (X₂), dan SanksiPajak (X₃) yang hadir secara bersamaan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa hal ini membuktikan validitas hipotesis H₄. Hal tersebut menjelaskan bahwa apabila peraturan pajak, kesadaran wajibpajak dan sanksi pajak secara simultan meningkat, maka kepatuhan wajibpajak pengguna e-commerce juga akan ikut meningkat.

Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan pengujian statistik terhadap data yang diperoleh berdasarkan data dari variabel Pengetahuan WajibPajak, Kesadaran Wajib Pajak, SanksiPajak dan Kepatuhan WajibPajak pengguna ecommerce, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Pengetahuan Peraturan Pajak secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepatuhan WajibPajak pengguna e-commerce.
2. Variabel Kesadaran Wajib Pajak secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan WajibPajak pengguna e-commerce.
3. Variabel SanksiPajak secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan WajibPajak pengguna e-commerce.
4. Pengetahuan WajibPajak, Kesadaran WajibPajak, dan Sanksi Pajak secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan WajibPajak pengguna e-commerce di Kota Bukittinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Andrianus, AlvinDanniswara, And AbdulGhofar, 'Kesadaran WajibPajak Memediasi Pengaruh PengetahuanPajak Terhadap Kepatuhan WajibPajak (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu)', 2009, 1–11
'Badan Pusat Statistik' (Bukittinggi, 2024)

Fajriya, ShelaNur; Zulaikha, 'Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran WajibPajak, Pelaksanaan Self-Assessment, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan WajibPajak Pelaku E-Commerce (Studi Kasus WajibPajak Orang Pribadi Pelaku UMKM Di Kota Semarang)', 12.4 (2023), 1–13

Hama, Aloisius, 'Analysis Of Tax Payment Compliance On E-Commerce Transaction In Surabaya', 12.1 (2021), 609–20

_____, 'Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Peraturan Pajak, Dan Penyuluhan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Transaksi E-Commerce Di Surabaya (The Effect Of Taxpayer Awareness, Knowledge Of Tax

Regulations , And Tax EducationOn Tax Paymen', 1.2(2021)

Hapsari, AninditaRizki, And RizkaRamayanti, 'PengaruhPengetahuan Perpajakan, Ketegasan SanksiPajak, Dan Kesadaran WajibPajak Terhadap Kepatuhan WajibPajak Umkm', 5.1(2022), 16–24

Khairunisa,Firda, 'PemahamanKepatuhan WajibPajak OrangPribadi : Studi Fenomenologi'

Ramadhan, AdityaWahyu, And AnikLestari Andjarwati, 'PengaruhzcitraMerek Danzkualitas Produk Terhadapzkeputusan PembelianSamsung Galaxy S7(Studi Pada Pengunjung Plasa MarinaDan Wtc Surabaya)', 5(2017)

Sabrina, Della, DeniDarmawati, And WahyuAdi Saputro, 'Karakteristik WajibPajak , Kinerja SistemPerpajakan , Dan KepatuhanPajak: Studi EmpirisTerhadap Persepsi Wajib PajakE- Commerce', 3.1(2023), 1583–90

Septianingrum,Sania, 'PengaruhSosialisasi Pajak, PengetahuanPajak, Dan Kesadaran Wajib Pajak TerhadapKepatuhan WajibPajak Pelaku E-Commerce', 2022, 17

Valenty, YolaAndesta, And HadriKusuma, 'DeterminanKepatuhan Pajak : Perspektif TheoryOf Planned Behavior DanTeoriInstitusional', 1.2017(2019), 47–56