

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-commerce* (Studi Pada Pelaku Usaha UMKM yang Menggunakan Layanan *E-Commerce* di Kota Pekanbaru)

Indah Mawaddah^{1*}, Zirman², Rezi Abdurrahman³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Universitas Riau, Pekanbaru, Riau, 28293, Indonesia

^{1*}mawaddah.indah11@gmail.com, ²zirman_ak@yahoo.co.id, ³rezi.abdurrahman@lecturer.unri.ac.id

Abstract

This study aims to examine the effect of tax Socialization, understanding of taxation, awareness of taxpayers, and tax rate on the compliance of e-commerce user taxpayers. The object of this study was SMES taxpayers using e-commerce services in Pekanbaru. This study used primer data, which distributed all questionnaires directly and online by Google form that obtained a sample of 51 respondents. The data obtained were analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) data analysis program version 25. The results show that tax socialization and taxpayer awareness affect SMES taxpayers compliance with e-commerce services. Meanwhile, understanding taxation and tax rates does not influence the compliance of SMES taxpayers who use e-commerce services. Adjusted R² results in conjunction with four independent variables on the dependent variable influenced by 34% and the remaining 66% were influenced by other factors not studied in this study.

Keywords: *tax socialization, understanding of taxation, the awareness of taxpayers, tax rate, taxpayers compliance*

1. Pendahuluan

Berkembangnya zaman, maka berkembang pula berbagai inovasi di berbagai bidang yang bertujuan untuk mempermudah kehidupan masyarakat, tidak terkecuali di bidang teknologi. Di era saat ini, pelaku usaha sebagai wajib pajak mulai mengembangkan usahanya melalui media *e-commerce*. 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, hal ini diakui oleh Iwan Djuniardi, Direktur Teknologi dan Informasi Perpajakan Direktorat Jenderal Pajak. Jumlah pelaku *e-commerce* dan berapa jumlah nominal transaksi *e-commerce* tidak mudah untuk diketahui dan dipantau, sehingga berdampak juga dalam hal pajak. Kondisi yang ada saat ini adalah banyaknya pelaku usaha *e-commerce* yang berpenghasilan tinggi belum melaporkan kegiatan dan penghasilannya. Dilansir oleh cnnindonesia.com, seorang pedagang *online* pelaku *e-commerce* viral di media

sosial Twitter karena membagikan tagihan pajaknya yang mencapai 35 juta Rupiah. Tagihan pajaknya membengkak akibat hasil transaksi perdagangan *e-commerce* yang dilakukannya selama 2 tahun. Diketahui pula bahwa pedagang tersebut belum memiliki NPWP. Dapat dilihat bahwa pedagang *online* tersebut merupakan salah satu contoh dari kurangnya kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Tentu kurangnya kepatuhan wajib pajak ini disebabkan oleh beberapa faktor, hal ini pula yang melatar belakangi penulis untuk meneliti mengenai kepatuhan wajib pajak.

Beberapa upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak terutama kepatuhan wajib pajak UMKM. Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak melakukan kegiatan sosialisasi atau penyuluhan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman bagi masyarakat mengenai aturan perpajakan di Indonesia (Herryanto dan Toly, 2013). Saragih (2013) berpendapat bahwa sosialisasi pajak merupakan suatu upaya dari Dirjen Pajak untuk memberikan

informasi, dan penyuluhan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan peraturan perpajakan dan undang-undangnya. Dengan adanya sosialisasi pajak maka akan semakin meningkat kepatuhan wajib pajak jika mengerti akan perpajakan dan memiliki pengetahuan mengenai perpajakan. Penelitian oleh Maxuel *et al* (2021) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak, hasil ini membuktikan bahwa kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian berbeda didapatkan oleh Irwansyah (2021), kegiatan sosialisasi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Adanya upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak harus dibarengi dengan timbulnya kesadaran akan pentingnya pajak bagi negara dan masyarakat oleh wajib pajak khususnya wajib pajak UMKM. kesadaran wajib pajak merupakan niat baik seseorang untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela (Astana & Merkusiwati, 2017). Untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, maka harus memiliki kesadaran akan pajak yang tinggi, sehingga bisa memahami dan melaksanakan kewajiban akan perpajakan dengan baik. Penelitian yang telah dilakukan oleh Ningsih (2019) menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Akan tetapi, hasil yang tidak konsisten ditemui dari penelitian yang telah dilakukan oleh Hapsari dan Ramayanti (2022), penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian dapat diketahui bahwa wajib pajak belum sepenuhnya memiliki kesadaran dalam memenuhi kewajiban untuk patuh dalam membayar pajak. Tentu saja apabila hal ini terjadi akan mengakibatkan tidak

optimalnya penerimaan atas penghasilan pajak sehingga dapat merugikan negara.

Dengan adanya kesadaran wajib pajak, maka wajib pajak akan meningkatkan pemahaman peraturan pajak. Oleh sebab itu, adanya pemahaman pajak akan membantu meningkatnya kepatuhan wajib pajak. Oladipupo & Obazee (2016) telah melakukan penelitian dimana menunjukkan bahwa pemahaman terhadap aturan perpajakan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Ningsih (2019) yang mana menghasilkan bahwa pemahaman peraturan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Untuk meningkatkan kemauan wajib pajak UMKM dalam membayarkan pajak terutang, pemerintah melakukan revisi terhadap ketentuan tarif yang berlaku dimana PP Nomor 23 Tahun 2018 diberlakukan sebagai pengganti PP Nomor 46 Tahun 2013. Adapun tarif pajak PPh final sebesar 1% diubah menjadi 0,5% atas omzet usaha maksimal 4,8 miliar per tahun. Selanjutnya pada tahun 2021, pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Salah satu hal yang diatur dalam undang-undang tersebut yaitu pemberian keringanan bagi wajib pajak UMKM antara lain yaitu, tarif pajak penghasilan (PPh) final 0,5% dari peredaran bruto, untuk Wajib Pajak UMKM dengan peredaran bruto sampai Rp500 Juta per tahun tidak perlu membayar PPh Final sebesar 0,5%. Fasilitas peredaran bruto bebas pajak senilai Rp500 Juta ini dapat dimanfaatkan oleh Wajib Pajak UMKM yang menggunakan skema PPh Final PP No. 23 Tahun 2018 dalam memenuhi kewajiban pajak penghasilannya.

Tarif pajak yang adil dan tidak memberatkan wajib pajak dapat mendorong masyarakat untuk melapor dan membayar pajak. Penelitian oleh Fauzi & Maula (2020) menunjukkan bahwa tarif pajak

berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Yunia *et al* (2021), hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif pajak tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

2. Kajian Pustaka

2.1 Teori Atribusi

Teori atribusi memberikan penjelasan bahwa perilaku seseorang dapat diamati dan dapat disimpulkan apakah perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal pada penelitian ini variabel sosialisasi perpajakan dan tarif pajak termasuk ke dalam faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku individu dalam hal ini adalah wajib pajak. Sedangkan variabel pemahaman perpajakan dan kesadaran wajib pajak merupakan faktor-faktor yang berasal dari pengaruh internal atau dari dalam diri wajib pajak itu sendiri. Dalam teori atribusi dijelaskan bahwa pihak internal maupun pihak eksternal berperan aktif dalam melaksanakan kepatuhan wajib pajak. Adanya hubungan antara variabel independen dan teori atribusi inilah yang menjadikan alasan digunakannya teori tersebut dalam penelitian.

2.2 Teori Daya Pikul

Pada teori ini dikemukakan bahwa setiap wajib pajak harus mendapatkan hak untuk membayar pajak sesuai dengan daya pikul masing-masing sehingga beban pajak bagi setiap orang akan sesuai dengan kemampuannya. Pendekatan yang dilakukan untuk mengukur daya pikul seseorang yaitu (1) unsur objektif, dilihat dari seberapa besar penghasilan atau harta benda yang dimiliki, dan (2) unsur subjektif, dilihat dari seberapa besar kebutuhan material yang harus terpenuhi. Pada penelitian ini, tarif pajak yang merupakan salah satu dari variabel bebas sesuai dengan teori daya pikul. Adanya pengenaan pajak dan ketentuan tarif pajak berdasarkan jumlah omzet usaha menunjukkan bahwa tiap wajib pajak akan

dibebankan sesuai dengan daya pikul masing-masing.

2.3 Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak ialah Pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan negara yang diharapkan dalam pemenuhannya diberikan secara sukarela.

2.4 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan suatu kegiatan usaha ekonomi yang bersifat produktif yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang ataupun anak perusahaan dari suatu perusahaan yang telah dikuasai, dengan jumlah omzet yang sesuai dengan peraturan yang berlaku.

2.5 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi adalah sebagai suatu proses dimana orang-orang mempelajari, sistem nilai, norma dan pola perilaku yang diharapkan oleh kelompok sebagai bentuk transformasi dari orang tersebut sebagai orang luar menjadi organisasi yang efektif.

2.6 Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak ialah keadaan dimana individu telah memahami dan menyadari adanya kewajiban untuk memenuhi aturan perpajakan yang berlaku sehingga mereka dapat melakukan kewajiban perpajakan secara sukarela.

2.7 Pemahaman Perpajakan

Pemahaman pajak adalah proses dimana wajib pajak memahami dan mengetahui tentang peraturan dan undang-undang serta tata cara perpajakan dan menerapkannya untuk melakukan kegiatan perpajakan seperti membayar pajak, melaporkan SPT, dan sebagainya.

2.8 Tarif Pajak

Tarif pajak ialah aturan berupa jumlah yang harus dibayarkan dalam bentuk persentase (%) atau rupiah oleh

wajib pajak berdasarkan dasar pengenaan yang berlaku.

2.9 *E-Commerce*

E-commerce adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet (Wong, 2010).

2.10 Kerangka Pemikiran

a. Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Agar kepatuhan wajib pajak dapat tercapai maksimal dan masyarakat sebagai wajib pajak dapat memenuhi kewajiban perpajakannya, maka wajib pajak tentu harus memahami tentang aturan perpajakan. Oleh karena itu, diperlukan adanya tindakan kepada masyarakat agar dapat mengetahui dan lebih memahami mengenai perpajakan yaitu melalui sosialisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Maxuel et al (2021) dan Yana (2021) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

b. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Wajib pajak yang memiliki kesadaran akan memenuhi kewajibannya tanpa harus memandang manfaat yang didapat melainkan dari benar atau salah keputusan yang diambil. Dari perspektif tersebut, keyakinan moral dan etika yang menjadi dasar wajib pajak untuk bertindak, dan pengaruh dari norma, sosial, dan budaya. Oleh sebab itu semakin meningkat kesadaran wajib pajak, maka semakin meningkat juga kepatuhan wajib pajaknya (Irwansyah, 2021).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Indriyani (2020) dan Astutik (2020) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

c. Pengaruh Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Adiasa (2013) pemahaman perpajakan adalah suatu proses dimana wajib pajak memahami dan mengetahui tentang peraturan dan undang-undang serta tata cara perpajakan dan menerapkannya untuk melakukan kegiatan perpajakan seperti, membayar pajak, melaporkan SPT, dan sebagainya. Jika seseorang telah memahami dan mengerti tentang peraturan perpajakan maka akan terjadi peningkatan pada kepatuhan wajib pajak.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Hasanah (2016), Maqsudi et al (2021), dan Putri (2019), menunjukkan adanya pemahaman perpajakan telah memberikan pengaruh yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

d. Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Rahayu (2017: 186), Tarif harus didasarkan atas pemahaman bahwa setiap orang memiliki hak yang sama sehingga akan tercapai tarif pajak yang proporsional, hal ini berkaitan dengan jumlah pajak yang dibayar berhubungan dengan tarif pajak. Jika tarif tidak seimbang atau tidak sesuai, tarif pajak tinggi sedangkan penghasilan wajib pajak rendah atau tarifnya rendah sedangkan penghasilan wajib pajak tinggi maka menyebabkan kepatuhan wajib pajak menurun (Muhamad, 2019).

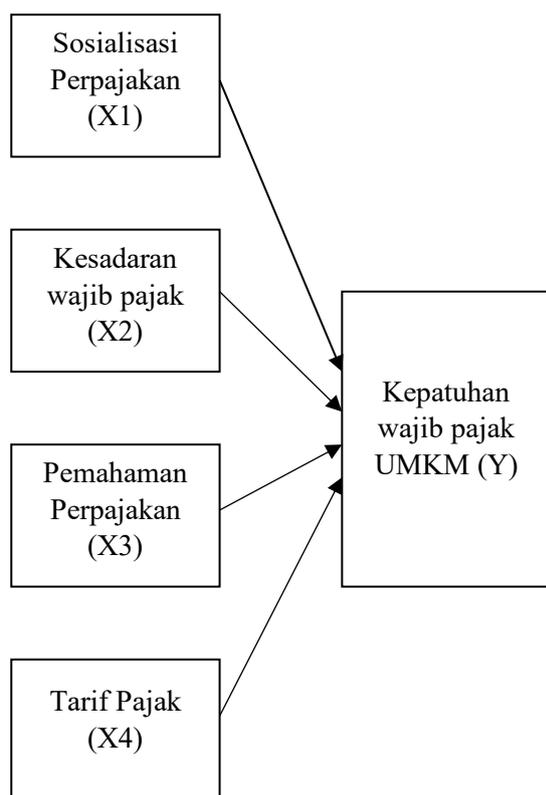
Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Guslinda (2022), Adisti (2022), dan Napisah & Khuluqi (2022) menunjukkan bahwa tarif pajak berpengaruh secara positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

2.11 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijabarkan pada halaman sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

- H2 : Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM
- H3 : Pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM
- H4 : Tarif Pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM



Gambar 1. Model Penelitian
 Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi dan sampel

Populasi pada penelitian ini adalah Wajib Pajak UMKM Pelaku usaha yang menggunakan layanan *E-Commerce* untuk usahanya di Kota Pekanbaru. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* serta menggunakan rumus *Lemeshow* untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil dikarenakan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui. Adapun kriteria sampel pada penelitian ini adalah: (1) Wajib Pajak UMKM yang memiliki usaha yang dipasarkan pada layanan *E-Commerce*

di kota Pekanbaru serta (2) usaha yang dijalankan memiliki peredaran bruto lebih dari Rp500.000.000 dalam satu tahun pajak.

3.2 Jenis dan sumber data

Penelitian ini menggunakan data primer, menurut Sekaran (2017) data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Adapun data diperoleh turun kelapangan dari menyebarkan angket atau kuesioner baik didapat secara langsung maupun melalui *google form* yang mana sumbernya yang berasal dari responden yaitu wajib pajak UMKM pelaku usaha yang menggunakan layanan *e-commerce* di Kota Pekanbaru.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Pengumpulan data primer ini dilakukan di kota Pekanbaru. Kuesioner dibagikan kepada wajib pajak UMKM pelaku usaha yang menggunakan layanan *e-commerce* di Kota Pekanbaru. Setiap kuesioner yang dibagikan diminta untuk memilih salah satu jawaban dalam kuesioner yang sesuai dengan persepsinya Skala menggunakan modifikasi skala *likert* dengan 4 (empat) pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

3.4 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data statistik berupa analisis regresi berganda. Analisis regresi linear ganda merupakan metode analisis regresi yang menggunakan hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini penulis menggunakan program SPSS versi 25 untuk mengolah data. Model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Kepatuhan wajib pajak UMKM

- α = Konstanta
- β = Koefisien regresi
- X1 = Sosialisasi perpajakan
- X2 = Kesadaran wajib pajak
- X3 = Pemahaman perpajakan
- X4 = Tarif pajak
- e = Tingkat kesalahan (error)

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada penelitian ini, data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada objek penelitian yaitu Wajib Pajak UMKM yang menggunakan layanan *E-commerce* yang ada di Kota Pekanbaru. Penyebaran kuesioner dilakukan mulai dari 2 Maret 2023 – 17 Maret 2023. Total kuesioner yang disebar baik dibagikan secara langsung maupun via *online* menggunakan *Google Form* adalah sebanyak 96 Kuesioner. Dari 96 (100%) Kuesioner yang telah disebar, 51 (53%) Kuesioner yang kembali dan dapat diolah. Berikut karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir.

Tabel 1. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	23	45,1%
Perempuan	28	54,9%
Jumlah	51	100%

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Tabel 2: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
< 26 Tahun	5	9,8%
26 - 35 Tahun	20	39,2%
36 - 45 Tahun	22	43,1%
46 - 55 Tahun	3	5,9%
>56 Tahun	1	2,0%
Jumlah	51	100%

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Tabel 3: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Kriteria	Frekuensi	Persentase (%)
SMP	3	5,9%
SMA	9	17,6%
Diploma	5	9,8%
Sarjana (S1)	31	60,8%
Magister (S2)	3	5,9%
Jumlah	51	100%

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

4.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Tingkat validitas item diketahui dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . dihitung dengan *degree of freedom* (df) = N-2, sehingga df = 51-2=49, n (0,05;49) yaitu 0,281. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item tersebut valid dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item kuisisioner dinyatakan tidak valid. Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas dengan teknik *Pearson Correlation* diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kepatuhan wajib pajak UMKM (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	R_{tabel}	Kesimpulan
Y.1	.749**	0,281	Valid
Y.2	.605**	0,281	Valid
Y.3	.623**	0,281	Valid
Y.4	.681**	0,281	Valid
Y.5	.563**	0,281	Valid
Y.6	.678**	0,281	Valid
Y.7	.648**	0,281	Valid
Y.8	.661**	0,281	Valid
Y.9	.543**	0,281	Valid
Y.10	.424**	0,281	Valid
Y.11	.637**	0,281	Valid
Y.12	.762**	0,281	Valid
Y.13	.818**	0,281	Valid
Y.14	.662**	0,281	Valid

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Sosialisasi Perpajakan (X1)

Pernyataan	r_{hitung}	R_{tabel}	Kesimpulan
X1.1	.588**	0,281	Valid
X1.2	.763**	0,281	Valid
X1.3	.704**	0,281	Valid
X1.4	.326**	0,281	Valid
X1.5	.837**	0,281	Valid
X1.6	.774**	0,281	Valid
X1.7	.765**	0,281	Valid
X1.8	.773**	0,281	Valid

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Pemahaman Perpajakan (X2)

Pernyataan	r_{hitung}	R_{tabel}	Kesimpulan
X2.1	.835**	0,281	Valid
X2.2	.900**	0,281	Valid
X2.3	.806**	0,281	Valid
X2.4	.914**	0,281	Valid
X2.5	.880**	0,281	Valid
X2.6	.802**	0,281	Valid

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kesadaran Wajib Pajak (X3)

Pernyataan	rhitung	Rtabel	Kesimpulan
X3.1	.430**	0,281	Valid
X3.2	.782**	0,281	Valid
X3.3	.758**	0,281	Valid
X3.4	.796**	0,281	Valid
X3.5	.572**	0,281	Valid
X3.6	.773**	0,281	Valid
X3.7	.749**	0,281	Valid
X3.8	.793**	0,281	Valid

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Tarif Pajak (X4)

Pernyataan	rhitung	Rtabel	Kesimpulan
X4.1	.574**	0,281	Valid
X4.2	.547**	0,281	Valid
X4.3	.535**	0,281	Valid
X4.4	.391**	0,281	Valid
X4.5	.621**	0,281	Valid
X4.6	.646**	0,281	Valid
X4.7	.619**	0,281	Valid
X4.8	.690**	0,281	Valid
X4.9	.360**	0,281	Valid
X4.10	.660**	0,281	Valid

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

4.2 Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas yang dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengukuran dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama. Pengujian dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha*. Nilai *alpha* antara 0,8 sampai dengan 1 dikategorikan sebagai reliabilitas baik, nilai *alpha* antara 0,6 sampai 0,79 dikategorikan sebagai reliabilitas diterima, dan nilai *alpha* kurang dari 0,6 dikategorikan sebagai reliabilitas kurang baik.

Tabel 9. Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.885	14

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Tabel 10. Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.836	8

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Tabel 11. Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.927	6

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Tabel 12. Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.853	8

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Tabel 13. Uji Reliabilitas X4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.737	10

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

4.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Model regresi yang baik memiliki data yang didistribusi normal atau mendekati normal. Model regresi yang terdistribusi normal atau mendekati normal dapat diuji dengan menggunakan alat uji *Kolmogorov Smirnov* Uji ini digunakan untuk membandingkan probabilitas yang diperoleh dengan taraf signifikan 0,05. Apabila nilai sign hitung > 0,05 maka data berdistribusi normal.

Tabel 14. Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov Smirnov Test		Kesimpulan
	a		
Unstandardized Residual	.200 ^{e,d}	0,05	Normal

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* memiliki nilai probabilitas yaitu 0,200, lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat adanya keterkaitan antara variabel independen, atau dengan kata lain setiap variabel independen dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat *tolerance value* dan VIF. Multikolinearitas

tidak terjadi bila nilai *tolerance value* diatas 0,1 atau nilai VIF dibawah 10.

Tabel 15. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	23.015	5.717		4.026	.000		
Sosialisasi Perpajakan	.509	.180	.389	2.829	.007	.699	1.431
Pemahaman Perpajakan	.047	.190	.038	.245	.807	.554	1.806
Kesadaran Wajib Pajak	.496	.229	.358	2.166	.036	.483	2.070
Tarif Pajak	-.065	-.212	-.044	-.305	.761	.638	1.566

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

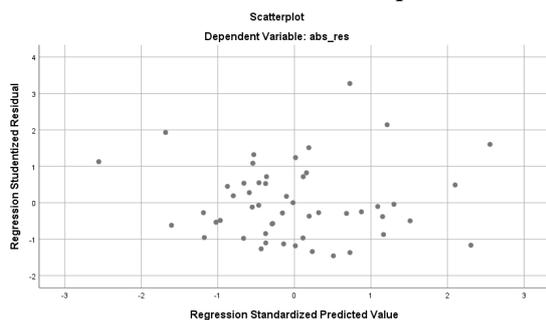
Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel diatas ialah 0,1 dan nilai VIF dibawah 10. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel-variabel independen yang diteliti.

3. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas ini dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika titik-titik pada *scatterplot* membentuk pola tertentu berarti regresi mengalami gangguan. Sebaliknya jika titik-titik berpencar tidak membentuk suatu pola tertentu (menyebarkan) berarti regresi tidak mengalami gangguan heterokedastisitas.

Gambar 1. Grafik Scatterplot



Sumber: Data Primer, Yang Diolah, 2023

Dari grafik scatterplot di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari heterokedastisitas.

4.4 Analisis regresi linear berganda

1. Hasil Uji T (signifikansi parameter)

Tabel 16. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	23.015	5.717		4.026	.000
Sosialisasi Perpajakan (X1)	.509	.180	.389	2.829	.007
Pemahaman Perpajakan (X2)	.047	.190	.038	.245	.807
Kesadaran Wajib Pajak (X3)	.496	.229	.358	2.166	.036
Tarif Pajak (X4)	-.065	-.212	-.044	-.305	.761

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 23.015 + 0.509X_1 + 0.047X_2 + 0.496X_3 - 0.065X_4 + e$$

4.5 Pengaruh sosialisasi perpajakan (X1) terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (Y)

Variabel sosialisasi perpajakan (X1) memiliki nilai sig sebesar 0,007 atau kurang dari 0,05. T_{tabel} sebesar 1,678 didapat dari rumus $n-k-1$ yaitu $51-4-1=46$, selanjutnya bisa dicari pada tabel. T_{hitung} sebesar 2,829. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_1 diterima. Maka, Sosialisasi perpajakan berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

4.6 Pengaruh pemahaman perpajakan (X2) terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (Y)

Variabel pemahaman perpajakan (X2) memiliki nilai sig sebesar 0,807 atau lebih besar dari 0,05. T_{tabel} sebesar 1,678 dan t_{hitung} sebesar 0,245. Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima atau H_2 ditolak. Maka besarnya pemahaman perpajakan

tidak berpengaruh secara terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

4.7 Pengaruh kesadaran wajib pajak (X3) terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (Y)

Variabel kesadaran wajib pajak (X3) memiliki nilai sig sebesar 0,036 atau lebih kecil dari 0,05. T_{tabel} sebesar 1,678 dan t_{hitung} sebesar 2.166. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak atau H_3 diterima. Maka, variabel kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

4.8 Pengaruh tarif pajak (X4) terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (Y)

Variabel tarif pajak (X4) memiliki nilai sig adalah 0,761 atau lebih dari 0,05. T_{tabel} sebesar 1,678 dan t_{hitung} sebesar -0,305. Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima atau H_3 ditolak. Maka, variabel tarif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

4.9 Uji Simultan (Uji F)

Tabel 17. Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	485.313	4	121.328	7.442	.000 ^b
Residual	749.981	46	16.304		
Total	1235.294	50			

a. *Dependent Variable:* Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

b. *Predictors:* (Constant), Tarif Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak
 Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Berdasarkan analisis yang dijelaskan pada tabel di atas, menunjukkan signifikansinya adalah 0,000 atau kurang dari 0,05. Nilai F_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan F_{tabel} (pada df 4;46) yaitu $7.442 > 2,57$ maka model regresi yang digunakan sudah tepat atau *fit*, yaitu sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan tarif pajak secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

4.10 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 18. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.393	.340	4.038

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

Sumber: Data Primer, yang Diolah, 2023

Adapun hasil analisis pada tabel 18 menunjukkan nilai *Adjusted R Square* adalah 0,340 atau 34%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sosialisasi perpajakan (X1), pemahaman perpajakan (X2), kesadaran pajak (X3), dan tarif pajak (X4) memberikan pengaruh sebesar 34% terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (Y) dan sisanya Sebanyak 66% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan analisis data dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan dan kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM yang menggunakan layanan *e-commerce*. Sedangkan pemahaman perpajakan dan tarif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yang menggunakan layanan *e-commerce*.

Adapun pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan serta koreksi untuk melakukan penelitian pada waktu yang akan datang, diantaranya: (1) responden diambil hanya berdasarkan informasi yang didapatkan dari toko yang terdaftar di *e-commerce*. (2) responden yang mengabaikan follow up terkait kuesioner dan (3) beberapa variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis yang mungkin berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Selanjutnya, saran-saran yang dapat diberikan oleh penulis terhadap penelitian yang akan dilakukan di kemudian hari

yaitu; (1) memperluas lokasi penelitian, (2) menambah metode wawancara dengan responden dalam pengambilan data kuesioner, dan (3) meneliti beberapa variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis yang mungkin berpengaruh.

Daftar Pustaka

- Anita, Afeni Maxuel., & Primastiwi. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm *E-commerce*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 16 (1). 21-29
- Astana, W. S. dan L. A. Merkusiwati. 2017. Pengaruh Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Modern dan Kesadaran Wajib Pajak Pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Journal* 18(1):818-846
- Hapsari, Anindita. Rizki & Rizka Ramayanti. (2022). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal IKRAITH EKONOMIKA*, 5(2). 16-24
- Herryanto, M., dan Toly, A.A. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, dan Pemeriksaan Pajak terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan di KPP Pratama Surabaya Sawahan. Program Akuntansi Pajak Program Studi Akuntansi Universitas Kristen Petra, Vol. 1(1).
- Judge, T. A., & Robbins, S. P. (2017). *Organizational Behavior*. Pearson Education (us).
- Kotler Philip, dan Gary Amstrong 2012. *Principles Of Marketing*, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education.
- Ningsih, Atik. Sulisty. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-commerce*. *E-JRA*. 08 (1). 82-91
- Oladipupo, Adesina. Olugoke. (2016). *Tax Knowledge, Penalties and Tax Compliance in Small and Medium Scale Enterprises in Nigeria The Power of Spectrums*. (2021). *iBusiness*, 8, 1-9
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan Teori dan Kasus* (11th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Saragih S. F. 2013. Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Medan Timur. (Tesis). *Disertasi dan Tesis program pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara: Medan*.
- Uma Sekaran. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wong, Jony, 2010, *Internet Marketing for Beginners*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Viral penjual online ditagih pajak Rp 35 juta. (2021. November 24). Retrieved February 01, 2023, from cnnindonesia.com/ekonomi/viral-penjual-online-ditagih-pajak-rp35-juta.