

**PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN
PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK,
DAN SANKSI PAJAK TERHADAP
KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-
COMMERCE
(STUDI KASUS KPP DUREN SAWIT)**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk Memperoleh gelar Sarjana Akuntansi



Disusun oleh :

DINA AKTOVINA

21110033

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PERTIWI
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING



Nama : Dina Aktovina
NIM : 21110033
Progrm Studi : S1 Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce (Studi Kasus KPP Duren Sawit)

Skripsi ini telah disetujui oleh
Pembimbing untuk dilaksanakan

Disetujui pada:

Hari: Rabu Tanggal: 08 Oktober 2025

Pembimbing 1

Nasrulloh, S.E., M.Ak.
NIDN: 0405057601

Pembimbing 2

Siti Ayu Rosida, S.E., M. M., S.I
NIDN: 0416039502

Mengetahui

Ketua Program Studi Akuntansi

Siti Nuridah, S.E., M.Ak.
NIDN: 0411129003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



Nama : Dina Aktovina
NIM : 21110033
Progrm Studi : S1 Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce (Studi Kasus KPP Duren Sawit)

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan

Sidang Panitia Penguji Skripsi Universitas Pertiwi
pada hari Rabu tanggal 08 Oktober 2025

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
Siti Nuridah, S.E, M.Ak	Ketua Penguji	
Sopian, S.E., M.Ak.	Penguji 1	
Nasrulloh, S.E., M.Ak.	Penguji 2	
Siti Ayu Rosida, S.E., M. M., S.I	Penguji 3	

Mengetahui,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pertiwi

Fa'uzobihi, S.Pd. M.Pd
Dekan

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah mahasiswa Universitas Pertiwi:

Nama : Dina Aktovina

NIM : 21110033

Program Studi : SI Akuntansi

Judul Skripsi : Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce Periode 2021 – 2024 (Studi Kasus KPP Duren Sawit).

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil karya penelitian dan tulisan sendiri, bukan buatan orang lain, dan tidak menjiplak karya ilmiah orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya.
2. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain, dipastikan telah saya tulis sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan cita penulisan karya ilmiah.
3. Menyerahkan hak cipta dan kepemilikan skripsi ini kepada Universitas Pertiwi untuk digunakan dalam penelitian, publikasi, dan pengembangan keilmuan.
4. Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiasi dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi, termasuk pencabutan gelar akademik yang saya sandang sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Dinyatakan di
Bekasi, 25 September 2025



(Dina Aktovina)

ABSTRAK

Nama : Dina Aktovina
NIM : 21110033
Program Studi : S1 Akuntansi
Judul : Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce (Studi Kasus KPP Duren Sawit)
Pembimbing 1 : Nasrulloh, S.E., M.Ak
Pembimbing 2 : Siti Ayu Rosida, S.E., M. M., S.I

Perkembangan e-commerce di Indonesia menghadirkan peluang ekonomi sekaligus tantangan dalam kepatuhan perpajakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan populasi wajib pajak e-commerce di KPP Pratama Duren Sawit dan sampel sebanyak 95 responden melalui purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa pemahaman peraturan pajak (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan dengan nilai t-hitung 8,195 (Sig. 0,000; $\beta = 0,648$) dan menjadi variabel paling dominan. Kesadaran wajib pajak (X_2) berpengaruh signifikan dengan t-hitung 5,547 (Sig. 0,000; $\beta = 0,499$), sedangkan sanksi pajak (X_3) juga berpengaruh signifikan dengan t-hitung 7,153 (Sig. 0,000; $\beta = 0,596$). Uji simultan memperoleh Fhitung 30,234 (Sig. 0,000 < 0,05), dan nilai R^2 sebesar 0,499, yang berarti 49,9% variasi kepatuhan dijelaskan oleh ketiga variabel bebas. Penelitian menyimpulkan bahwa pemahaman, kesadaran, dan sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan, dengan pemahaman peraturan pajak sebagai faktor utama.

Kata Kunci: e-commerce, pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, sanksi pajak, kepatuhan wajib pajak.

ABSTRACT

Name : Dina Aktovina
NIM : 21110033
Program : S1 Akuntansi
Title : *THE INFLUENCE OF UNDERSTANDING TAX REGULATIONS, TAXPAYER AWARENESS, AND TAX SANCTIONS ON E-COMMERCE TAXPAYER COMPLIANCE (CASE STUDY OF DUREN SAWIT TAX OFFICE)*
Supervisor 1 : Nasrulloh, S.E., M.Ak
Supervisor 2 : Siti Ayu Rosida, S.E., M. M., S.I

The rapid growth of e-commerce in Indonesia has created new economic opportunities while also posing challenges in terms of tax compliance. This study applies a quantitative descriptive approach with a population of e-commerce taxpayers registered at KPP Pratama Duren Sawit, and a sample of 95 respondents selected through purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS. Partial test results indicate that understanding of tax regulations (X1) has a positive and significant effect on compliance with a t-value of 8.195 (Sig. 0.000; $\beta = 0.648$), making it the most dominant factor. Taxpayer awareness (X2) shows a significant effect with a t-value of 5.547 (Sig. 0.000; $\beta = 0.499$), while tax sanctions (X3) also have a significant effect with a t-value of 7.153 (Sig. 0.000; $\beta = 0.596$). The simultaneous test produces an F-value of 30.234 (Sig. 0.000 < 0.05), and the coefficient of determination (R^2) is 0.499, meaning that 49.9% of taxpayer compliance is explained by the three independent variables. The study concludes that understanding of tax regulations, taxpayer awareness, and tax sanctions significantly affect compliance, with understanding being the most influential factor.

Keywords: *e-commerce, understanding of tax regulations, taxpayer awareness, tax sanctions, taxpayer compliance.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce (Studi Kasus KPP Duren Sawit) sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Prodi Akuntansi Universitas Pertiwi. Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual.

Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Arif Nugroho, B.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Pertiwi
2. Dr. Sri Mulyani, S.E., M.M., selaku Wakil Rektor 1 Universitas Pertiwi
3. Fa'uzobihi, S.Pd, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pertiwi
4. Siti Nuridah, S.E, M.Ak, Selaku Ketua Jurusan Akuntansi
5. Nasrulloh, S.E., M.Ak, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi, arahan serta dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Siti Ayu Rosida, S.E., M. M., S.I, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia

meluangkan waktu untuk memberikan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan dan penyusunan dari proposal hingga skripsi.

7. Kedua orang tua. Panutanku Bapak Hans Luther Ayemi yang saat ini sedang berjuang melawan sakitnya, dan perempuan yang paling penulis sayang, Ibu Yuliana Hardinem yang selalu memberikan dukungan moril dan materil, serta tidak henti selalu mendoakan setiap langkahnya, sehingga sangat membantu dalam kelancaran proses penyusunan skripsi ini. Doa penulis senantiasa menyertai bapak dan ibu agar selalu diberi kesehatan oleh Tuhan YME.
8. Kakak – kakak penulis, Selviana R. N. Ayemi, S.E., dan Christina Ayemi, S.E., serta adik penulis Amelia Loisha Ayemi, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, bantuan baik moril maupun materiil, bahkan menjadi “donatur” setiap kali penulis berjuang menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakak ipar penulis, Bobby Ishak Nguru Dioe, yang dengan setia mendampingi dan membantu penulis sejak awal kuliah hingga akhir penyusunan skripsi.
10. Untuk Teman tersayang penulis yang kehadirannya sangat berarti, Anna Diana, Faradila Rima Afrina S.Ap., Kevin Wijaya, Dinar Lambar Artika, teman grup “INFO PINK”, serta seseorang yang spesial Carolus Rivaldo Conterius, yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, mendengarkan keluh kesah, serta menemani penulis dalam suka maupun duka hingga skripsi ini terselesaikan.
11. Terakhir untuk diriku, Dina Aktovina. Terimakasih sudah kerjasama untuk menyelesaikan tugas akhir ini dari awal sampai selesai, banyak sekali rintangan yang sudah di lewati penulis, ada suka maupun duka. Tapi penulis bisa meyakinkan dirinya untuk bisa melewati itu semua dengan tepat waktu.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	I
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	II
LEMBAR PERNYATAAN	III
ABSTRAK.....	IV
ABSTRACT	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL	XII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN DAN BATASAN MASALAH.....	6
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	7
1.4 KEBARUAN PENELITIAN	8
1.5 MANFAAT PENELITIAN	12
1.5.1 MANFAAT TEORITIKAL DAN AKADEMIS	12
1.5.2 MANFAAT MANAJERIAL DAN PRAKTIKAL	13
BAB II TINJAUAN LITERATUR, KERANGKA PEMIKIRAN & PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1 PAJAK.....	15
2.1.1 PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK	15
2.1.2 KESADARAN WAJIB PAJAK.....	19
2.1.3 SANKSI PAJAK	23
2.1.4 KEPATUHAN WAJIB PAJAK <i>E-COMMERCE</i>	27
2.2 KERANGKA PEMIKIRAN	31
2.3 PEMBANGUNAN HIPOTESIS	32
2.3.1 PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK (X1) TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK <i>E-COMMERCE</i> (Y)	34
2.3.2 PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK (X2) TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK <i>E-COMMERCE</i> (Y).....	35
2.3.3 PENGARUH SANKSI PAJAK (X3) TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK <i>E- COMMERCE</i> (Y)	35
2.3.4 PENGARUH SIMULTAN PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK (X1), KESADARAN WAJIB PAJAK (X2), DAN SANKSI PAJAK (X3) TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK <i>E-COMMERCE</i> (Y)	36
2.3.5 MAKNA DAN IMPLIKASI MODEL	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40

3.1	DESAIN PENELITIAN	40
3.2	KONTEKS PENELITIAN	41
3.3	WAKTU DAN TAHAPAN PENELITIAN.....	42
3.4	POPULASI DAN SAMPEL	42
3.5	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	45
3.6	TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL	46
3.7	OPERASIONALISASI DAN PENGUKURAN VARIABEL.....	47
3.7.1	VARIABEL, DIMENSI, DAN INDIKATOR X1	48
3.7.2	VARIABEL, DIMENSI, DAN INDIKATOR X2	49
3.7.3	VARIABEL, DIMENSI, DAN INDIKATOR X3.....	50
3.7.4	VARIABEL, DIMENSI, DAN INDIKATOR Y	51
3.8	TEKNIK ANALISIS DATA	51
3.8.1	UJI VALIDITAS.....	52
3.8.2	UJI RELIABILITAS	53
3.8.3	UJI ASUMSI KLASIK.....	54
3.8.3.1	UJI NORMALITAS	54
3.8.3.2	UJI MULTIKOLINEARITAS	55
3.8.3.3	UJI HETEROSKEDASTISITAS	55
3.8.4	ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA	56
3.8.5	ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA.....	57
3.8.6	UJI HIPOTESIS.....	58
3.8.6.1	UJI PARSIAL (T-TEST)	58
3.8.6.2	UJI SIMULTAN (F-TEST)	59
3.8.6.3	KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		60
4.1	HASIL PENELITIAN	60
4.1.1	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	60
4.1.2	STATISTIK DESKRIPTIF	63
4.2	PENGUJI INSTRUMEN PENELITIAN	64
4.2.1	UJI VALIDITAS.....	64
4.2.2	UJI KORELASI.....	66
4.2.3	UJI RELIABILITAS	68
4.3	UJI ASUMSI KLASIK.....	69
4.3.1	UJI NORMALITAS.....	69
4.3.2	UJI MULTIKOLINEARITAS	71
4.3.3	UJI HETEROSKEDASTISITAS	72
4.4	ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA	73
4.5	ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA.....	77
4.6	UJI HIPOTESIS.....	79
4.6.1	UJI PARSIAL (T – TEST).....	80
4.6.2	UJI SIMULTAN (F – TEST)	82
4.6.3	UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2).....	83
4.7	PEMBAHASAN.....	84
4.7.1	VARIABEL X1	84
4.7.2	VARIABEL X2.....	85

4.7.3	VARIABEL X3	86
4.7.4	UJI F (SIMULTAN) DAN KOEFISIEN DETERMINASI (R^2).....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		89
5.1	KESIMPULAN	89
5.2	SARAN.....	91
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN A KUESIONER.....		97
B.1	TES NORMALITAS.....	102
B.2	TES HETEROSKEDASTISITAS DENGAN METODE SCATTERPLOT.....	102
B.3	TES VALIDITAS.....	103
B.4	TES RELIABILITAS	107
B.5	TES REGRESI LINEAR SEDERHANA	107
B.6	UJI REGRESI LINEAR BERGANDA	108
B.7	UJI KORELASI.....	108
B.8	UJI T.....	109
B.9	UJI F.....	109
B.10	UJI DETERMINASI	109
LAMPIRAN C ADMINISTRASI SKRIPSI.....		110
C.1	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	110
C.2	LEMBAR BIMBINGAN DOSEN	111
C.3	SURAT IZIN PENELITIAN	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	32
Gambar 2. 2 Model Penelitian dengan Hipotesis.....	37
Gambar 4. 1 KPP JAKARTA DUREN SAWIT	60
Gambar 4. 2 Histogram Uji Normalitas	69
Gambar 4. 3 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	70
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas metode Scatterplot	72
Gambar 4. 5 Pengaruh X_1 terhadap Y	74
Gambar 4. 6 Pengaruh X_2 terhadap Y	74
Gambar 4. 7 Pengaruh X_3 terhadap Y	75
Gambar 4. 8 Hasil Linear Berganda.....	77
Gambar 4. 9 Hasil Uji t (X_1 terhadap Y).....	80
Gambar 4. 10 Hasil Uji t (X_2 terhadap Y).....	81
Gambar 4. 11 Hasil Uji t (X_3 terhadap Y).....	81
Gambar 4. 12 Hasil Uji Simultan	82
Gambar 4. 13 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tingkat Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia.....	2
Tabel 1. 2 Kontribusi terhadap Pajak Nasional.....	3
Tabel 1. 3 Jumlah Pelaku Usaha di KPP Duren Sawit.....	4
Tabel 3. 1 Desain Penelitian.....	41
Tabel 3. 2 Waktu dan Tahapan Penelitian	42
Tabel 3. 3 Kriteria Purposive Sampling	43
Tabel 3. 4 Data Primer dan Data Sekunder.....	45
Tabel 3. 5 Skala Likert	47
Tabel 3. 6 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3. 7 Dimensi dan Indikator Pemahaman Peraturan Pajak	48
Tabel 3. 8 Dimensi dan Indikator Kesadaran Wajib Pajak	49
Tabel 3. 9 Dimensi dan Indikator Sanksi Pajak	50
Tabel 3. 10 Dimensi dan Indikator Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	61
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif	63
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4. 4 Tingkat Hubungan Korelasi	66
Tabel 4. 5 Hasil Uji Korelasi	66
Tabel 4. 6 Tingkat Nilai Reliabilitas	68
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	71

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi dan aktivitas ekonomi masyarakat. Salah satu bentuk transformasi digital yang paling signifikan adalah pertumbuhan *e-commerce*. Di samping itu, kesadaran untuk membayar pajak secara sukarela juga masih menjadi persoalan mendasar.

Menurut (Rifani & Lestari, 2022) bahwa pemahaman terhadap sistem elektronik seperti DJP Online, *e-Billing*, dan *e-Filing* juga menjadi kendala tersendiri. Banyak pelaku usaha yang tidak terbiasa dengan sistem digital, sehingga merasa kesulitan saat harus mengakses dan menjalankan kewajiban pajaknya melalui platform daring.

Selain itu, Kesadaran Wajib Pajak menurut (Hayati, 2022) dapat diukur dari keyakinan bahwa pajak adalah kewajiban, pemahaman tentang fungsi pajak untuk pembangunan, sikap sukarela dalam melapor, komitmen tepat waktu, kesadaran atas dampak sanksi, dan keterlibatan dalam edukasi pajak.

Adapun, Sanksi Pajak Menurut Mardiasmo (2011) dalam jurnal (Asfa & Meiranto, 2017), yang merupakan tindakan hukum yang dikenakan kepada wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakannya, baik disengaja maupun tidak disengaja. Tujuan dari sanksi ini bukan hanya menghukum, tetapi juga untuk mengedukasi dan mencegah pelanggaran berikutnya.

Dari ketiga faktor tersebut dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak yang dimana Menurut (Irmayani & Fathah, 2023) Kepatuhan wajib pajak merupakan cerminan dari sejauh mana individu atau pelaku usaha memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Kepatuhan ini tidak hanya menyangkut tindakan administratif seperti pendaftaran dan pelaporan, tetapi juga mencakup sikap jujur serta tanggung jawab moral dalam menyampaikan data yang benar.

Tabel 1. 1 Tingkat Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia

Tahun	Nilai Transaksi (Rp Triliun)	Pertumbuhan (%)
2021	401,0	-
2022	451,0	+12,5%
2023	476,3	+5,6%
2024	±500,0 (proyeksi)	+5,0% (estimasi)

Sumber: BI, idEA, Proyeksi internal (2024)

Berdasarkan laporan Asosiasi *E-Commerce* Indonesia (idEA) dan Bank Indonesia, nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai Rp476,3 triliun pada tahun 2023, meningkat dibandingkan tahun 2022 sebesar Rp451 triliun. Pertumbuhan pesat ini mencerminkan semakin meluasnya aktivitas perdagangan berbasis digital, termasuk di wilayah perkotaan seperti Jakarta Timur. Namun, di balik pesatnya pertumbuhan sektor *e-commerce*, tingkat kepatuhan pajak dari para pelaku usaha digital masih menjadi tantangan serius.

Tabel 1. 2 Kontribusi terhadap Pajak Nasional

Tahun	Kontribusi terhadap Pajak Nasional (%)
2021	0,48%
2022	0,61%
2023	0,75%
2024	±0,85% (proyeksi)

Sumber: DJP 2021-2023, Estimasi Kemenkeu (2024)

Menurut laporan tahunan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) 2023, kontribusi pajak dari sektor *e-commerce* hanya mencapai sekitar 0,75% dari total penerimaan pajak nasional. Secara potensi, sektor ini mampu memberikan kontribusi yang jauh lebih besar jika kepatuhan wajib pajaknya dapat ditingkatkan. Salah satu penyebab rendahnya kontribusi tersebut adalah masih minimnya pemahaman pelaku usaha terhadap kewajiban perpajakan yang berlaku dalam aktivitas digital. Hal ini, diperkuat oleh survei yang dilakukan oleh Pusat Kebijakan Pendapatan Negara (PKPN) Kementerian Keuangan tahun 2022 yang menyatakan bahwa lebih dari 55% pelaku UMKM berbasis digital tidak memahami regulasi perpajakan secara menyeluruh.

Faktor sanksi pajak juga memiliki peran penting dalam mendorong kepatuhan. UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) telah menetapkan adanya sanksi administratif berupa denda, bunga, dan bahkan pidana jika wajib pajak tidak memenuhi

kewajibannya.

Tabel 1. 3 Jumlah Pelaku Usaha di KPP Duren Sawit

Tahun	Jumlah Pelaku Terdaftar	Pertumbuhan (%)	Tingkat Kepatuhan (%)
2021	1.200	-	50%
2022	1.500	+25%	54%
2023	1.644	+9,6%	58%
2024	±1.750 (proyeksi)	+6,5% (estimasi)	±60% (target DJP)

Sumber: KPP Pratama Duren Sawit (2021-2023), Proyeksi DJP (2024)

Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa makin banyak masyarakat di KPP Duren Sawit tersebut yang memilih beralih ke sektor digital untuk menjalankan usaha. Hal ini, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan akses internet, berkembangnya platform marketplace, serta menurunnya pengeluaran modal untuk bisnis online dibanding bisnis konvensional. Pandemi COVID-19 juga telah mempercepat perubahan perilaku konsumen, yang kini lebih nyaman berbelanja secara daring. Pelaku usaha yang mampu menangkap peluang ini segera beradaptasi, bahkan tanpa memiliki latar belakang pengetahuan formal tentang kewajiban usaha termasuk kewajiban pajak.

Meski pertumbuhan jumlah pelaku usaha sangat positif, namun tingkat kepatuhan fiskal mereka belum sejalan. Dalam laporan internal DJP tahun 2023, disampaikan bahwa dari seluruh pelaku usaha digital yang terdaftar di wilayah Duren Sawit, hanya sekitar 58% yang secara rutin menyampaikan laporan pajak dan melakukan pembayaran sesuai ketentuan. Artinya, lebih dari 40% masih belum taat secara administrasi maupun finansial.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestari (2022) mengkaji bagaimana pemahaman pelaku e-commerce terhadap perpajakan digital dapat memengaruhi tingkat kepatuhan mereka sebagai wajib pajak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan objek berupa pelaku usaha yang menjalankan bisnis melalui platform digital. Hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman pelaku usaha terhadap perpajakan digital, semakin tinggi pula tingkat kepatuhan mereka dalam memenuhi kewajiban pajaknya.

Berbeda dengan Lestari, penelitian ini tidak hanya fokus pada pemahaman perpajakan, tetapi juga menambahkan dua variabel penting lainnya, yaitu kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak. Selain itu, penelitian ini dilakukan secara lebih spesifik, yaitu hanya pada pelaku usaha *e-commerce* yang terdaftar di KPP Duren Sawit, pada masa periode 2021 hingga 2024.

Dengan kata lain, penelitian ini mencoba menawarkan penjelasan yang lebih utuh dan terperinci mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak dalam konteks *e-commerce*, bukan hanya dari sisi pemahaman, tetapi juga dari kesadaran internal wajib pajak serta efek dari penerapan sanksi perpajakan.

Kondisi ini memunculkan pertanyaan penting: apa yang sebenarnya memengaruhi kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *e-commerce*? Apakah pemahaman mereka terhadap aturan pajak? Apakah karena kesadaran pribadi mereka sebagai warga negara? Atau justru karena adanya sanksi yang menimbulkan rasa takut akan hukuman?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penulis merasa penting untuk melakukan kajian lebih dalam melalui sebuah penelitian yang berjudul:

“PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK, DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK *E-COMMERCE* (STUDI KASUS KPP DUREN SAWIT)”

1.2 Rumusan dan Batasan Masalah

Menurut (Darmanah, S.E., M.M, n.d.), “*a good research question must be clear and unambiguous.*” Artinya, pertanyaan penelitian harus disusun dengan bahasa yang jelas, spesifik, dan tidak membingungkan, agar dapat mempermudah peneliti dalam mengidentifikasi variabel serta metode analisis yang akan digunakan. Rumusan masalah juga merupakan hasil dari identifikasi kesenjangan antara harapan dan kenyataan (*gap analysis*), khususnya dalam bidang perpajakan e-commerce. Dalam konteks penelitian ini, terdapat fenomena meningkatnya pelaku usaha digital yang belum sejalan dengan peningkatan kepatuhan pajaknya.

Dengan mempertimbangkan uraian pada latar belakang, penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pemahaman peraturan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *e-commerce* di KPP Duren Sawit?
2. Bagaimana pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *e-commerce* di KPP Duren Sawit?

3. Bagaimana pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *e-commerce* di KPP Duren Sawit?
4. Apakah pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *e-commerce* di KPP Duren Sawit?

Rumusan masalah tersebut, dibuat berdasarkan pertimbangan teoritis dan empiris, serta disusun sesuai dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Khususnya untuk menjawab pengaruh antarvariabel, yang dapat diuji melalui teknik analisis regresi linier berganda.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian menjelaskan secara spesifik apa yang ingin dicapai peneliti dari proses penelitian ini. Menurut (*Sugiyono 2016, n.d.*), tujuan penelitian merupakan pernyataan yang menjelaskan arah penelitian, sejajar dengan rumusan masalah, dan menyampaikan secara eksplisit hasil yang diharapkan oleh peneliti.

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai:

1. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman peraturan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *e-commerce* di KPP Duren Sawit.
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *e-commerce* di KPP Duren Sawit.

3. Untuk mengetahui pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *e-commerce* di KPP Duren Sawit.

4. Untuk menganalisis pengaruh simultan dari pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *e-commerce* di KPP Duren Sawit.

1.4 Kebaruan Penelitian

Kebaruan penelitian atau novelty merupakan elemen penting dalam sebuah karya ilmiah yang menunjukkan bahwa penelitian tersebut memiliki nilai tambah yang belum pernah diungkap oleh studi sebelumnya. Kebaruan dapat berupa temuan baru, pendekatan baru, penggabungan variabel yang belum pernah dikaji secara bersamaan, atau penerapan metode pada konteks yang berbeda. Menurut (Trisnanda, 2025) Kebaruan penelitian atau *novelty* adalah unsur penting dalam sebuah karya ilmiah yang menunjukkan sejauh mana penelitian tersebut memberikan kontribusi baru bagi ilmu pengetahuan, teknologi, atau praktik di bidang tertentu.

(Neuman (2006), n.d.) menyebut bahwa novelty adalah esensi dari penelitian ilmiah karena setiap ilmu harus berkontribusi memperluas pemahaman terhadap realitas yang terus berubah. Dalam paradigma ilmu sosial, kebaruan bisa datang dari sudut pandang baru terhadap masalah lama, reinterpretasi terhadap teori klasik, atau penerapan metodologi yang disesuaikan dengan perkembangan masyarakat.

Dalam penelitian ini, bentuk kebaruan termasuk dalam kategori *improvement* karena tidak menciptakan teori baru, tetapi memperluas dan

memperkaya konteks penerapan teori kepatuhan pajak dalam kerangka *e-commerce*.

Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh simultan ketiga variabel tersebut terhadap kepatuhan pajak wajib pajak *e-commerce* di KPP Duren Sawit.

Kebaruan yang ditawarkan dapat dilihat dari beberapa aspek berikut:

a. Kombinasi variabel yang jarang dikaji secara bersama-sama. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya mengkaji hubungan dua variabel seperti pemahaman dan kepatuhan, atau sanksi dan kepatuhan, tanpa mempertimbangkan interaksi ketiga variabel tersebut.

b. Fokus pada wilayah mikro. Berbeda dari penelitian yang berskala nasional atau provinsi, penelitian ini mengambil studi kasus di KPP Duren Sawit yang memiliki perkembangan pelaku usaha digital yang tinggi namun belum tersentuh banyak riset akademik.

c. Periode waktu yang relevan, yakni 2021–2024. Rentang waktu ini mewakili fase krusial dari perkembangan *e-commerce* akibat dampak pandemi COVID-19. Banyak pelaku usaha digital baru muncul di periode ini, dan peraturan pajak digital juga mengalami transformasi signifikan.

Penggunaan data primer dari pelaku *e-commerce* aktif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat ukur untuk memperoleh data primer langsung dari pelaku usaha. Data ini penting karena mencerminkan persepsi dan perilaku wajib pajak dalam menghadapi peraturan fiskal yang dinamis.

Penelitian ini membedakan diri dari beberapa studi sebelumnya:

1. (Fauzi et al., 2024) Penelitian kuantitatif ini memiliki relevansi tinggi karena menganalisis keterkaitan antara pemahaman peraturan, kesadaran, dan perilaku pajak dengan kepatuhan e-commerce, serupa dengan skripsi ini namun tanpa menitikberatkan pada lokasi Duren Sawit..

2. (Davela Navisa Risandhi et al., 2024) Menganalisis efektivitas hukum pajak e-commerce dalam konteks nasional dengan metode kualitatif, tidak spesifik menguji variabel pemahaman, kesadaran, sanksi pajak atau daerah Duren Sawit. Lebih membahas regulasi dan faktor penghambat.

3. (Putri et al., 2024) Fokus pada optimalisasi penerapan PPN di e-commerce secara umum untuk meningkatkan kepatuhan pajak, tidak khusus studi kasus Kecamatan Duren Sawit dan tidak membahas langsung variabel kesadaran dan sanksi pajak secara rinci. Lebih fokus pada kebijakan PPN dan tantangan implementasinya..

Dari segi cakupan, pendekatan, dan konteks, skripsi ini jelas menghadirkan kebaruan yang bermakna secara ilmiah maupun praktis. Dengan berbagai elemen novelty yang dimiliki, penelitian ini memberikan kontribusi sebagai berikut:

a. Akademik: Memberikan pengayaan dalam studi kepatuhan pajak dengan memperluas pengujian teori pada konteks pelaku usaha digital mikro di wilayah urban.

b. Praktis: Menyediakan data dan analisis yang relevan bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam mengembangkan strategi edukasi, pengawasan, dan

regulasi pajak digital yang lebih adaptif terhadap pelaku usaha *e-commerce*.

Adapun, beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel kesadaran wajib pajak belum berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Atarwaman (2020) berjudul “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak dan Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada KPP Pratama Ambon” menemukan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yang berarti peningkatan kesadaran tidak selalu diikuti oleh peningkatan kepatuhan pajak (Atarwaman, 2020).

Hasil serupa juga ditemukan pada penelitian di Samsat Kota Tangerang yang dilakukan oleh Pratama & Widodo (2021) dalam Jurnal Proaksi, di mana diperoleh nilai signifikansi variabel kesadaran sebesar 0,833 ($> 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Selain itu, penelitian yang diunggah oleh Sari (2021) juga menyatakan bahwa meskipun arah hubungan antara kesadaran wajib pajak dan kepatuhan bersifat positif, namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik (nilai sig. $> 0,05$).

Secara umum, hasil-hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa tingkat kesadaran wajib pajak tidak selalu menjadi faktor dominan dalam meningkatkan kepatuhan, terutama jika tidak diimbangi dengan pemahaman

terhadap peraturan perpajakan dan penegakan sanksi yang tegas.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritikal dan Akademis

Manfaat teoritis berkaitan dengan kontribusi penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang perpajakan digital dan kepatuhan wajib pajak. Menurut (Hakim, 2025) menjelaskan secara rinci manfaat penelitian teoritis yang berfokus pada pengembangan ilmu pengetahuan, pembuatan prediksi, pengembangan teori baru, serta manfaat akademis yang berkaitan dengan penguatan kualitas pendidikan dan penelitian ilmiah

Dalam penelitian ini memberikan manfaat teoritis sebagai berikut:

1. Mengembangkan teori tentang kepatuhan wajib pajak dengan menguji tiga faktor penting (pemahaman, kesadaran, dan sanksi) secara simultan terhadap pelaku usaha *e-commerce*, sesuatu yang masih jarang dilakukan di penelitian sebelumnya.
2. Menambahkan literatur baru dalam kajian perpajakan digital, khususnya dalam konteks perubahan ekonomi selama pandemi dan pascapandemi, yang memengaruhi kepatuhan fiskal pelaku usaha daring.
3. Membuktikan relevansi teori-teori lama, seperti teori kepatuhan (*compliance theory*), dalam konteks baru (ekonomi digital/*e-commerce*), sehingga memperkaya pembahasan ilmiah di

bidang perpajakan dan akuntansi.

4. Memberikan data empiris baru yang bisa dijadikan referensi untuk penelitian lanjutan, terutama yang ingin mengembangkan model kepatuhan pajak dalam sektor digital.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan sumbangsih nyata terhadap penguatan kerangka teoritis dan akademik, sebagaimana disebutkan dalam bagian kebaruan penelitian.

1.5.2 Manfaat Manajerial dan Praktikal

Manfaat praktikal mengacu pada kegunaan langsung hasil penelitian di lapangan, baik bagi instansi pemerintah, pelaku usaha, maupun masyarakat umum. Menurut (Leony A. M. Sinaga et al., 2024) yang membahas bagaimana akuntansi manajerial berperan dalam membantu manajer mengoptimalkan biaya operasional, membuat anggaran efektif, dan mengambil keputusan bisnis yang tepat.

Penelitian ini memiliki urgensi seperti dijelaskan dalam latar belakang, yaitu rendahnya tingkat kepatuhan pajak di sektor *e-commerce* meskipun jumlah pelakunya meningkat. Maka dari itu, manfaat praktikal dari penelitian ini antara lain:

- a. Bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP):

Memberikan data faktual tentang rendahnya kepatuhan pelaku *e-commerce* di Jakarta Timur dan faktor-faktor penyebabnya, sehingga dapat menjadi dasar kebijakan edukasi

pajak digital, peningkatan literasi perpajakan, dan penegakan sanksi.

b. Bagi pelaku usaha e-commerce:

Meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya taat pajak demi kelangsungan usaha yang legal dan berkelanjutan, khususnya bagi pelaku UMKM digital yang belum memahami regulasi secara utuh.

c. Bagi instansi pendidikan dan peneliti lainnya:

Menjadi bahan rujukan untuk penelitian lanjutan mengenai pajak digital, baik dalam konteks yang sama maupun pada wilayah yang berbeda.

Dengan mengacu pada rumusan masalah dan tujuan, maka manfaat penelitian ini menegaskan pentingnya studi ini dilakukan sebagai solusi atas rendahnya kontribusi pajak sektor digital terhadap penerimaan negara.

BAB II

TINJAUAN LITERATUR, KERANGKA PEMIKIRAN & PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Pajak

Menurut Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) terbaru yang disempurnakan oleh (UU HPP No. 7 Tahun 2021) dijelaskan bahwa pengertian pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana tiga faktor utama yaitu pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce. Untuk memahami konsep-konsep tersebut secara mendalam, bagian ini akan membahas dasar-dasar teoritis dari masing-masing variabel dan bagaimana keterkaitannya dalam konteks ekonomi digital saat ini.

2.1.1 Pemahaman Peraturan Pajak

Pemahaman peraturan pajak merupakan fondasi utama dalam membentuk perilaku patuh dari setiap wajib pajak. Terutama dalam era digital saat ini, di mana aktivitas usaha semakin banyak berpindah ke platform online dan transaksi e-commerce tumbuh dengan sangat pesat,

maka pemahaman terhadap kewajiban pajak juga harus berkembang seiring waktu.

Menurut Nurmantu (2005), pemahaman pajak adalah sejauh mana seseorang mengetahui, mengerti, dan mampu menerapkan ketentuan perpajakan yang berlaku atas dirinya sebagai wajib pajak. Ini mencakup pemahaman terhadap jenis pajak, tarif, batas omzet kena pajak, cara pelaporan, dan prosedur pembayaran yang benar. Jika pemahaman ini rendah, maka potensi untuk tidak patuh meningkat—bukan karena niat menghindar, tetapi karena ketidaktahuan.

Zain (2010) juga menekankan bahwa pemahaman perpajakan memegang peranan penting dalam mendorong kepatuhan sukarela. Ia menyatakan bahwa ketika seorang wajib pajak memahami peraturan secara utuh, maka kesadaran dan kepatuhannya meningkat meskipun tanpa tekanan dari aparat pajak.

Pada sektor e-commerce, tantangan utama adalah banyak pelaku usaha yang memulai bisnis secara informal dan tanpa pengetahuan memadai tentang perpajakan. Sebagian besar dari mereka tidak tahu bahwa menjual barang di platform online tetap dikenai pajak, terutama jika omzet mereka melebihi ambang batas tertentu.

Menurut data PKPN Kementerian Keuangan (2022), sebanyak 55% pelaku UMKM berbasis digital tidak memahami kewajiban perpajakan digital, dan lebih dari 40% tidak mengetahui bahwa mereka perlu memiliki NPWP sebagai pelaku usaha. Ini menunjukkan masih lemahnya literasi pajak digital, terutama di kalangan pelaku e-commerce pemula.

(Rifani & Lestari, 2022) menambahkan bahwa pemahaman

terhadap sistem elektronik seperti DJP Online, *e-Billing*, dan *e-Filing* juga menjadi kendala tersendiri. Banyak pelaku usaha yang tidak terbiasa dengan sistem digital, sehingga merasa kesulitan saat harus mengakses dan menjalankan kewajibannya melalui platform daring.

Menurut (Kusuma & Kristianto, 2025) pemahaman terhadap peraturan perpajakan menjadi salah satu aspek fundamental dalam membentuk kepatuhan wajib pajak, khususnya di sektor e-commerce. Wajib pajak yang memiliki tingkat pemahaman yang baik akan lebih siap dalam menjalankan kewajiban perpajakannya, mulai dari mengetahui aturan dasar, memahami tata cara pelaporan, hingga memanfaatkan layanan digital yang disediakan otoritas pajak. Pemahaman ini tidak hanya membantu wajib pajak untuk menghindari kesalahan dalam pelaporan dan pembayaran, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menggunakan sistem administrasi perpajakan modern. Indikator pemahaman peraturan pajak diuraikan melalui beberapa aspek berikut:

1. Mengetahui jenis pajak *e-commerce*

Indikator ini mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengenali berbagai jenis pajak yang dikenakan pada transaksi daring, misalnya PPN maupun PPh. Pemahaman ini menjadi dasar penting agar wajib pajak tidak keliru dalam memenuhi kewajibannya.

2. Mengetahui tarif PPh atau PPN *e-commerce*

Mengetahui jenis pajak, pelaku usaha juga dituntut memahami besaran tarif yang berlaku. Pengetahuan ini penting untuk menghitung

kewajiban pajak secara tepat, sehingga tidak terjadi salah perhitungan yang dapat menimbulkan sanksi.

3. Memahami tata cara pelaporan pajak

Indikator ini berkaitan dengan sejauh mana pelaku usaha memahami prosedur yang benar dalam melaporkan kewajiban pajak, mulai dari pengisian SPT hingga mekanisme pelaporan melalui sistem resmi yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Pajak.

4. Mengetahui tenggat pelaporan pajak

Kepatuhan juga diukur dari kesadaran pelaku usaha mengenai tenggat waktu pelaporan. Dengan mengetahui jadwal pelaporan, wajib pajak dapat menghindari keterlambatan yang berpotensi menimbulkan denda atau sanksi administrasi.

5. Mampu menggunakan *e-filing*

Pemahaman pajak tidak hanya sebatas teori, tetapi juga mencakup keterampilan teknis dalam menggunakan layanan modernisasi administrasi pajak, seperti e-filing, yang mempermudah proses pelaporan secara elektronik.

6. Mampu menggunakan DJP online

Indikator ini menunjukkan kemampuan wajib pajak dalam menggunakan portal resmi DJP Online untuk melaksanakan berbagai kewajiban perpajakan, mulai dari mengecek status, melaporkan pajak, hingga mengakses fitur lainnya yang mendukung kepatuhan pajak.

Dengan memahami aspek-aspek tersebut, pelaku usaha e-commerce diharapkan bisa memenuhi kewajiban perpajakan mereka dengan benar dan tepat waktu, tanpa harus menunggu peringatan atau sanksi dari otoritas pajak.

2.1.2 Kesadaran Wajib Pajak

Transformasi digital telah menciptakan peluang besar bagi pertumbuhan sektor usaha berbasis internet. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, terdapat tantangan besar dalam hal kepatuhan perpajakan. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Pajak (2023), tingkat pelaporan dan pembayaran pajak dari pelaku usaha e-commerce masih berada di bawah 60%, jauh lebih rendah dibandingkan sektor formal lainnya.

Salah satu penyebab utamanya adalah rendahnya kesadaran pajak. Banyak pelaku usaha menganggap bahwa karena bisnis mereka masih kecil atau tidak berbentuk badan usaha resmi, maka tidak wajib membayar pajak. Padahal, menurut peraturan perpajakan yang berlaku, setiap penghasilan yang diperoleh di Indonesia dikenai kewajiban pajak, terlepas dari besar kecilnya usaha atau bentuk usahanya. Selain itu, kesadaran pajak juga berkaitan dengan persepsi atas pemerintah dan transparansi penggunaan pajak. Jika pelaku usaha merasa bahwa pajak yang mereka bayarkan tidak digunakan dengan baik, maka kesadaran dan kemauan untuk membayar pajak akan menurun. Maka dari itu, membangun kepercayaan terhadap

institusi pemerintah juga menjadi bagian penting dalam membentuk kesadaran pajak.

Menurut Nurmantu (2005), kesadaran pajak adalah bentuk sikap sukarela wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Kesadaran ini tidak muncul karena paksaan hukum atau ancaman sanksi, tetapi timbul dari pemahaman moral dan rasa tanggung jawab sebagai warga negara.

Sanusi (2011) menyebutkan bahwa kesadaran pajak mencerminkan pemahaman dan kepedulian individu terhadap fungsi pajak sebagai sumber utama pembiayaan negara. Ketika seseorang sadar akan pentingnya pajak, maka ia akan menjalankan kewajibannya tanpa perlu diawasi secara ketat oleh otoritas pajak.

Torgler (2007) menjelaskan bahwa kesadaran pajak dipengaruhi oleh tiga faktor utama: (1) nilai-nilai pribadi dan moral; (2) persepsi terhadap keadilan sistem perpajakan; dan (3) kepercayaan terhadap pemerintah. Apabila ketiga unsur ini terpenuhi, maka kepatuhan sukarela akan tumbuh secara alami dalam diri wajib pajak.

Dalam konteks wajib pajak e-commerce, kesadaran pajak menjadi semakin krusial. Banyak pelaku usaha digital yang tidak beroperasi dalam sistem formal, tidak memiliki izin usaha, atau bahkan tidak memiliki NPWP. Dalam situasi ini, yang menjadi penentu utama perilaku patuh bukanlah regulasi atau sanksi, tetapi kesadaran pribadi dari pelaku usaha itu sendiri.

Menurut (Hayati, 2022) kesadaran wajib pajak dapat diukur dari keyakinan bahwa pajak adalah kewajiban, pemahaman tentang fungsi pajak untuk pembangunan, sikap sukarela dalam melapor, komitmen tepat waktu, kesadaran atas dampak sanksi, dan keterlibatan dalam edukasi pajak. Keenam aspek ini saling melengkapi dan membentuk kepatuhan wajib pajak secara utuh. Dengan indikator :

1. Meyakini pajak sebagai kewajiban warga negara

Salah satu ciri kesadaran pajak adalah adanya keyakinan bahwa pajak merupakan kewajiban yang harus dipenuhi sesuai peraturan perundang-undangan. Artinya, membayar pajak bukan sekadar pilihan, melainkan tanggung jawab moral dan hukum yang melekat pada setiap warga negara. Jadi, indikator ini menekankan sikap patuh sejak awal, yaitu menganggap pajak sebagai kewajiban, bukan beban.

2. Kesadaran bahwa pajak untuk pembangunan negara

Indikator ini menjelaskan bahwa wajib pajak yang sadar akan memahami fungsi pajak sebagai sumber utama pembiayaan negara. Pajak dipakai untuk pembangunan infrastruktur, layanan publik, serta kesejahteraan masyarakat luas. Dengan demikian, kepatuhan membayar pajak lahir dari kesadaran bahwa dana tersebut kembali ke masyarakat dalam

bentuk pembangunan.

3. Keinginan melapor tanpa dipaksa

Menekankan bahwa kesadaran pajak ditunjukkan melalui kesukarelaan dalam menghitung, membayar, dan melaporkan pajak. Artinya, wajib pajak tidak menunggu teguran, pemeriksaan, atau paksaan dari otoritas, tetapi berinisiatif melaporkan kewajibannya sendiri. Indikator ini mencerminkan sikap proaktif, bukan reaktif.

4. Komitmen membayar pajak tepat waktu

Dalam indikator kepatuhan yang digunakan Hayati (2022), salah satu ciri kepatuhan adalah membayar dan melaporkan pajak tepat waktu. Tepat waktu di sini berarti sesuai dengan tenggat pelaporan yang ditentukan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Kedisiplinan waktu ini menjadi ukuran nyata dari komitmen wajib pajak.

5. Menyadari dampak negatif jika tidak patuh pajak

Indikator ini juga merupakan aspek sanksi pajak sebagai variabel penting. Wajib pajak yang sadar memahami bahwa ketidakpatuhan akan menimbulkan konsekuensi berupa sanksi administrasi maupun pidana. Pemahaman akan sanksi inilah yang membuat wajib pajak lebih berhati-hati dan memilih untuk patuh.

6. Terlibat aktif dalam edukasi pajak

Sosialisasi pajak merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kesadaran. Wajib pajak yang mengikuti sosialisasi, penyuluhan, atau edukasi perpajakan akan lebih memahami aturan sekaligus lebih patuh. Keterlibatan aktif dalam kegiatan edukasi inilah yang menunjukkan adanya kesadaran pajak yang tinggi.

2.1.3 Sanksi Pajak

Dalam konteks pelaku usaha digital atau e-commerce, penerapan sanksi memiliki tantangan tersendiri. Banyak pelaku usaha yang masih belum memahami bahwa usahanya termasuk subjek pajak, dan belum tahu bahwa ketidakpatuhan bisa berujung pada sanksi. Survei PKPN Kemenkeu (2022) menunjukkan bahwa lebih dari 60% pelaku usaha UMKM berbasis digital tidak memahami konsekuensi hukum dari tidak melaporkan atau membayar pajak.

Menurut Torgler (2007), pemberlakuan sanksi yang efektif harus didukung oleh penegakan hukum yang adil dan konsisten. Jika masyarakat melihat bahwa sanksi hanya dijatuhkan secara pilih-pilih, atau tidak berlaku bagi pelaku besar, maka efek jera akan hilang.

Sebaliknya, sanksi yang diterapkan secara proporsional dan transparan justru dapat meningkatkan legitimasi otoritas pajak dan

memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap sistem.

Menurut Mardiasmo (2011) dalam jurnal (Asfa & Meiranto, 2017), sanksi pajak adalah tindakan hukum yang dikenakan kepada wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakannya, baik disengaja maupun tidak disengaja. Tujuan dari sanksi ini bukan hanya menghukum, tetapi juga untuk mengedukasi dan mencegah pelanggaran berikutnya.

Roth, Scholz & Witte (1989) menekankan bahwa sanksi memiliki fungsi penting dalam menciptakan deterrence atau rasa takut terhadap pelanggaran. Ketika sanksi dinilai tegas dan pasti, maka wajib pajak akan berpikir dua kali sebelum menghindari kewajiban pajak.

Dalam UU No. 28 Tahun 2007 tentang KUP (Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan), sanksi perpajakan dibagi menjadi dua:

1. Sanksi Administratif: berupa denda, bunga, dan kenaikan pajak.
2. Sanksi Pidana: untuk pelanggaran serius seperti penghindaran pajak atau pemalsuan dokumen.

Dalam praktiknya, sanksi pajak memiliki beberapa fungsi kunci, yaitu:

1. Fungsi Edukatif: memberikan pembelajaran kepada wajib pajak agar lebih berhati-hati dan memahami kewajibannya.

2. Fungsi Preventif: mencegah terjadinya pelanggaran oleh wajib pajak lain melalui efek jera.
3. Fungsi Represif: memberikan hukuman atas pelanggaran yang terjadi sebagai bentuk penegakan hukum.

Menurut (Ratmono, 2014) menunjukkan bahwa efektivitas sanksi perpajakan tidak hanya terletak pada beratnya hukuman, tetapi juga pada persepsi wajib pajak mengenai ketegasan otoritas dan dampak nyata yang ditimbulkan apabila tidak patuh. Hal ini sejalan dengan indikator penelitian yang menekankan pemahaman jenis sanksi, aturan hukum yang berlaku, persepsi atas ketegasan otoritas, serta kesadaran akan kerugian yang mungkin timbul. Dengan indikator:

1. Mengetahui jenis sanksi pajak (denda/bunga)

Denda pajak merupakan bentuk sanksi administratif yang diberikan kepada wajib pajak yang melanggar kewajiban formal maupun material. Sanksi denda dan bunga berfungsi sebagai *deterrent effect* (efek jera) sehingga wajib pajak menyadari bahwa pelanggaran akan menimbulkan konsekuensi finansial. Dengan mengetahui adanya sanksi berupa denda atau bunga, wajib pajak akan lebih berhati-hati dalam menjalankan kewajibannya.

2. Mengetahui aturan sanksi pidana pajak

Indikator ini menekankan bahwa efektivitas sanksi tidak hanya terletak pada denda administratif, tetapi juga pada ancaman sanksi pidana bagi pelanggaran serius. Pemahaman wajib pajak terhadap aturan pidana, seperti pidana penjara atau hukuman lain, memberikan kesadaran bahwa pelanggaran pajak bukan sekadar kesalahan administratif, tetapi juga merupakan tindak kriminal. Hal ini memperkuat kepatuhan karena wajib pajak melihat adanya risiko hukum yang lebih berat.

3. Mempercayai otoritas pajak tegas dalam menindak

Indikator ini menemukan bahwa kepercayaan terhadap otoritas pajak merupakan faktor penting yang memediasi efektivitas sanksi. Wajib pajak akan lebih patuh apabila mereka percaya bahwa otoritas pajak bersikap adil, konsisten, dan tegas dalam menegakkan aturan. Ketegasan ini membentuk persepsi bahwa tidak ada toleransi bagi pelanggaran, sehingga sanksi benar-benar dianggap serius oleh wajib pajak.

4. Menganggap sanksi dapat merugikan usaha.

Persepsi bahwa sanksi menimbulkan kerugian, baik berupa beban keuangan, reputasi usaha, maupun gangguan operasional menjadi alasan utama wajib pajak berusaha menghindari

pelanggaran. Dengan adanya potensi kerugian ini, sanksi berfungsi sebagai “peringatan” yang membuat wajib pajak lebih disiplin. Semakin besar risiko kerugian yang dirasakan, semakin tinggi pula kecenderungan wajib pajak untuk patuh.

2.1.4 Kepatuhan Wajib Pajak *E-Commerce*

E-commerce sekarang benar-benar jadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat, terutama di Indonesia. Pasarnya terus tumbuh pesat, bahkan diprediksi bisa tembus *USD 46 miliar* di tahun 2025, dan bisa naik lagi dua kali lipat di tahun-tahun berikutnya. Kebiasaan belanja orang juga makin berubah: sekarang mayoritas transaksi dilakukan lewat ponsel. Soal pembayaran pun lebih praktis, dompet digital seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay jadi favorit, ditambah lagi *QRIS* yang makin populer di mana-mana. Kalau bicara platform, Tokopedia dan Shopee masih jadi dua raksasa utama. Tapi belanja online sekarang tidak hanya sekadar klik dan checkout.

Ada tren baru seperti belanja lewat TikTok Shop, live shopping yang terasa lebih interaktif, sampai teknologi *AI* yang bikin rekomendasi produk makin personal. Bahkan ada *AR* dan *VR* yang bisa dipakai buat "coba" produk dulu sebelum beli. Belum lagi model *e-commerce*, di mana barang bisa sampai hanya dalam hitungan jam. Yang menarik, sekarang orang juga makin peduli dengan belanja ramah lingkungan. Banyak konsumen lebih memilih pengiriman hijau atau kemasan yang bisa didaur ulang. Tren ini bukan cuma ada

di Indonesia, tapi juga di seluruh dunia. Secara global, penjualan e-commerce sudah mencapai triliunan dolar, dan dalam beberapa tahun ke depan social commerce diperkirakan akan menguasai hampir seperlima dari total transaksi online.

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong maraknya usaha berbasis e-commerce. Namun, banyak pelaku usaha digital yang belum memiliki kesadaran dan pemahaman memadai terkait kewajiban perpajakannya. Hal ini membuat kepatuhan di sektor ini masih relatif rendah.

Berdasarkan laporan DJP (2023), tingkat kepatuhan pelaku e-commerce baru mencapai sekitar 58%. Padahal jumlah pelaku usahanya terus meningkat dari tahun ke tahun. Ini menunjukkan adanya gap antara pertumbuhan ekonomi digital dan pelaksanaan kewajiban fiskalnya.

Menurut Nurmantu (2005), kepatuhan pajak adalah kondisi di mana wajib pajak memahami dan menjalankan seluruh kewajiban perpajakannya dengan benar, lengkap, dan tepat waktu sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Ini bukan hanya soal membayar pajak, tetapi juga meliputi pelaporan, pendaftaran, dan pelunasan pajak sesuai jadwal

Roth, Scholz, dan Witte (1989) mendefinisikan kepatuhan pajak sebagai perilaku aktif wajib pajak dalam memenuhi ketentuan perpajakan secara sukarela, tanpa harus ditekan atau diawasi secara

ketat. Mereka membagi kepatuhan menjadi dua:

- a. Kepatuhan formal: menyangkut pelaporan, pengisian SPT, dan pelunasan tepat waktu
- b. Kepatuhan substantif: mencerminkan kejujuran dan akurasi informasi pajak

Ajzen (1991) melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB), menyebut bahwa perilaku patuh terbentuk dari:

1. Sikap terhadap pajak : apakah wajib pajak melihat pajak sebagai sesuatu yang positif
2. Norma sosial : pengaruh lingkungan terhadap perilaku
3. Kontrol perilaku : keyakinan bahwa dia mampu memenuhi kewajiban pajak

Sedangkan Torgler (2007) menekankan pentingnya tax morale, yaitu sikap moral seseorang terhadap pembayaran pajak, yang terbentuk dari kepercayaan kepada pemerintah, transparansi, dan keadilan sistem pajak.

Menurut (Irmayani & Fathah, 2023) Kepatuhan wajib pajak merupakan cerminan dari sejauh mana individu atau pelaku usaha memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Kepatuhan ini tidak hanya menyangkut tindakan administratif seperti pendaftaran dan pelaporan, tetapi juga

mencakup sikap jujur serta tanggung jawab moral dalam menyampaikan data yang benar. Dengan demikian, indikator-indikator kepatuhan dapat membantu mengukur tingkat kesadaran dan keseriusan wajib pajak dalam menjalankan perannya sebagai warga negara. Kepatuhan wajib pajak diukur melalui beberapa indikator:

1. Memiliki NPWP

Kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) merupakan langkah awal untuk menunjukkan kepatuhan formal. Dengan mendaftarkan diri dan memperoleh NPWP, seseorang atau badan usaha mengakui kewajibannya sebagai wajib pajak.

2. Melaporkan penghasilan tepat waktu

Kedisiplinan dalam menyampaikan laporan penghasilan secara tepat waktu menunjukkan adanya kesadaran terhadap pentingnya jadwal pelaporan pajak. Hal ini mencerminkan tanggung jawab wajib pajak dalam memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan.

3. Membayar pajak sesuai ketentuan

Tidak hanya melaporkan, kepatuhan juga tercermin dari kesediaan membayar pajak sesuai dengan jumlah yang seharusnya dibayarkan. Tindakan ini menunjukkan komitmen

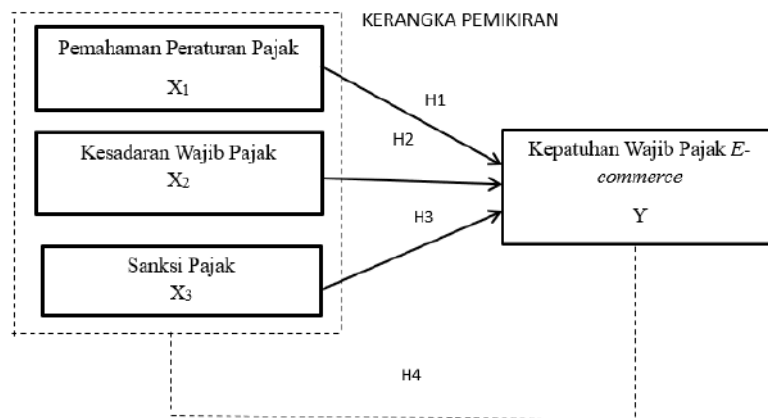
wajib pajak untuk berkontribusi pada penerimaan negara tanpa adanya upaya penghindaran.

4. Menyampaikan data usaha dengan jujur

Kejujuran dalam memberikan data usaha, baik dalam laporan maupun dokumen pendukung, merupakan bentuk kepatuhan substantif. Hal ini penting agar perhitungan pajak yang dilakukan benar-benar mencerminkan kondisi sebenarnya dan tidak merugikan negara.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir diperlukan karena setiap pemikiran membutuhkan alur atau konsep untuk memudahkan pengembangan pola pikir. Menurut (Sugiyono, 2020, p. 95) Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan beragam aspek yang sudah diidentifikasi. Kerangka berpikir dalam penelitian adalah pijakan konseptual yang dirumuskan dari fakta, hasil observasi, dan kajian literatur. Kerangka ini mencakup teori maupun konsep yang mendasari penelitian serta menggambarkan hubungan antara variabel yang diteliti. Adapun kerangka berpikir penelitian dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. 1 Model Penelitian

Gambar kerangka berpikir ini tidak hanya menjelaskan arah hubungan antar variabel, tetapi juga menjadi representasi dari logika berpikir peneliti berdasarkan teori dan bukti empiris. Dengan menyusun kerangka seperti ini, peneliti berusaha membangun argumen ilmiah bahwa:

1. Pengetahuan yang memadai (X1),
2. Kesadaran moral dan sosial (X2), serta
3. Rasa takut terhadap konsekuensi hukum (X3) adalah faktor-faktor yang sangat mungkin memengaruhi kepatuhan pajak pelaku e-commerce (Y).

2.3 Pembangunan Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2020, p. 63) “Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, yang dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.” Jawaban ini bersifat sementara karena masih perlu dibuktikan melalui pengumpulan dan pengolahan data di lapangan. Hipotesis dirumuskan berdasarkan teori, kerangka berpikir, dan hasil

penelitian terdahulu yang mendukung dugaan hubungan antar variabel.

Maka berdasarkan kerangka pemikiran di atas, peneliti menyusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh pemahaman peraturan pajak (X1) terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce (Y) di KPP Duren Sawit.

H2 : Terdapat pengaruh kesadaran wajib pajak (X2) terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce (Y) di KPP Duren Sawit.

H3 : Terdapat pengaruh sanksi pajak (X3) terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce (Y) di KPP Duren Sawit.

H4 : Terdapat pengaruh secara simultan antara pemahaman peraturan pajak (X1), kesadaran wajib pajak (X2), dan sanksi pajak (X3) terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce (Y) di KPP Duren Sawit.

a. Hipotesis Statistik dalam Penelitian Ini, yaitu:

$H_{01} : p = 0 \rightarrow$ Pemahaman peraturan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce di KPP Duren Sawit.

$H_1 : p \neq 0 \rightarrow$ Pemahaman peraturan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce di KPP Duren Sawit.

$H_{02} : p = 0 \rightarrow$ Kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce di KPP Duren Sawit.

$H_2 : p \neq 0 \rightarrow$ Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce di KPP Duren Sawit.

$H_{03} : p = 0 \rightarrow$ Sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce di KPP Duren Sawit.

$H_3 : p \neq 0 \rightarrow$ Sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce di KPP Duren Sawit.

$H_{04} : p = 0 \rightarrow$ Pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce di KPP Duren Sawit.

$H_4 : p \neq 0 \rightarrow$ Pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce di KPP Duren Sawit.

Dalam konteks penelitian ini, hipotesis merupakan dugaan awal yang logis dan terukur terhadap masalah yang diteliti. Hipotesis biasanya digunakan dalam studi kuantitatif dengan pendekatan inferensial statistik, yang bertujuan untuk menguji apakah dugaan hubungan antar variabel tersebut benar-benar terjadi dalam populasi melalui pengujian sampel yang diambil.

2.3.1 Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak (X1) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *E-commerce* (Y)

Penelitian oleh Lestari (2022) yang berjudul “*Pemahaman Perpajakan Digital pada Pelaku E-Commerce*” menunjukkan bahwa tingkat pemahaman pelaku usaha digital terhadap peraturan pajak sangat memengaruhi kepatuhan mereka dalam melapor dan membayar pajak. Wajib pajak yang memahami jenis pajak, tarif, serta prosedur pelaporan cenderung lebih taat.

Maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Terdapat pengaruh antara pemahaman peraturan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

2.3.2 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak (X2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *E-commerce* (Y)

Sanusi (2021) dalam penelitiannya di Jurnal Perpajakan menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak merupakan salah satu faktor kunci dalam menumbuhkan kepatuhan sukarela. Wajib pajak yang menyadari pentingnya pajak bagi pembangunan nasional memiliki dorongan moral untuk melaksanakan kewajibannya.

Maka hipotesis penelitian ini adalah:

H2 : Terdapat pengaruh antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

2.3.3 Pengaruh Sanksi Pajak (X3) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *E-commerce* (Y)

Penelitian oleh Iskandar (2021) menunjukkan bahwa pemberlakuan sanksi yang tegas terhadap pelanggaran pajak berdampak positif terhadap kepatuhan fiskal, terutama di kalangan pelaku UMKM dan sektor digital. Persepsi akan risiko mendapat denda atau sanksi pidana mendorong wajib pajak untuk tidak mengambil risiko.

Maka hipotesis penelitian ini adalah:

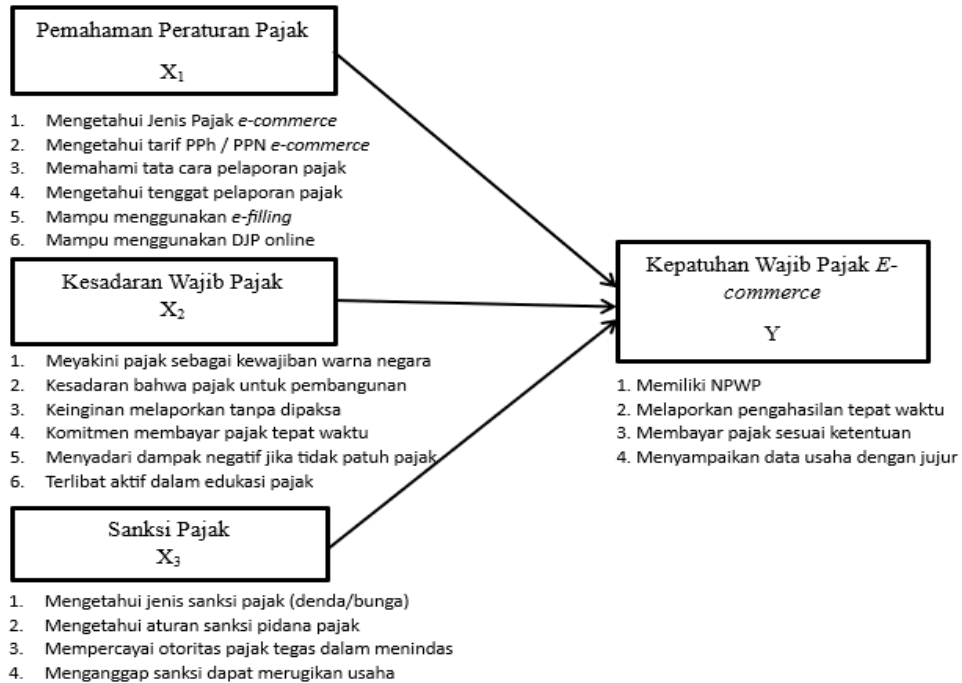
H3: Terdapat pengaruh antara sanksi pajak terhadap kepatuhan

wajib pajak e-commerce

2.3.4 Pengaruh Simultan Pemahaman Peraturan Pajak (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), dan Sanksi Pajak (X3) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce (Y)

Penelitian oleh (Fauzi et al., 2024) menunjukkan bahwa pemahaman, kesadaran, dan sanksi pajak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepatuhan perpajakan pelaku usaha e-commerce. Hasil ini mengindikasikan bahwa pendekatan multidimensional lebih efektif dalam mendorong kepatuhan pajak di era digital.

H4: Terdapat pengaruh secara simultan antara pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce di KPP Duren Sawit.



Gambar 2. 2 Model Penelitian dengan Hipotesis

Model hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan hubungan antara tiga variabel independen (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat), yaitu:

X₁: Pemahaman Peraturan Pajak

X₂: Kesadaran Wajib Pajak

X₃: Sanksi Pajak

semuanya memengaruhi

Y: Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce

Setiap garis penghubung antar variabel (ditandai dengan H₁, H₂, dan H₃) menggambarkan hipotesis atau dugaan awal peneliti

mengenai adanya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu kepatuhan pajak pelaku usaha berbasis e-commerce.

2.3.5 Makna dan Implikasi Model

- a. Hipotesis H_1 menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman pelaku e-commerce terhadap peraturan perpajakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan mereka dalam memenuhi kewajiban pajak.
- b. Hipotesis H_2 menunjukkan bahwa kesadaran pajak yang tinggi, yang timbul dari tanggung jawab moral dan kepedulian terhadap negara, diyakini mampu mendorong pelaku usaha untuk lebih taat terhadap regulasi perpajakan.
- c. Hipotesis H_3 mengasumsikan bahwa pemahaman yang baik mengenai jenis, bentuk, dan konsekuensi dari sanksi pajak akan meningkatkan sikap hati-hati wajib pajak, sehingga mereka lebih patuh dalam melaksanakan kewajibannya.
- d. Hipotesis H_4 menekankan bahwa ketiga variabel independen. Pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Artinya, kepatuhan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor secara terpisah, melainkan merupakan hasil dari keterpaduan antara aspek pengetahuan, kesadaran internal, dan tekanan

eksternal. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepatuhan secara efektif, pendekatan yang menyeluruh dan integratif perlu diterapkan oleh otoritas pajak.

Secara keseluruhan, model ini menggarisbawahi bahwa kepatuhan pajak pelaku e-commerce merupakan hasil dari interaksi antara pemahaman, kesadaran, dan persepsi terhadap sanksi perpajakan. Oleh karena itu, model ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga dapat diuji secara empiris melalui pendekatan statistik untuk membuktikan sejauh mana ketiga faktor tersebut benar-benar memengaruhi perilaku patuh wajib pajak.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan konseptual sekaligus teknis yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan penelitian. Desain ini berfungsi sebagai landasan untuk menentukan pendekatan, metode, teknik analisis, serta cara memperoleh dan mengolah data yang relevan dengan tujuan penelitian. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan yang telah dipaparkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sifat deskriptif dan verifikatif.

Menurut Panjaitan (2017), "Penelitian deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fakta-fakta mengenai populasi secara sistematis dan akurat." Dalam konteks ini, penelitian dilakukan untuk menggambarkan dan menganalisis bagaimana pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak memengaruhi kepatuhan wajib pajak e-commerce yang berada di KPP Duren Sawit selama periode 2021–2024.

Penelitian ini juga termasuk verifikatif, karena tidak hanya menjelaskan fenomena, tetapi juga mengukur pengaruh antar variabel dengan menggunakan teknik analisis statistik inferensial, seperti uji regresi linier berganda.

Tabel 3. 1 Desain Penelitian

No	Research Design Parts		Approaches
1	Filosofi riset		Positivism
2	Paradigma riset		Paradigma Kuantitatif
3	Strategi riset		Regresi Linier Berganda
4	Metode Riset	Pilihan	Metode kuantitatif
		Waktu	Tahun 2021 - 2024
		Teknik dan prosedur	Pengumpulan data kuisisioner, uji validitas, reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan SPSS
<i>Sumber: (Sugiyono, 2020)</i>			

3.2 Konteks Penelitian

Lokasi penelitian ditetapkan di KPP Pratama Duren Sawit, karena wilayah ini memiliki intensitas perdagangan digital (e-commerce) yang tinggi dan banyak pelaku usaha yang terdaftar sebagai Wajib Pajak, baik perorangan maupun badan. Daerah ini juga mencerminkan karakteristik wilayah urban dengan akses yang memadai terhadap teknologi digital serta informasi perpajakan.

Populasi penelitian ini mencakup pelaku usaha yang menjalankan aktivitas bisnis melalui sistem e-commerce. Subjek tersebut terdiri dari pelaku UMKM yang memanfaatkan berbagai platform digital, seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, serta media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai sarana transaksi usaha.

3.3 Waktu dan Tahapan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dimulai sejak bulan Maret 2025 dan hingga saat ini masih berlangsung. Selama rentang waktu tersebut, penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahap penting yang saling berkaitan. Tahapan tersebut meliputi penyusunan proposal penelitian, proses pengumpulan data dari responden, analisis terhadap data yang telah diperoleh, serta penyusunan laporan hasil penelitian.

Setiap tahap dilakukan secara bertahap dan terstruktur guna memastikan proses penelitian berjalan secara sistematis dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penyusunan waktu dan tahapan ini juga disesuaikan dengan jadwal akademik serta ketersediaan data dan responden di lapangan.

Tabel 3. 2 Waktu dan Tahapan Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agst	Sept
1.	Pengajuan Judul							
2.	Penyusunan Proposal							
3.	Observasi Lapangan							
4.	Penyebaran Kuisisioner							
5.	Analisis dan Pengolahan Data							
6.	Penyusunan Laporan							

Sumber : Penulis 2025

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha yang menjalankan kegiatan bisnis melalui e-commerce dan berdomisili di wilayah Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur. Berdasarkan data internal dari KPP Pratama Duren Sawit serta estimasi dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP)

untuk tahun 2024 yang ada pada Tabel 1.1. Maka, jumlah populasi yang dijadikan dasar dalam penelitian ini adalah sebesar 1.750 pelaku usaha e-commerce.

Peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan responden yang relevan dengan penelitian.

Tabel 3. 3 Kriteria Purposive Sampling

No	Kriteria Purposive Sampling	Jumlah Responden yang Memenuhi	Keterangan
1.	Total Responden awal (hasil Kuesioner)	95	Data awal dari responden
2.	Berdomisili di wilayah KPP Pratama Duren Sawit	95	Sesuai filter domisili
3.	Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	95	Disaring dari responden yang memiliki NPWP
4.	Pelaku usaha e-commerce aktif (Shopee, Tokopedia, IG, TikTok, dll.)	95	Data awal dari responden
5.	Menjalankan usaha aktif minimal 6 bulan terakhir	95	Memenuhi syarat akhir
6.	Sampel Akhir Penelitian	95	Sampe final penelitian

Sebagaimana yang dikemukakan Sugiyono, “Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi” (Sugiyono, 2015:81) Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dari populasi sebesar 1.750 orang, peneliti menggunakan rumus Slovin. Rumus ini digunakan untuk mengetahui ukuran sampel minimum yang dibutuhkan berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kesalahan yang ditentukan.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dengan:

- $N = 1750$
- $e = 0,10$ (tingkat kesalahan 10%)

$$n = \frac{1750}{1 + 1750(0,10)^2} = \frac{1750}{1 + 1750(0,01)} = \frac{1750}{1 + 17,5} = \frac{1750}{18,5} \approx 94,6$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sekitar 94,6 responden. Untuk memudahkan, jumlah tersebut kemudian dibulatkan menjadi 95 responden. Angka ini dinilai sudah memadai karena masih berada dalam batas kesalahan 10% dan tetap dapat menghasilkan analisis yang valid serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2018:85) yang menjelaskan bahwa purposive sampling dilakukan dengan memilih responden sesuai kriteria yang ditetapkan peneliti. Jumlah responden sebanyak 95 orang dianggap telah memenuhi standar, karena menurut Sugiyono (2018:131) ukuran sampel minimal yang lazim digunakan dalam penelitian sosial adalah 30 responden. Dengan demikian, sampel yang digunakan dalam penelitian ini tidak hanya representatif, tetapi juga sesuai dengan kaidah metodologi penelitian kuantitatif.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Objek dalam penelitian ini adalah pelaku usaha e-commerce yang terdaftar sebagai Wajib Pajak dan berada di bawah pengawasan KPP Pratama Duren Sawit, Jakarta Timur, selama periode tahun 2021 hingga 2024. Penelitian difokuskan pada upaya mengkaji kepatuhan mereka terhadap kewajiban perpajakan, dengan memperhatikan aspek pemahaman terhadap peraturan pajak, kesadaran sebagai wajib pajak, serta pengaruh sanksi perpajakan.

Pemilihan objek ini dilatarbelakangi oleh maraknya aktivitas perdagangan daring (online) yang terus berkembang dari tahun ke tahun, serta tantangan yang dihadapi otoritas pajak dalam meningkatkan kepatuhan di sektor ekonomi digital, khususnya dalam kelompok UMKM dan pelaku usaha perorangan. Oleh karena itu, pelaku usaha e-commerce dinilai sebagai objek yang tepat dan relevan untuk mengukur efektivitas kebijakan pajak serta persepsi wajib pajak terhadap sistem perpajakan yang berlaku.

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis data, yaitu data primer dari kuesioner responden dan data sekunder dari literatur serta laporan resmi. Perbedaan keduanya dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3. 4 Data Primer dan Data Sekunder

Jenis Data	Sumber Data	Bentuk Data	Peran dalam Penelitian
Data Primer	Responden wajib pajak e-commerce di KPP Pratama Duren Sawit	Hasil kuesioner mengenai pemahaman peraturan pajak,	Menjadi data utama untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap kepatuhan wajib pajak

		kesadaran, dan sanksi	
Data Sekunder	Jurnal penelitian terdahulu, laporan DJP, publikasi BI, data Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA)	Dokumen, laporan, artikel, statistik	Memberikan gambaran umum, memperkuat teori, dan membandingkan hasil penelitian dengan studi sebelumnya

3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada pelaku usaha *e-commerce* yang berdomisili atau beroperasi di wilayah KPP Duren Sawit, Jakarta Timur. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima poin, yang bertujuan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel-variabel dalam penelitian, yaitu: pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, sanksi pajak, dan kepatuhan wajib pajak *e-commerce*.

Seluruh data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner daring yang disebarakan menggunakan platform *Google Form*. Pemilihan metode online ini dilakukan untuk menjangkau responden secara lebih luas dan fleksibel, sejalan dengan karakteristik pelaku usaha *e-commerce* yang sebagian besar aktif di lingkungan digital. Penggunaan kuesioner online juga mempermudah proses distribusi, pengisian, dan rekapitulasi data, sehingga lebih efisien dalam mendukung keperluan analisis penelitian secara kuantitatif.

Skala likert berisi lima tingkatan yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. 5 Skala Likert

Pilihan Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu – Ragu (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7 Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel

Pada bagian ini, peneliti menguraikan proses bagaimana seluruh variabel yang diteliti diterjemahkan ke dalam bentuk yang dapat diukur secara kuantitatif. Proses ini dikenal sebagai operasionalisasi variabel, yaitu upaya untuk mengubah konsep-konsep abstrak menjadi ukuran yang nyata melalui dimensi dan indikator yang relevan. Hal ini penting dilakukan agar variabel seperti pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, tarif pajak, sanksi pajak, dan kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce dapat diukur melalui respons yang diberikan oleh responden dalam kuesioner penelitian.

Operasionalisasi adalah tahapan penting dalam penelitian kuantitatif karena membantu mengaitkan teori dengan data empiris melalui serangkaian indikator yang dirancang berdasarkan literatur yang kredibel (Iba Dr. Zainuddin , S.E., M.M. & Wardhana Dr (Cand). Aditya, S.E., M.Si., M.M., CHRMP, CIRP, CHRA, CPP, CHRBP, 2024). Dengan demikian, setiap indikator yang digunakan dalam penelitian ini disusun berdasarkan teori yang sudah ada dan didukung oleh hasil penelitian terdahulu. Hal ini bertujuan agar pengukuran setiap variabel memiliki validitas konseptual dan dapat

dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Tabel yang disajikan dalam subbab ini memuat informasi lengkap mengenai variabel bebas (X1, X2, X3) dan variabel terikat (Y), masing-masing dijabarkan ke dalam dimensi dan indikator yang telah dirujuk dari literatur dan jurnal relevan. Model dalam tabel ini juga merujuk pada rancangan model penelitian yang sebelumnya telah digambarkan pada Gambar 2.2, dan menjadi dasar dalam penyusunan instrumen penelitian.

Tabel 3. 6 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
Pemahaman Peraturan Pajak X ₁	Dimensi X1.1	2 indikator	(Kusuma & Kristianto, 2025)
	Dimensi X1.2	2 indikator	
	Dimensi X1.3	2 indikator	
Kesadaran Wajib Pajak X ₂	Dimensi X2.1	2 indikator	(Hayati, 2022)
	Dimensi X2.2	2 indikator	
	Dimensi X2.3	2 indikator	
Sanksi Pajak X ₃	Dimensi X3.1	2 indikator	(Ratmono, 2014)
	Dimensi X3.2	2 indikator	
Kepatuhan Wajib Pajak <i>e-commerce</i> Y	Dimensi Y.1	2 indikator	(Irmayani & Fathah, 2023)
	Dimensi Y.2	2 indikator	

3.7.1 Variabel, Dimensi, dan Indikator X1

Tabel 3. 7 Dimensi dan Indikator Pemahaman Peraturan Pajak

Dimensi dan Definisi	Pengukuran dan Kode indikator	Referensi
Pengetahuan Jenis	PPJ01. Saya mengetahui jenis-jenis	(Rifani &

Dimensi dan Definisi	Pengukuran dan Kode indikator	Referensi
Pajak : Pengetahuan wajib pajak tentang jenis-jenis pajak yang dikenakan atas kegiatan <i>e-commerce</i>	pajak yang dikenakan terhadap pelaku usaha <i>e-commerce</i> PPJ02. Saya memahami tarif PPh dan PPN yang berlaku bagi pelaku usaha <i>e-commerce</i>	Lestari, 2022)
Prosedur Pelaporan Pajak : Kemampuan memahami dan mengikuti prosedur pelaporan pajak sesuai peraturan yang berlaku	PPJ03. Saya mengetahui langkah-langkah pelaporan pajak secara umum. PPJ04. Saya memahami batas waktu pelaporan pajak yang berlaku	(Suci et al., 2023)
Sistem Elektronik Perpajakan : Kemampuan wajib pajak dalam menggunakan sistem pelaporan berbasis teknologi	PPJ05. Saya mampu menggunakan <i>e-filing</i> untuk melaporkan pajak PPJ06. Saya terbiasa mengakses layanan pajak melalui DJP online	(Asfa & Meiranto, 2017)

3.7.2 Variabel, Dimensi, dan Indikator X2

Tabel 3. 8 Dimensi dan Indikator Kesadaran Wajib Pajak

Dimensi dan Definisi	Pengukuran dan Kode indikator	Referensi
Sikap Moral : Pemahaman bahwa membayar pajak adalah tindakan etis sebagai warga negara	KWP01. Saya percaya bahwa membayar pajak adalah kewajiban moral sebagai warga negara KWP02. Saya merasa bersalah jika tidak memenuhi kewajiban pajak	(Rotinsulu et al., 2024)

Dimensi dan Definisi	Pengukuran dan Kode indikator	Referensi
Tanggung Jawab Pajak : Komitmen pribadi dalam menjalankan kewajiban membayar dan melaporkan pajak	KWP03. Saya memiliki niat untuk melaporkan pajak tanpa perlu dipaksa KWP04. Saya berkomitmen membayar pajak tepat waktu setiap tahunnya	(Sudrajat & Ompusunggu, 2015)
Kepedulian Sosial : Kesadaran bahwa pajak berdampak terhadap kehidupan sosial dan pembangunan negara	KWP05. Saya sadar bahwa pajak digunakan untuk pembangunan negara KWP06. Saya mengetahui dampak negatif bagi negara jika saya tidak taat pajak KWP07. Saya bersedia terlibat dalam kegiatan edukasi perpajakan	(Sugiyono 2016, n.d.)

3.7.3 Variabel, Dimensi, dan Indikator X3

Tabel 3. 9 Dimensi dan Indikator Sanksi Pajak

Dimensi dan Definisi	Pengukuran dan Kode indikator	Referensi
Pengetahuan Tentang Sanksi : Pemahaman tentang bentuk dan jenis sanksi yang dikenakan atas pelanggaran perpajakan	SP01. Saya mengetahui jenis sanksi administratif seperti denda dan bunga pajak SP02. Saya mengetahui bahwa pelanggaran pajak dapat dikenakan sanksi pidana	UU No.28 Tahun 2007
Persepsi terhadap Ketegasan Pajak : Persepsi bahwa sanksi pajak dapat	SP03. Saya percaya otoritas pajak bersikap tegas dalam menindak pelanggaran pajak SP04. Saya merasa bahwa sanksi	(Lawal et al., 2024)

menimbulkan efek jera dan pengaruh terhadap kepatuhan	dapat merugikan usaha saya SP05. Saya menjadi lebih hati-hati dalam melaporkan pajak karena takut dikenai sanksi	
---	---	--

3.7.4 Variabel, Dimensi, dan Indikator Y

Tabel 3. 10 Dimensi dan Indikator Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Dimensi dan Definisi	Pengukuran dan Kode indikator	Referensi
Kepatuhan Formal : Kepatuhan administratif wajib pajak terhadap aturan dan prosedur pelaporan pajak	WPE01. Saya Mengetahui Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) WPE02. Saya melaporkan penghasilan saya tepat waktu tiap bulan WPE03. Saya membayar pajak sesuai dengan jumlah yang ditentukan oleh aturan	(Sudrajat & Ompusunggu, 2015)
Kepatuhan Substantif : Kepatuhan dalam substansi, yaitu melaporkan dan membayar dengan benar dan sukarela	WPE04. Saya menyampaikan informasi usaha saya secara jujur kepada otoritas pajak WPE05. Saya melaksanakan kewajiban perpajakan tanpa paksaan dari pihak manapun WPE06. Saya konsisten melaksanakan kewajiban pajak setiap periode pajak	DJP (2023)

3.8 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilakukan setelah seluruh data kuesioner dari responden berhasil dikumpulkan. Langkah awal melibatkan pengolahan data

mentah dengan mengelompokkannya berdasarkan variabel, dilanjutkan dengan penyusunan tabel distribusi frekuensi untuk setiap item pernyataan. Tahapan analisis ini bertujuan menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif.

Menurut (Dr. Ir. Sugiyono, 2013) Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat beberapa dua macam statistik yang digunakan untuk analisis dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, yang berarti data diolah menggunakan metode statistik dengan bantuan software SPSS versi 17.0. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan :

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pernyataan atau butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur konsep atau variabel yang dimaksud secara tepat. Salah satu metode yang umum digunakan dalam uji validitas adalah korelasi item-total, yaitu dengan cara menghubungkan setiap item pertanyaan terhadap skor total dari variabel yang diukur.

Langkah pertama dalam uji ini adalah menghitung nilai korelasi Pearson antara setiap item dengan total skor variabel yang bersangkutan. Setelah itu, nilai korelasi yang diperoleh dibandingkan dengan nilai r tabel pada tingkat signifikansi tertentu

(biasanya $\alpha = 0,05$) dan sesuai dengan jumlah responden.

Kriteria penilaian validitas:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka item tersebut valid, artinya mampu mengukur aspek yang dituju secara akurat.
- b. Jika r hitung \leq r tabel, maka item tersebut tidak valid, sehingga perlu direvisi atau dihapus dari instrumen penelitian karena dianggap tidak merepresentasikan konstruk dengan baik.

Melalui proses ini, hanya item-item yang memenuhi kriteria validitas yang akan dipertahankan untuk digunakan dalam pengumpulan data. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat dipastikan telah memenuhi standar pengukuran yang baik, dan data yang dihasilkan akan lebih akurat, relevan, dan dapat digunakan secara tepat dalam pengujian hipotesis.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas, tahap selanjutnya dalam pengujian kuesioner adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan konsistensi internal dari kuesioner, yaitu seberapa konsisten kuesioner tersebut dalam mengukur konsep atau variabel yang sama. Metode yang umum digunakan untuk menguji reliabilitas adalah koefisien *alpha Cronbach*. Proses ini melibatkan perhitungan koefisien *alpha Cronbach* untuk setiap variabel dalam kuesioner.

Nilai koefisien alpha yang tinggi menunjukkan tingkat

konsistensi yang baik antara item-item dalam kuesioner. Langkah-langkah dalam uji reliabilitas meliputi menghitung koefisien *alpha Cronbach* untuk setiap variabel yang diukur dalam kuesioner. Nilai koefisien alpha akan berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat konsistensi yang lebih baik. Nilai alpha yang biasanya diterima secara umum adalah minimal 0,70, meskipun nilai yang lebih tinggi dianggap lebih baik. Jika nilai *alpha Cronbach* di bawah 0,70, hal ini menunjukkan bahwa ada item yang tidak konsisten dengan item lain dalam variabel yang sama.

Dengan melakukan uji reliabilitas ini, penulis dapat memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat konsistensi yang memadai untuk menghasilkan data yang dapat diandalkan. Hal ini penting untuk meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian dan interpretasi yang dibuat berdasarkan data yang dikumpulkan

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal PP Plot of regression standardized* sebagai dasar pengambilan keputusannya. Jika menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka

model regresi tersebut telah normal dan layak dipakai untuk memprediksi variabel bebas dan sebaliknya. Cara lain uji normalitas adalah dengan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*.

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

Jika nilai Signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

Jika nilai Signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear. Gejala adanya multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance nya. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan

pada model regresi. Cara pengujiannya dengan Uji Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variable-variabel bebas terhadap nilai *absolute residual*. Residual adalah selisih antara nilai variabel Y dengan nilai variabel Y yang diprediksi, dan absolut adalah nilai mutlaknya (nilai positif semua). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3.8.4 Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut (Prof. H. Imam Ghozali, M.Com, Ph. D,CA, 2021, p. 97) Analisis regresi linier sederhana dimaksudkan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai dari variabel independen dinaikkan atau diturunkan.

Berikut model rumus regresi yang dipakai penulis

$$Y = a + bX + e$$

Y : Variabel Dependen (Kepatuhan Wajib Pajak)

X : Variabel Independen (pilih salah satu dari ketiga variabel)

- a : Konstanta Regresi
 b : Koefisien regresi yang menunjukkan perubahan Y akibat perubahan X
 e : error

Keterangan :

Analisis ini mengasumsikan bahwa hubungan antara variabel bebas dan terikat bersifat linier. Uji regresi linier sederhana digunakan untuk melihat apakah secara statistik variabel X memiliki pengaruh signifikan terhadap Y. Jika koefisien b signifikan secara statistik, maka X memengaruhi Y.

3.8.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sugiyono, 2020, p. 213) Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Model ini berguna ketika peneliti ingin mengetahui kontribusi masing-masing variabel bebas secara simultan dan parsial terhadap variabel terikat.

Berikut model rumus regresi yang dipakai penulis

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y : Variabel Dependen (Kepatuhan Wajib Pajak)
 a : Konstanta

X_1, X_2, X_3	: Variabel Independen (yang mempengaruhi Y)
b_1	: Berapa besar peningkatan Kepatuhan jika pemahaman pajak meningkat satuan
b_2	: Berapa besar pengaruh Kesadaran terhadap Kepatuhan
b_3	: Seberapa besar pengaruh Sanksi terhadap Kepatuhan
e	: <i>error</i>

Jika hasil analisis statistik menunjukkan bahwa ketiga koefisien itu signifikan secara statistik (nilai Sig. < 0,05), maka kamu bisa menyimpulkan bahwa ketiga variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan pajak.

3.8.6 Uji Hipotesis

3.8.6.1 Uji Parsial (T-test)

Tujuan dari uji ini untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Menurut (Mardiatmoko, 2020, p. 335) Uji ini dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian:

- a. Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Y.
- b. Jika Sig. > 0,05, maka tidak signifikan.

3.8.6.2 Uji Simultan (F-test)

Tujuan dari uji ini untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Y. Menurut (Mardiatmoko, 2020, p. 336) Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria:

- a. Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Y.

3.8.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari uji ini untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Menurut (Mardiatmoko, 2020, p. 336) Analisis determinasi merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel X memberikan kontribusi terhadap variabel Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan lokasi penelitian di KPP Pratama Duren Sawit yang berdomisili di Jalan Matraman Raya No. 43. Seluruh wajib pajak e-commerce yang terdaftar di KPP Duren Sawit dijadikan sebagai subjek penelitian. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak, sanksi pajak, serta kepatuhan wajib pajak e-commerce.



Gambar 4. 1 KPP JAKARTA DUREN SAWIT

Total partisipan yang berkontribusi dalam pengisian instrumen kuesioner ini berjumlah 95 wajib pajak e-commerce yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta Duren Sawit. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan data yang diperoleh akurat dan konsisten. Ringkasan hasil karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah (frekuensi)	Presentase (%)
Usia		
- <17tahun	10	0,11
- 17 – 25tahun	45	0,47
- 26 – 35tahun	29	0,31
- >35tahun	11	0,12
Total	95	1

Domisili		
- Ya	82	0,86
- Tidak	13	0,14
Total	95	1

NPWP		
- Ya	88	0,93
- Tidak	7	0,07
Total	95	1

Masa aktif Min 6bulan		
- Ya	84	0,88
- Tidak	11	0,12
Total	95	1

Karakteristik	Jumlah (frekuensi)	Presentase (%)
Platform E-commerce		
- Whatsapp	75	0,29
- Instagram/Facebook	59	0,23
- Tiktok shop	46	0,18
- Shopee	47	0,18
- Tokopedia	20	0,08
- Lazada	13	0,05
- Lainnya	0	0,00
Total	260	1

Sumber : Data diolah Peneliti (SPSS, 2025)

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 95 responden wajib pajak e-commerce di KPP Pratama Jakarta Duren Sawit, mayoritas responden berada pada kelompok usia 17–25 tahun sebanyak 45 orang (47%), diikuti 29 orang (31%) pada rentang usia 26–35 tahun, 11 orang (12%) berusia di atas 35 tahun, serta 10 orang (11%) berusia di bawah 17 tahun. Dari sisi domisili, sebagian besar responden yaitu 82 orang (86%) berdomisili di wilayah Duren Sawit, sedangkan 13 orang (14%) berasal dari luar Duren Sawit. Berdasarkan kepemilikan NPWP, sebanyak 88 responden (93%) sudah memiliki NPWP dan hanya 7 responden (7%) yang belum memiliki. Selain itu, mayoritas responden yaitu 84 orang (88%) telah menjalankan usaha e-commerce secara aktif minimal enam bulan terakhir, sementara sisanya 11 orang (12%) belum memenuhi kriteria tersebut. Dari aspek platform yang digunakan, responden paling banyak memanfaatkan WhatsApp (29%) dan Instagram/Facebook (23%) sebagai sarana penjualan, disusul oleh

Shopee (18%), TikTok Shop (18%), Tokopedia (8%), dan Lazada (5%), sementara tidak ada responden yang menggunakan platform lain di luar kategori yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha e-commerce di Duren Sawit didominasi oleh generasi muda yang cukup aktif, sebagian besar berdomisili di wilayah kerja KPP Duren Sawit, memiliki NPWP, serta mengandalkan media sosial dan marketplace populer untuk menjalankan usahanya.

4.1.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran umum tentang karakteristik semua variabel dalam investigasi. Untuk menggambarkan data, standar deviasi, maksimum, minimum, dan rata-rata yang digunakan.

Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif

Karakteristik	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemahaman Peraturan Pajak (X1)	95	8	30	24,55	4,51
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	95	16	35	29,58	4,62
Sanksi Pajak (X3)	95	12	25	20,19	3,25
Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce (Y)	95	11	30	25,26	3,92

Sumber : Data diolah Peneliti (SPSS, 2025)

4.2 Penguji Intrumen Penelitian

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan penilaian terhadap kemampuan suatu instrumen penelitian dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dilaksanakan terhadap 95 responden dengan menggunakan SPSS Versi 17. Pada penelitian ini, derajat kebebasan (df) dihitung dengan rumus $n - 2 = 95 - 2 = 93$. Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,202. Kriteria pengujian menyatakan bahwa apabila r hitung $> r$ tabel, maka butir pernyataan dinyatakan valid, sedangkan apabila r hitung $< r$ tabel, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai		Keterangan
		r hitung	r tabel	
Pemahaman Peraturan Pajak (X1)	PPJ01	0,799	0,202	Valid
	PPJ02	0,801	0,202	Valid
	PPJ03	0,889	0,202	Valid
	PPJ04	0,790	0,202	Valid
	PPJ05	0,831	0,202	Valid
	PPJ06	0,870	0,202	Valid
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	KWP01	0,694	0,202	Valid
	KWP02	0,789	0,202	Valid
	KWP03	0,822	0,202	Valid
	KWP04	0,828	0,202	Valid

Variabel	Indikator	Nilai		Keterangan
		r hitung	r tabel	
	KWP05	0,783	0,202	Valid
	KWP06	0,810	0,202	Valid
	KWP07	0,749	0,202	Valid
Sanksi Pajak (X3)	SP01	0,781	0,202	Valid
	SP02	0,852	0,202	Valid
	SP03	0,758	0,202	Valid
	SP04	0,768	0,202	Valid
	SP05	0,735	0,202	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce (Y)	WPE01	0,812	0,202	Valid
	WPE02	0,859	0,202	Valid
	WPE03	0,890	0,202	Valid
	WPE04	0,864	0,202	Valid
	WPE05	0,774	0,202	Valid
	WPE06	0,797	0,202	Valid

Sumber : Data diolah Peneliti (SPSS, 2025)

Berdasarkan informasi tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa pada variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), Sanksi Pajak (X3), serta Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce (Y) seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung $> 0,202$, sehingga 24 indikator (pertanyaan) dalam penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

4.2.2 Uji Korelasi

Menurut Guilford (1956) dasar pengambilan keputusan uji korelasi yaitu berdasarkan nilai Pearson Correlation nya yaitu dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 4 Tingkat Hubungan Korelasi

Range Nilai	Keterangan Tingkat Hubungan
0,000 s.d 0,199	Sangat Rendah
0,200 s.d 0,399	Rendah
0,400 s.d 0,599	Cukup
0,600 s.d 0,799	Kuat
0,800 s.d 1,000	Sangat Kuat

Uji korelasi dilakukan terhadap 4 variabel yaitu variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), Sanksi Pajak (X3), dan Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce (Y) menggunakan SPSS Versi 17 dan diperoleh hasil seperti pada tabel berikut :

Tabel 4. 5 Hasil Uji Korelasi

Variabel	Nilai Koefisien Korelasi	Keterangan Tingkat Hubungan
X1 terhadap Y	0,648	Hubungan Kuat
X2 terhadap Y	0,499	Hubungan Cukup
X3 terhadap Y	0,596	Hubungan Cukup
X1, X2, X3 terhadap Y	0,707	Hubungan Kuat

Sumber : Data diolah Peneliti (SPSS, 2025)

Berdasarkan hasil uji korelasi, variabel Pemahaman Peraturan

Pajak (X1) memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,648 yang termasuk kategori hubungan kuat. Hal ini berarti semakin tinggi pemahaman wajib pajak e-commerce terhadap peraturan perpajakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan yang ditunjukkan.

Selanjutnya, variabel Kesadaran Wajib Pajak (X2) menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,499, yang berada pada kategori hubungan cukup. Dengan demikian, kesadaran wajib pajak memang berhubungan dengan kepatuhan, namun tingkat keeratannya tidak sekuat variabel lainnya.

Variabel Sanksi Pajak (X3) memperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,596, yang juga masuk kategori hubungan cukup. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan sanksi perpajakan cukup berhubungan dengan peningkatan kepatuhan wajib pajak e-commerce.

Sementara itu, apabila variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), dan Sanksi Pajak (X3) diuji secara simultan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce (Y), diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,707 yang termasuk kategori hubungan kuat. Artinya, ketiga variabel bebas secara bersama-sama memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce di KPP Pratama Duren Sawit.

4.2.3 Uji Reliabilitas

Pedoman pengambilan keputusan evaluasi konsistensi adalah jika nilai Cronbach's Alpha melebihi $\geq 0,70$ maka dinyatakan konsisten (Ghozali, 2018). Berikut kriteria dari nilai tersebut :

Tabel 4. 6 Tingkat Nilai Reliabilitas

Range Nilai	Keterangan Tingkat Reliabilitas
< 0,50	Reliabilitas rendah
0,50 – 0,70	Reliabilitas moderat
0,70 – 0,80	Reliabilitas cukup
0,80 – 0,90	Reliabilitas tinggi
$\alpha > 0,90$	Reliabilitas sempurna

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kategori Reliabilitas
Pemahaman Peraturan Pajak (X1)	0,755	Reliabilitas Cukup
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	0,824	Reliabilitas Tinggi
Sanksi Pajak (X3)	0,782	Reliabilitas Cukup
Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce (Y)	0,763	Reliabilitas Cukup

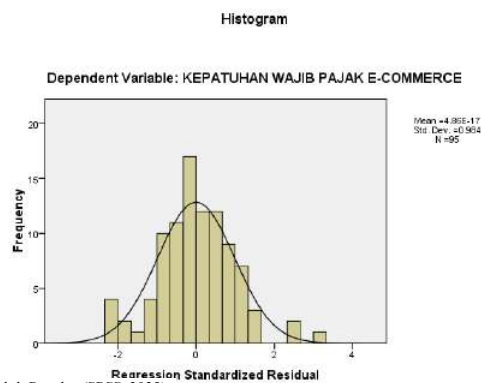
Sumber : Data diolah Peneliti (SPSS, 2025)

Instrumen penelitian ini reliabel, karena seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X2) bahkan memiliki reliabilitas tinggi, sedangkan variabel X1, X3, dan Y berada pada kategori cukup. Artinya, kuesioner yang digunakan konsisten dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel penelitian.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

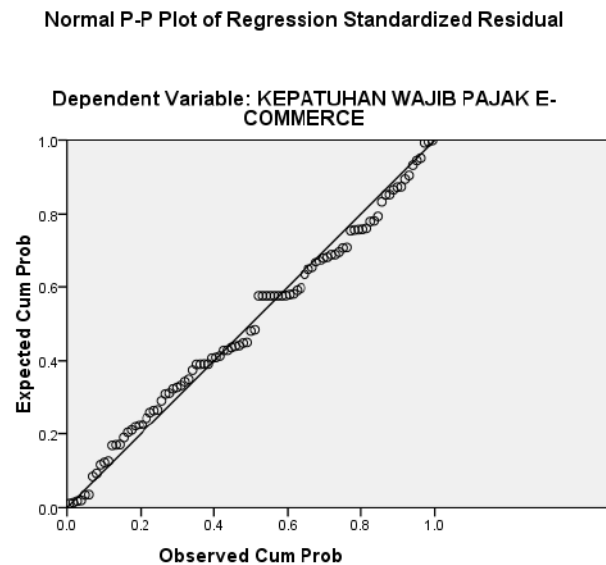
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dari model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik harus memiliki residual yang terdistribusi normal atau mendekati normal. Menurut Ghozali (2018:154), uji normalitas dapat dilihat melalui grafik histogram dan Normal Probability Plot (P-P Plot).



Sumber : Data diolah Peneliti (SPSS, 2025)

Gambar 4. 2 Histogram Uji Normalitas

dapat dilihat bahwa pola histogram menunjukkan distribusi yang menyerupai bentuk kurva normal (bell-shaped curve) dan relatif simetris. Hal ini mengindikasikan bahwa residual model regresi terdistribusi secara normal.



Sumber : Data diolah Peneliti (SPSS, 2025)

Gambar 4. 3 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

dapat dilihat bahwa titik-titik data berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Menurut Ghazali (2018), jika titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual adalah normal.

Berdasarkan hasil analisis grafik Histogram dan Normal P-P Plot, dapat disimpulkan bahwa residual pada model regresi telah memenuhi kriteria normalitas. Histogram memperlihatkan pola distribusi data yang menyerupai kurva lonceng (bell-shaped curve) dan tampak simetris, sedangkan titik-titik pada Normal P-P Plot tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Dengan demikian, asumsi normalitas dinyatakan terpenuhi. Artinya, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah sesuai dan

dapat dilanjutkan ke tahap pengujian asumsi klasik lainnya, seperti multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, serta ke tahap analisis regresi. Pemenuhan asumsi normalitas ini penting untuk memastikan bahwa estimasi parameter regresi yang dihasilkan bersifat tidak bias, efisien, dan konsisten (Ghozali, 2018).

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Menurut Ghozali (2018:107), model regresi yang baik seharusnya tidak mengandung multikolinearitas. Pendeteksian multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika Tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pemahaman Peraturan Pajak	0,557	1,795	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kesadaran Pajak	0,694	1,440	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Sanksi Pajak	0,573	1,745	Tidak Terjadi Multikolinearitas

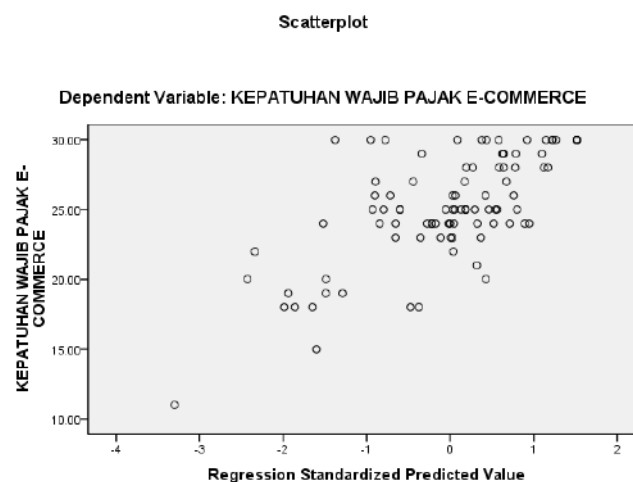
Sumber : Data diolah Peneliti (SPSS, 2025)

Berdasarkan hasil diatas, dapat dilihat bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi

multikolinearitas, sehingga semua variabel independen layak digunakan dalam model regresi berganda untuk menguji pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian residual pada setiap pengamatan dalam model regresi. Salah satu cara pengujiannya dapat dilakukan dengan metode scatterplot maupun uji Glejser.



Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas metode Scatterplot

Pada scatterplot yang ditampilkan, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu, serta berada di atas dan di bawah sumbu X. Pola penyebaran yang acak tersebut menunjukkan bahwa varian residual bersifat konstan atau dengan kata lain model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, meskipun pengujian heteroskedastisitas juga dapat dilakukan menggunakan uji Glejser dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi $> 0,05$

maka tidak terjadi heteroskedastisitas, hasil scatterplot yang diperoleh sudah cukup menjadi dasar untuk menyimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik homoskedastisitas. Oleh karena itu, model regresi dalam penelitian ini dapat dikatakan layak digunakan.

4.4 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen secara terpisah. Dalam penelitian ini, regresi sederhana dilakukan untuk melihat sejauh mana Pemahaman Peraturan Pajak (X_1), Kesadaran Wajib Pajak (X_2), dan Sanksi Pajak (X_3) masing-masing memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce (Y). Dengan menggunakan analisis ini, peneliti dapat mengetahui hubungan linear antara setiap variabel independen dan variabel dependen, serta mengukur seberapa besar kontribusi masing-masing variabel terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak. Hasil analisis akan ditunjukkan melalui persamaan regresi, nilai koefisien (B), nilai t -hitung, dan signifikansi ($Sig.$) untuk menentukan ada tidaknya pengaruh yang signifikan.

1. Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak (X_1) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.443	1.714		6.675	.000
	PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK	.563	.069	.648	8.195	.000

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

Berdasarkan hasil diatas, maka perhitungannya sebagai berikut :

$$Y = 11,443 + 0,563X_1$$

Gambar 4. 5 Pengaruh X_1 terhadap Y

Dapat disimpulkan :

- a. Konstanta (11,443): Jika Pemahaman Peraturan Pajak bernilai nol, maka Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce tetap sebesar 11,443.
- b. Koefisien regresi (0,563): Setiap kenaikan satu satuan Pemahaman Peraturan Pajak akan meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce sebesar 0,563 satuan.
- c. Uji t: Nilai t-hitung sebesar 8,195 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa X_1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y.

Dengan demikian, H_1 diterima, artinya Pemahaman Peraturan Pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce.

2. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak (X_2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.744	2.284		5.579	.000
	KESADARAN WAJIB PAJAK	.423	.076	.499	5.547	.000

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

Gambar 4. 6 Pengaruh X_2 terhadap Y

Berdasarkan hasil diatas, maka perhitungannya sebagai berikut :

Y	$= 12,744 + 0,423X_2$
-----	-----------------------

Interpretasi hasil:

- a. Konstanta (12,744): Jika Kesadaran Wajib Pajak bernilai nol, maka Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce bernilai 12,744.
- b. Koefisien regresi (0,423): Setiap kenaikan satu satuan Kesadaran Wajib Pajak akan meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce sebesar 0,423 satuan.
- c. Uji t: Nilai t-hitung sebesar 5,547 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa X_2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y .

Dengan demikian, H_2 diterima, sehingga Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce.

3. Pengaruh Sanksi Pajak (X_3) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.773	2.052		5.251	.000
	SANKSI PAJAK	.718	.100	.596	7.153	.000

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

Gambar 4. 7 Pengaruh X_3 terhadap Y

Berdasarkan hasil diatas, maka perhitungannya sebagai berikut :

Y	= 10,773 + 0,718X ₃
---	--------------------------------

Interpretasi hasil:

- a. Konstanta (10,773): Jika Sanksi Pajak bernilai nol, maka Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce bernilai 10,773.
- b. Koefisien regresi (0,718): Setiap kenaikan satu satuan Sanksi Pajak akan meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce sebesar 0,718 satuan.
- c. Uji t: Nilai t-hitung sebesar 7,153 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05) menunjukkan bahwa X₃ berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y. Dengan demikian, H₃ diterima, artinya Sanksi Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce.

Berdasarkan ketiga hasil regresi sederhana, dapat disimpulkan bahwa Pemahaman Peraturan Pajak (X₁), Kesadaran Wajib Pajak (X₂), dan Sanksi Pajak (X₃) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce (Y). Hal ini berarti semakin baik pemahaman peraturan, semakin tinggi kesadaran, serta semakin tegas sanksi pajak yang diterapkan, maka tingkat kepatuhan wajib pajak e-commerce juga akan semakin meningkat.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah dilakukan analisis regresi sederhana untuk masing-masing variabel independen secara terpisah, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak (X_1), Kesadaran Wajib Pajak (X_2), dan Sanksi Pajak (X_3) secara simultan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce (Y). Hasil analisis regresi linear berganda akan disajikan melalui persamaan regresi, tabel Model Summary, tabel ANOVA, serta tabel Coefficients yang menunjukkan besarnya pengaruh, arah hubungan, serta signifikansi masing-masing variabel independen. Hal ini penting untuk memastikan apakah model regresi yang digunakan dapat menjelaskan variasi kepatuhan wajib pajak secara memadai.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.106	2.163		2.823	.006
	PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK	.344	.086	.396	3.982	.000
	KESADARAN WAJIB PAJAK	.142	.076	.167	1.876	.064
	SANKSI PAJAK	.323	.118	.268	2.733	.008

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

Gambar 4. 8 Hasil Linear Berganda

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 6,106 + 0,344X_1 + 0,142X_2 + 0,323X_3$$

Keterangan

Y = Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce

X_1 = Pemahaman Peraturan Pajak

X_2 = Kesadaran Wajib Pajak

X_3 = Sanksi Pajak

Interpretasi hasil:

1. Konstanta (6.106 , $p = 0.006$)

Artinya, jika seluruh variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) dianggap bernilai nol, maka tingkat kepatuhan wajib pajak e-commerce tetap berada pada nilai 6.106 . Konstanta ini signifikan ($p < 0.05$), yang berarti ada nilai dasar kepatuhan meskipun tanpa pengaruh ketiga variabel.

2. Pemahaman Peraturan Pajak ($B = 0.344$, $p = 0.000$)

Koefisien positif menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman peraturan pajak, maka kepatuhan wajib pajak e-commerce akan meningkat sebesar 0.344 poin. Nilai signifikansi ($p = 0.000$) < 0.05 , sehingga variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

3. Kesadaran Wajib Pajak ($B = 0.142$, $p = 0.064$)

Koefisien positif berarti semakin tinggi kesadaran wajib pajak, semakin meningkat pula kepatuhan wajib pajak sebesar 0.142 poin. Namun, nilai signifikansinya ($p = 0.064$) > 0.05 , sehingga variabel ini tidak berpengaruh signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95%.

4. Sanksi Pajak ($B = 0.323$, $p = 0.008$)

Koefisien positif menunjukkan bahwa semakin tegas penerapan sanksi pajak, semakin meningkat kepatuhan wajib pajak e-commerce sebesar 0.323

poin. Nilai signifikansi ($p = 0.008$) < 0.05 , sehingga variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dari penjelasan diatas Peneliti menyimpulkan bahwa Pemahaman Peraturan Pajak (X_1) dan Sanksi Pajak (X_3) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce. Kesadaran Wajib Pajak (X_2) walaupun berpengaruh positif, namun tidak signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Secara umum, hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman peraturan pajak dan penerapan sanksi pajak yang tegas akan mendorong tingkat kepatuhan wajib pajak yang lebih baik.

4.6 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi berganda, tahap selanjutnya adalah menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara individu. Sementara itu, uji simultan (uji F) dilakukan untuk melihat apakah seluruh variabel independen yang diteliti, yaitu Pemahaman Peraturan Pajak (X_1), Kesadaran Wajib Pajak (X_2), dan Sanksi Pajak (X_3), secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce (Y).

4.6.1 Uji Parsial (t – test)

- a. H1 = Terdapat Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak (X1) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	11.443	1.714	6.675	.000
	PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK	.563	.069	8.195	.000

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

Gambar 4. 9 Hasil Uji t (X1 terhadap Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), ditemukan bahwa nilai t sebesar 8,195 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini mengisyaratkan bahwa semakin baik pemahaman wajib pajak terhadap aturan perpajakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan mereka dalam melaksanakan kewajiban pajak. Selain itu, nilai Beta 0,648 menunjukkan bahwa pemahaman peraturan pajak merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak e-commerce. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce.

- b. H2 = Terdapat Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak (X2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak e-commerce (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.744	2.284		5.579	.000
	KESADARAN WAJIB PAJAK	.423	.076	.499	5.547	.000

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

Sumber : Data Hasil Output SPSS (2025)

Gambar 4. 10 Hasil Uji t (X2 terhadap Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), ditemukan bahwa nilai t sebesar 5,547 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin tinggi kesadaran wajib pajak mengenai pentingnya peran pajak bagi pembangunan, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk taat dalam membayar pajak. Nilai Beta 0,499 menegaskan bahwa meskipun pengaruhnya tidak sebesar pemahaman peraturan, kesadaran tetap menjadi faktor penting dalam mendorong kepatuhan. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel Kesadaran Wajib Pajak (X2) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce.

- c. H3 = Terdapat Pengaruh Sanksi Pajak (X3) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.773	2.052		5.251	.000
	SANKSI PAJAK	.718	.100	.596	7.153	.000

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

Sumber : Data Hasil Output SPSS (2025)

Gambar 4. 11 Hasil Uji t (X3 terhadap Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), ditemukan bahwa nilai t sebesar 7,153 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti

penerapan sanksi yang tegas dan konsisten mampu mendorong wajib pajak untuk lebih patuh, karena adanya rasa takut terhadap konsekuensi apabila tidak memenuhi kewajibannya. Nilai Beta 0,596 menunjukkan bahwa sanksi pajak memberikan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak e-commerce. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel Sanksi Pajak (X3) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce.

4.6.2 Uji Simultan (F – test)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	722.028	3	240.676	30.234	.000 ^a
	Residual	724.393	91	7.960		
	Total	1446.421	94			

a. Predictors: (Constant), SANKSI PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK, PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK

b. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

Sumber : Data Hasil Output SPSS (2025)

Gambar 4. 12 Hasil Uji Simultan

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA di atas, diperoleh nilai Fhitung sebesar 30,234 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan. Artinya, secara simultan variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), dan Sanksi Pajak (X3) bersama-sama berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce (Y).

Dengan kata lain, kepatuhan wajib pajak e-commerce tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil kombinasi dari tingkat pemahaman terhadap peraturan perpajakan, tingkat kesadaran pribadi wajib pajak, serta adanya penerapan sanksi pajak. Semakin baik pemahaman dan kesadaran wajib pajak, serta semakin tegas sanksi yang diterapkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Hasil ini juga memperlihatkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian dapat dikatakan layak, karena mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan nilai F yang cukup besar (30,234), model menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memberikan kontribusi yang kuat dalam menjelaskan variasi kepatuhan wajib pajak e-commerce.

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.707 ^a	.499	.483	2.82141	1.846

a. Predictors: (Constant), SANKSI PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK, PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK

b. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

Sumber : Data Hasil Output SPSS (2025)

Gambar 4. 13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai R sebesar 0,707 yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen, yaitu Pemahaman Peraturan Pajak (X1),

Kesadaran Wajib Pajak (X2), dan Sanksi Pajak (X3) dengan variabel dependen yaitu Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce (Y). Nilai R Square (R^2) sebesar 0,499 mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan variasi perubahan kepatuhan wajib pajak e-commerce sebesar 49,9%. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,483 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel, sekitar 48,3% variasi kepatuhan wajib pajak tetap dapat dijelaskan oleh model regresi ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan cukup baik karena hampir setengah variasi kepatuhan wajib pajak e-commerce dapat dijelaskan oleh pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak. Adapun sisanya sekitar 50–51,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti kualitas pelayanan fiskus, tingkat kepercayaan pada pemerintah, kemudahan teknologi perpajakan, maupun faktor motivasi pribadi dari wajib pajak itu sendiri.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Variabel X1

Berdasarkan hasil uji t, variabel pemahaman peraturan pajak memiliki nilai t sebesar 8,195 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, maka

semakin tinggi pula tingkat kepatuhan dalam melaksanakan kewajiban pajaknya. Hasil ini sejalan dengan teori kepatuhan yang dijelaskan pada Bab II, di mana pemahaman terhadap aturan hukum menjadi landasan penting bagi perilaku patuh. Selain itu, temuan ini memperkuat penelitian terdahulu yang juga menyatakan bahwa pemahaman peraturan pajak berkontribusi besar terhadap peningkatan kepatuhan. Jika dikaitkan dengan latar belakang pada Bab I, hasil ini memberikan bukti empiris bahwa rendahnya kepatuhan pajak di sektor e-commerce salah satunya disebabkan oleh keterbatasan pemahaman wajib pajak terhadap aturan yang berlaku. Dengan demikian, peningkatan sosialisasi dan edukasi perpajakan yang diatur dalam Bab III melalui metode penelitian kuantitatif terbukti mampu mengungkapkan pengaruh pemahaman terhadap kepatuhan wajib pajak.

4.7.2 Variabel X2

Hasil uji t pada variabel kesadaran wajib pajak menunjukkan nilai t sebesar 5,547 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Artinya, wajib pajak yang memiliki kesadaran tinggi akan lebih patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, bukan hanya karena takut sanksi, tetapi karena menyadari pentingnya pajak sebagai kontribusi terhadap pembangunan negara. Hasil ini mendukung *Theory of Planned*

Behavior yang dibahas dalam Bab II, di mana sikap dan kesadaran individu berperan penting dalam membentuk perilaku patuh. Selain itu, penelitian terdahulu yang diulas pada Bab II juga memperkuat hasil ini dengan menyatakan bahwa kesadaran merupakan salah satu determinan kepatuhan pajak. Dalam kaitannya dengan Bab I, temuan ini menjawab masalah yang diangkat mengenai rendahnya kesadaran sebagian pelaku usaha e-commerce dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, sesuai dengan desain penelitian yang dijelaskan dalam Bab III, pengukuran kesadaran wajib pajak melalui kuesioner terbukti mampu menunjukkan pengaruh nyata terhadap kepatuhan.

4.7.3 Variabel X3

Uji t terhadap variabel sanksi pajak menghasilkan nilai t sebesar 7,153 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan sanksi yang tegas dan konsisten mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Temuan ini konsisten dengan teori *deterrence* yang dijelaskan pada Bab II, yang menyatakan bahwa ancaman hukuman berfungsi sebagai alat kontrol eksternal untuk mencegah pelanggaran. Penelitian terdahulu yang dibahas dalam Bab II juga menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak cenderung meningkat apabila sanksi

diterapkan secara tegas. Jika dikaitkan dengan permasalahan pada Bab I, masih rendahnya kepatuhan di sektor e-commerce dapat diatasi dengan pengawasan dan penerapan sanksi yang lebih kuat. Melalui metode penelitian yang dipaparkan dalam Bab III, hasil ini memperlihatkan bahwa instrumen sanksi memiliki kontribusi penting dalam membentuk kepatuhan wajib pajak e-commerce.

4.7.4 Uji F (Simultan) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Selain pengujian parsial, hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 30,234 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti pemahaman peraturan pajak, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan fit atau layak. Hal ini sejalan dengan kerangka teori dalam Bab II yang menyebutkan bahwa kepatuhan pajak merupakan hasil interaksi dari berbagai faktor internal maupun eksternal. Sementara itu, hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,499 menunjukkan bahwa sekitar 49,9% variasi kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sedangkan sisanya 50,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti pelayanan fiskus, teknologi perpajakan, maupun tingkat kepercayaan terhadap pemerintah. Temuan ini menjawab tujuan penelitian yang telah dijelaskan dalam Bab I, yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang

memengaruhi kepatuhan wajib pajak e-commerce. Melalui metode analisis regresi linier berganda sebagaimana diuraikan dalam Bab III, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa kombinasi pemahaman, kesadaran, dan sanksi pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), dan Sanksi Pajak (X3) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce (Y). Hal ini berarti semakin baik pemahaman wajib pajak terhadap aturan perpajakan, semakin tinggi kesadaran mereka dalam melaksanakan kewajiban, serta semakin tegas penerapan sanksi pajak, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak e-commerce.
2. Hasil uji simultan (uji F) juga memperkuat temuan tersebut, di mana secara bersama-sama ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak (fit) untuk menjelaskan hubungan antarvariabel. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman aturan, kesadaran, dan sanksi pajak merupakan faktor yang saling melengkapi dalam membentuk kepatuhan wajib pajak.
3. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa sekitar 49,9% variasi kepatuhan wajib pajak e-commerce dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang diteliti, sementara sisanya sekitar 50,1%

dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan kata lain, meskipun penelitian ini sudah cukup mampu menggambarkan pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kepatuhan, masih terdapat ruang untuk pengembangan melalui penambahan variabel lain pada penelitian berikutnya.

4. Variabel yang paling dominan memengaruhi kepatuhan wajib pajak e-commerce adalah **Pemahaman Peraturan Pajak (X1)**, dengan nilai koefisien beta terbesar. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman aturan perpajakan menjadi kunci utama dalam mendorong kepatuhan wajib pajak digital dibandingkan variabel lainnya.\
5. Pemahaman Peraturan Pajak (X1) memiliki hubungan kuat dengan Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce, Kesadaran Wajib Pajak (X2) dan Sanksi Pajak (X3) menunjukkan hubungan cukup, sedangkan secara simultan ketiga variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce di KPP Pratama Duren Sawit.
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kesadaran Wajib Pajak (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce di KPP Duren Sawit, dengan nilai t-hitung sebesar 5,547 dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atarwaman (2020), Pratama dan Widodo (2021), serta Sari (2021), di mana variabel kesadaran wajib pajak ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan, dapat dirumuskan saran sebagai berikut:

1. Bagi wajib pajak e-commerce, disarankan untuk terus meningkatkan pemahaman terhadap aturan perpajakan melalui berbagai sumber informasi resmi, seperti sosialisasi, pelatihan, maupun media digital yang disediakan oleh otoritas pajak. Pemahaman yang baik akan meminimalisasi kesalahan administratif sekaligus meningkatkan kepatuhan.
2. Bagi pemerintah atau otoritas pajak, penting untuk memperkuat edukasi dan sosialisasi terkait kewajiban perpajakan, khususnya bagi pelaku usaha berbasis digital yang semakin berkembang. Penerapan sanksi pajak juga perlu dilakukan secara konsisten dan tegas agar memberikan efek jera bagi pelanggar serta mendorong kepatuhan secara menyeluruh.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menambahkan variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, seperti kualitas pelayanan fiskus, kepercayaan terhadap pemerintah, kemudahan akses teknologi perpajakan (*e-filing*, *e-billing*), maupun faktor psikologis wajib pajak. Dengan begitu, hasil penelitian di masa mendatang diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak e-commerce.
4. Karena variabel pemahaman peraturan pajak terbukti paling dominan, maka otoritas pajak perlu mengintensifkan program sosialisasi dan pendampingan

berbasis digital, seperti webinar interaktif, aplikasi edukasi pajak, dan konten kreatif di media sosial. Langkah ini akan membantu pelaku e-commerce, terutama generasi muda, untuk lebih memahami kewajiban perpajakannya dan meningkatkan kepatuhan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asfa & Meiranto. (2017). PENGARUH SANKSI PERPAJAKAN, PELAYANAN FISKUS, PENGETAHUAN DAN PEMAHAMAN PERPAJAKAN, KESADARAN PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK | Asfa I. | Diponegoro Journal of Accounting. Diponegoro Journal of Accounting.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/18229/0>
- Darmanah, S.E., M.M, Dr. G. (n.d.). Metodologi penelitian.
- Davela Navisa Risandhi, I Gusti Ketut Ayu Rachmi Handayani, & Fatma Ulfatun Najicha. (2024). Efektivitas Pengaturan Hukum Pajak E-Commerce Terhadap Peningkatan Penerimaan Pajak Di Indonesia. *Demokrasi: Jurnal Riset Ilmu Hukum, Sosial dan Politik*, 1(2), 127–142.
<https://doi.org/10.62383/demokrasi.v1i2.154>
- Dr. Ir. Sugiyono. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D (cetakan 19). ALFABETA, CV.
- Fauzi, Hasnarika, & Fadila. (2024). PENGARUH PEMAHAMAN WAJIB PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK DAN PERILAKU WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN PERPAJAKAN E-COMMERCE. 3, 10.
- Hakim, L. (2025). 12 Manfaat Penelitian Teoritis dan Praktis yang Perlu Diketahui.
<https://deepublishstore.com/blog/manfaat-penelitian-teoritis-dan-praktis/>
- Hayati, C. N. (2022). PENGARUH SOSIALISASI PAJAK, KESADARAN PAJAK, DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB

PAJAK DALAM MEMBAYAR PAJAK BUMI DAN BANGUNAN DI
KOTA BANDA ACEH.

Iba Dr. Zainuddin , S.E., M.M. & Wardhana Dr (Cand). Aditya, S.E., M.Si., M.M.,
CHRMP, CIRP, CHRA, CPP, CHRBP. (2024). Operasionalisasi Variabel
dalam Penelitian Kuantitatif. EUREKA MEDIA AKSARA, JUNI 2024
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH NO. 225/JTE/2021.

Irmayani, I., & Fathah, R. N. (2023). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi
Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi di Kota Yogyakarta. J-CEKI: Jurnal
Cendekia Ilmiah, 2(6), 498–510. <https://doi.org/10.56799/jceki.v2i6.1959>

Kusuma, S. N., & Kristianto, D. (2025). Pengaruh Pemahaman Peraturan
Perpajakan, E-Filling,dan Religiusitas Terhadap Pelaporan SPT Tahunan
Wajib Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak di KPP Pratama Kabupaten
Karanganyar).

Lawal, A. M., Igbekoyi, O. E., & Emmanueldagunduro, M. (2024). ENHANCING
TAX COMPLIANCE AND REVENUE GENERATION IN NIGERIA:
STRATEGIES AND CHALLENGES. 2.

Leony A. M. Sinaga, Niska S Waruwu, Rama Rayani Purba, Rayun A. R. Silaban,
Ulibasa L. Sihombing, & E. H. Siallagan. (2024). ANALISIS PERAN
AKUNTANSI MANAJERIAL DALAM MENGELOLA BIAYA DAN
MENDUKUNG KEPUTUSAN BISNIS.

Mardiatmoko, G. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA
ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS
PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA

[CANARIUM INDICUM L.]). BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan,14(3),333–342.

<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>

Neuman (2006). (n.d.).

Prof. H. Imam Ghozali, M.Com, Ph. D,CA. (2021). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE dengan PROGRAM IBM SPSS 26 (10th edn).

Putri, F. S., Hendrawati, T. A., & Hasanah, U. J. E. (2024). Optimalisasi Penerapan PPN Dalam E-Commerce Marketplace Untuk Mendorong Kepatuhan Pajak. MEDIA AKUNTANSI PERPAJAKAN, 9(2), 90–96.

<https://doi.org/10.52447/map.v9i2.7937>

Ratmono, D. (2014). Model kepatuhan perpajakan sukarela: Peran denda, keadilan prosedural, dan kepercayaan terhadap otoritas pajak. Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia, 18(1), 42–64.

<https://doi.org/10.20885/jaai.vol18.iss1.art4>

Rifani & Lestari. (2022). RESTITUSI: Jurnal Riset Perpajakan Vol. 1 No. 2 Desember 2022. 1(2).

Rotinsulu, C. N. M., Samosir, H. E., Renaldi, V., & Tawil, M. R. (2024). PENGARUH INSENTIF PAJAK DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM E-COMMERCE. 08(02).

Suci, B. M., Putri, T. E., & Eprianto, I. (2023). PENGARUH KESADARAN PAJAK, SOSIALISASI PAJAK DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK. JURNAL ECONOMINA, 2(9), 2375–

2385. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.817>

Sudrajat, A., & Ompusunggu, A. P. (2015). Pemanfaatan teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Kepatuhan Pajak. 2(2).

Sugiyono 2016. (n.d.).

Sugiyono, Prof. Dr. (2020). METEDOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D.

Trisnanda, C. P. (2025). Kebaruan Penelitian dan Bedanya dengan Gap Penelitian.

https://www.duniakampus.id/riset-penelitian/kebaruan-penelitian/?utm_source=chatgpt.com

UU HPP No. 7 Tahun 2021. (2021). Pajak.

Lampiran A Kuesioner

Assalamu'alaikum Wr. Wb. / Salam sejahtera,

Perkenalkan, saya Dina Aktovina mahasiswa S1 Akuntansi – Universitas Pertiwi, yang saat ini sedang menyusun skripsi dengan fokus penelitian pada Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce Periode 2021-2024 (Studi Kasus KPP Duren Sawit).

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner berikut ini:

 <https://forms.gle/AmUvdvJozsS2mKDf7>

Jawaban akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan akademik.

Atas bantuannya, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya 🙏

Hormat saya,

Dina Aktovina
Mahasiswi S1 Akuntansi – Universitas Pertiwi

X1 PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
Mengetahui Jenis Pajak <i>E-commerce</i>						
1	Saya Mengetahui Jenis-jenis pajak yang dikenakan terhadap pelaku usaha <i>e-commerce</i>					
Mengetahui Tarif PPh atau PPN <i>E-commerce</i>						
2	Saya memahami tarif PPh dan PPN yang berlaku bagi pelaku usaha <i>e-commerce</i>					
Memahami Tata Cara Pelaporan Pajak						
3	Saya memahami langkah-langkah pelaporan pajak secara umum					
Mengetahui Tenggat Pelaporan Pajak						
4	Saya memahami batas waktu pelaporan pajak yang berlaku					
Mampu Menggunakan <i>E-filing</i>						
5	Saya mampu menggunakan <i>e-filing</i> untuk melaporkan pajak					
Mampu Menggunakan DJP <i>Online</i>						
6	Saya terbiasa mengakses layanan pajak melalui DJP <i>Online</i>					

X2 KESADARAN WAJIB PAJAK

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
	Meyakini Pajak Sebagai Kewajiban Warga Negara					
7	Saya percaya bahwa membayar pajak adalah kewajiban moral sebagai warga negara					
	Kesadaran Bahwa Pajak untuk Pembangunan Negara					
8	Saya merasa bersalah jika tidak memenuhi kewajiban pajak					
	Keinginan Melapor tanpa dipaksa					
9	Saya memiliki niat untuk melapor pajak tanpa perlu dipaksa					
	Komitmen Membayar Pajak Tepat Waktu					
10	Saya berkomitmen membayar pajak tepat waktu setiap tahunnya					
	Menyadari Dampak Negatif Jika tidak Patuh Pajak					
11	Saya sadar bahwa pajak digunakan untuk pembangunan negara					
	Terlibat Aktif dalam Edukasi Pajak					
12	Saya mengetahui dampak negatif bagi negara jika saya tidak taat pajak					
13	Saya bersedia terlibat dalam kegiatan edukasi perpajakan					

X3 SANKSI PAJAK

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
	Mengetahui Jenis Sanksi Pajak (denda / bunga)					
14	Saya mengetahui jenis sanksi administratif seperti denda dan bunga pajak					
	Mengetahui Aturan Sanksi Pidana Pajak					
15	Saya mengetahui bahwa pelanggaran pajak dapat dikenakan sanksi					
	Mempercayai Otoritas Pajak Tegas dalam Menindak					
16	Saya percaya otoritas pajak bersikap tegas dalam menindak pelanggaran pajak					
	Menganggap Sanksi Dapat Merugikan Usaha					
17	Saya merasa bahwa sanksi pajak dapat merugikan usaha saya					
18	Saya menjadi lebih baik hati-hati dalam melaporkan pajak karena takut dikenai sanksi					

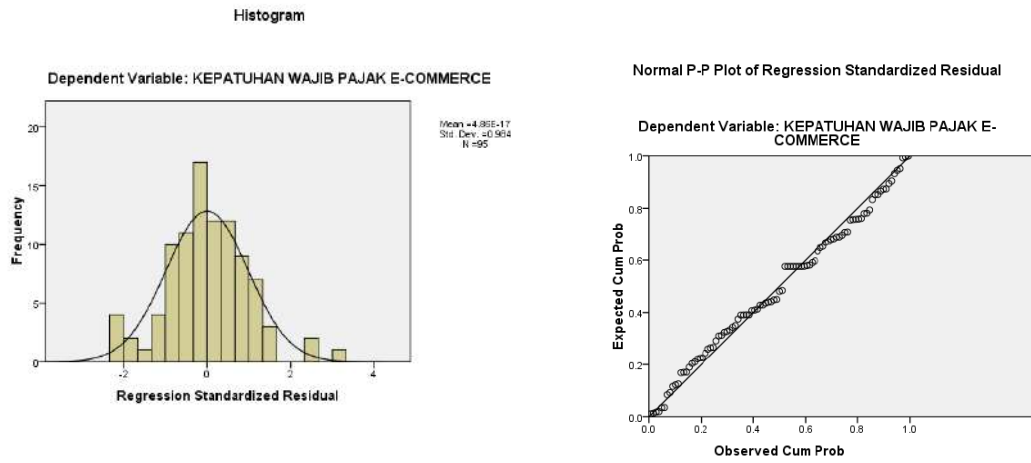
Y KEPATUHAN WAJIB PAJAK *E-COMMERCE*

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
	Memiliki NPWP					
19	Saya telah memiliki Nomor Pajak Wajib Pajak					

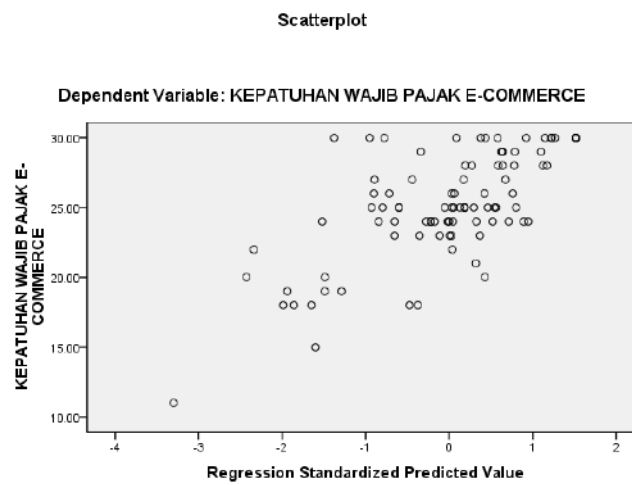
	(NPWP)					
Melaporkan Penghasilan Tepat Waktu						
20	Saya melaporkan penghasilan saya tepat waktu tiap bulan					
Membayar Pajak Sesuai Ketentuan						
21	Saya membayar pajak sesuai dengan jumlah yang ditentukan oleh aturan					
Menyampaikan Data Usaha dengan Jujur						
22	Saya menyampaikan informasi usaha saya secara jujur kepada otoritas pajak					
23	Saya melaksanakan kewajiban perpajakan tanpa paksaan dari pihak manapun					
24	Saya konsisten melaksanakan kewajiban pajak setiap periode pajak					

Lampiran B Statistik

B.1 Tes Normalitas



B.2 Tes Heteroskedastisitas dengan metode Scatterplot



B.3 Tes Validitas

a. Pemahaman Peraturan Pajak (X1)

Correlations

	PPJ01	PPJ02	PPJ03	PPJ04	PPJ05	PPJ06	TOTAL
PPJ01 Pearson Correlation	1	.815**	.639**	.467**	.494**	.554**	.799**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95
PPJ02 Pearson Correlation	.815**	1	.589**	.478**	.451**	.652**	.801**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95
PPJ03 Pearson Correlation	.639**	.589**	1	.777**	.740**	.701**	.889**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95
PPJ04 Pearson Correlation	.467**	.478**	.777**	1	.651**	.613**	.790**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95
PPJ05 Pearson Correlation	.494**	.451**	.740**	.651**	1	.784**	.831**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95
PPJ06 Pearson Correlation	.554**	.652**	.701**	.613**	.784**	1	.870**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	95	95	95	95	95	95	95
TOTAL Pearson Correlation	.799**	.801**	.889**	.790**	.831**	.870**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	95	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Kesadaran Wajib Pajak (X2)

Correlations

	KWP01	KWP02	KWP03	KWP04	KWP05	KWP06	KWP07	TOTAL
KWP01 Pearson Correlation	1	.619**	.455**	.517**	.411**	.450**	.440**	.694**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95	95
KWP02 Pearson Correlation	.619**	1	.698**	.677**	.454**	.578**	.361**	.789**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95	95
KWP03 Pearson Correlation	.455**	.698**	1	.634**	.539**	.652**	.533**	.822**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95	95
KWP04 Pearson Correlation	.517**	.677**	.634**	1	.630**	.654**	.496**	.828**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95	95
KWP05 Pearson Correlation	.411**	.454**	.539**	.630**	1	.538**	.615**	.783**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95	95
KWP06 Pearson Correlation	.450**	.578**	.652**	.654**	.538**	1	.566**	.810**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95	95
KWP07 Pearson Correlation	.440**	.361**	.533**	.496**	.615**	.566**	1	.749**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	95	95	95	95	95	95	95	95
TOTAL Pearson Correlation	.694**	.789**	.822**	.828**	.783**	.810**	.749**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	95	95	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Sanksi Pajak (X3)

Correlations

	SP01	SP02	SP03	SP04	SP05	TOTAL
SP01 Pearson Correlation	1	.645**	.434**	.474**	.508**	.781**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95
SP02 Pearson Correlation	.645**	1	.596**	.563**	.487**	.852**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95
SP03 Pearson Correlation	.434**	.596**	1	.461**	.409**	.758**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95
SP04 Pearson Correlation	.474**	.563**	.461**	1	.510**	.768**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
N	95	95	95	95	95	95
SP05 Pearson Correlation	.508**	.487**	.409**	.510**	1	.735**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
N	95	95	95	95	95	95
TOTAL Pearson Correlation	.781**	.852**	.758**	.768**	.735**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d. Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce

Correlations

	WPE01	WPE02	WPE03	WPE04	WPE05	WPE06	TOTAL
WPE01 Pearson Correlation	1	.715**	.699**	.578**	.498**	.501**	.812**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95
WPE02 Pearson Correlation	.715**	1	.844**	.745**	.465**	.498**	.859**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95
WPE03 Pearson Correlation	.699**	.844**	1	.792**	.551**	.562**	.890**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95
WPE04 Pearson Correlation	.578**	.745**	.792**	1	.586**	.647**	.864**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95
WPE05 Pearson Correlation	.498**	.465**	.551**	.586**	1	.808**	.774**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	95	95	95	95	95	95	95
WPE06 Pearson Correlation	.501**	.498**	.562**	.647**	.808**	1	.797**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	95	95	95	95	95	95	95
TOTAL Pearson Correlation	.812**	.859**	.890**	.864**	.774**	.797**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	95	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

B.4 Tes Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK	75.0316	95.286	.709	.755
KESADARAN WAJIB PAJAK	70.0000	102.787	.575	.824
SANKSI PAJAK	79.3895	119.283	.677	.782
KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE	74.3158	106.452	.694	.763

B.5 Tes Regresi Linear Sederhana

a. X1 terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.443	1.714		6.675	.000
	PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK	.563	.069	.648	8.195	.000

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

b. X2 terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.744	2.284		5.579	.000
	KESADARAN WAJIB PAJAK	.423	.076	.499	5.547	.000

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

c. X3 terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.773	2.052		5.251	.000
	SANKSI PAJAK	.718	.100	.596	7.153	.000

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

B.6 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.106	2.163		2.823	.006
PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK	.344	.086	.396	3.982	.000
KESADARAN WAJIB PAJAK	.142	.076	.167	1.876	.064
SANKSI PAJAK	.323	.118	.268	2.733	.008

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

B.7 Uji Korelasi

a. X1 terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 ^a	.419	.413	3.00518

a. Predictors: (Constant), PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK

b. X2 terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.499 ^a	.249	.241	3.41858

a. Predictors: (Constant), KESADARAN WAJIB PAJAK

c. X3 terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.355	.348	3.16749

a. Predictors: (Constant), SANKSI PAJAK

d. X1, X2, X3 terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.499	.483	2.82141

a. Predictors: (Constant), SANKSI PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK, PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK

B.8 Uji T

a. H1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.443	1.714		6.675	.000
	PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK	.563	.069	.648	8.195	.000

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

b. H2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.744	2.284		5.579	.000
	KESADARAN WAJIB PAJAK	.423	.076	.499	5.547	.000

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

c. H3

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.773	2.052		5.251	.000
	SANKSI PAJAK	.718	.100	.596	7.153	.000

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

B.9 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	722.028	3	240.676	30.234	.000 ^a
	Residual	724.393	91	7.960		
	Total	1446.421	94			

a. Predictors: (Constant), SANKSI PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK, PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK

b. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

B.10 Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.707 ^a	.499	.483	2.82141	1.846

a. Predictors: (Constant), SANKSI PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK, PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK

b. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE

Lampiran C Administrasi Skripsi



C.1 DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Dina Aktovina
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 21 September 2002
Agama : Kristen Protestan
Alamat : Jl. Rukem Jaya IV No. 33, Kel. Ujung Menteng,
Kec. Cakung, Jakarta Timur. 13960
Handphone : 0896 2782 5715
Status : belum menikah
Email : 10.dinaaktovina@gmail.com

DATA PENDIDIKAN

SMK : SMK Jakarta Timur 2 (2018 – 2021)

- Menjadi Bendahara kelas selama 2 tahun
- Menjadi Wakil Ketua Majelis Perwakilan Kelas selama 2 tahun

Perguruan Tinggi : Universitas Pertiwi (2021 – 2025)

- Wakil Ketua Divisi Komunikasi dan Publikasi
- Ketua Kelas

PENGALAMAN KERJA

Praktek Kerja Lapangan – KPP Pratama Cakung II (Jan 2020 – Mar 2020)

- Membuat salinan dokumen untuk memudahkan keperluan administrasi,
- Membantu sortir dokumen sesuai prioritas, agar lebih mudah pengawasannya.

Food Court Solo Paragon Mall – DonBobo (Ags 2023 – Okt2023)

- Membuat laporan penjualan yang telah dilakukan perhari,
- Mencatat stock barang yang sudah menipis dan melaporkannya kepada supervisor,


Magang Kampus Merdeka – PT Caleb Technology (Okt 2023 – Feb 2024)

- Merekap PPN masuk dan keluar
- Menjurnal pengeluaran dan pemasukan petty cash
- Membuat invoice yang akan dikirimkan ke customer

FnB – Koko Sigdang (Mei 2025 – Juli 2025)

- Membuat laporan penjualan yang telah di lakukan perhari
- Melayani customer baik itu sebagai barista, waiters dan kasir

C.2 LEMBAR BIMBINGAN DOSEN

		UNIVERSITAS PERTIWI <small>Website : www.pertiwi.ac.id / e-Mail : / Telepon :</small>	
REKAP PERCAKAPAN BIMBINGAN			
Judul Proposal	: PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK, DAN SANKSI PAJAK TERHADAP WAJIB PAJAK E-COMMERCE PERIODE 2021 – 2024 (STUDI KASUS KFP DUREN SAWIT)		
Sesi / Bahasan	: ke-1 / - penambahan kerangka secara simultan - hipotesis secara simultan - penambahan teori analisis regresi sederhana (bsh III)		
Mahasiswa	: 21110033 - DINA AKTOVINA	Pembimbing	: 0405057601 - NASRULLOH S.E. MAK.
Tidak ada data percakapan			
Sesi / Bahasan	: ke-1 /		
Mahasiswa	: 21110033 - DINA AKTOVINA	Pembimbing	: 0416039502 - SITI AYU ROSIDA
Tidak ada data percakapan			
Sesi / Bahasan	: ke-2 / Bab 1 : Pengertian tiap variabel para ahli Bab 2 : Tambahkan teori mengenai e-commerce Bab 3 : Penambahan penjelasan jumlah populasi dan sampel yang di ambil		
Mahasiswa	: 21110033 - DINA AKTOVINA	Pembimbing	: 0405057601 - NASRULLOH S.E. MAK.
Tidak ada data percakapan			
Sesi / Bahasan	: ke-2 /		
Mahasiswa	: 21110033 - DINA AKTOVINA	Pembimbing	: 0416039502 - SITI AYU ROSIDA
Tidak ada data percakapan			
Sesi / Bahasan	: ke-3 / Hasil review; 1. Di abstraksi tambahkan hasil penelitian masing-masing variabel dalam bentuk angka dan analisisnya. 2. Dibab 3 buatlah dalam bentuk table untuk purposive sampling beserta kriterianya. 3. Tambahkan teori mengenai data primer dan sekunder. 4. di abstraksi disebutkan jenis penelitiannya apa, populasi dan jenis sample.		
Mahasiswa	: 21110033 - DINA AKTOVINA	Pembimbing	: 0405057601 - NASRULLOH S.E. MAK.
Tidak ada data percakapan			
Sesi / Bahasan	: ke-3 / 1. bagian Daftar pustaka hilangkan banyaknya spasi 2. jarak penempatan bab 4 3. buatlah rata kiri pada text dalam tabel 4. pengurangan enter pada judul tabel dan label tersebut		
Mahasiswa	: 21110033 - DINA AKTOVINA	Pembimbing	: 0416039502 - SITI AYU ROSIDA
Tidak ada data percakapan			

C.3 SURAT IZIN PENELITIAN



PERTIWI

DINA AKTOVINA <21110033@pertiwi.ac.id>

e-Riset : Tanda Terima Permohonan Izin Riset
1 pesan

edukasi@pajak.go.id <edukasi@pajak.go.id>
Balas Ke: edukasi@pajak.go.id
Kepada: 21110033@pertiwi.ac.id

18 September 2025 pukul 11.54



KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK

DIREKTORAT PENYULUHAN, PELAYANAN, DAN HUBUNGAN MASYARAKAT

JALAN JENDERAL GATOT SUBROTO KAW. 40-42, JAKARTA 12190, KOTAK POS 124
TELEPON (021) 5250208, 5251509; FAKSIMILE (021) 5736088; SITUS www.pajak.go.id
LAYANAN INFORMASI DAN PENGADUAN KRING PAJAK (021) 1500200;
EMAIL pengaduan@pajak.go.id, informasi@pajak.go.id

TANDA TERIMA PERMOHONAN IZIN RISET

Nomor	: 05136-2025
Tanggal	: 18 September 2025
Nama	: Dina Aktovina
NIM	: 21110033
Kategori riset	: Gelar-S1
Jurusan	: Akuntansi
Fakultas	: Ekonomi
Perguruan Tinggi	: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pertiwi
Judul Riset	: Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce Periode 2021-2024 (studi Kasus Kpp Duren Sawit)
Izin yang diminta	:

- Permohonan Data.

Terima kasih, kami telah menerima permohonan Anda. Gunakan nomor layanan di atas untuk memantau proses penyelesaian permohonan Anda melalui www.edukasi.pajak.go.id

 Terima kasih atas perhatian Saudara dengan telah memilih tema perpajakan sebagai tema penelitian. Semoga hal ini dapat membantu meningkatkan kesadaran perpajakan masyarakat Indonesia di masa mendatang.

PENTING

Informasi yang disampaikan melalui e-mail ini hanya diperuntukkan bagi pihak penerima sebagaimana dimaksud pada tujuan e-mail ini saja. E-mail ini dapat berisi informasi atau hal-hal yang secara hukum bersifat rahasia. Segala bentuk kaji, penyampaian kembali, penyebarluasan, penyediaan untuk dapat diakses, dan/atau penggunaan lain atau tindakan sejenis atas informasi ini oleh pihak baik orang maupun badan selain dari pihak yang dimaksud pada tujuan e-mail ini adalah dilarang dan dapat diancam sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika karena suatu kesalahan anda menerima informasi ini harap menghubungi Direktorat Jenderal Pajak c.q. Direktorat KITSDA dan segera menghapus e-mail ini beserta setiap salinan dan seluruh lampirannya.

Setiap pengguna Email Pajak harus mencantumkan Identitas atau Email Signature untuk setiap email yang dikirimkan dengan format sesuai dengan yang tercantum dalam SE-133/PJ/2010 Huruf E Angka 4