

## Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Layanan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce

Alvin Widiyanto Pratama<sup>1)</sup>, Puji Nurhayati<sup>2)\*</sup>

<sup>1,2)</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

Email\*: [pujinurhayati@unipma.ac.id](mailto:pujinurhayati@unipma.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data priker yang diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer dan diolah dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa secara parsial pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce dan kesadaran wajib pajak e-commerce. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh antara pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan dan kesadaran wajib pajak e-commerce.

**Kata kunci:** *Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Layanan, Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak*

### Abstract

*This study aims to determine the effect of understanding tax regulations, service quality and taxpayer awareness on e-commerce taxpayer compliance. This study was conducted using priker data obtained from the results of interviews and filling out questionnaires by respondents. This research is a quantitative descriptive study using primary data and is processed using the help of the SPSS version 25 application. The results of the regression test show that partially understanding tax regulations affects e-commerce taxpayer compliance, service quality affects e-commerce taxpayer compliance and e-commerce taxpayer awareness. Meanwhile, simultaneously there is an influence between understanding tax regulations, service quality and awareness of e-commerce taxpayers.*

**Keywords:** *Tax Regulation Understanding, Quality of Service, Taxpayer Awareness, Taxpayer Compliance*

## 1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang paling besar dan pajak memiliki peranan penting dalam perkembangan suatu negara. Perkembangan ini dilihat dari penambahan infrastruktur yang dimiliki suatu negara. Untuk saat ini pajak tidak bisa lepas dari yang namanya perdagangan *online* atau bisnis *online*, dimana ada bisnis disitu ada pajak yang mewakili kepentingan negara. Pajak memiliki peranan yang strategis dan bisa mempengaruhi kelangsungan pelaku bisnis *online* tersebut.

Pasar perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia diperkirakan dapat menjadi kontributor pertumbuhan utama di Asia. Berdasarkan analisis dari *RedSeer*, pasar *e-commerce* di Indonesia diproyeksikan dapat meningkat menjadi US\$ 137,5 miliar pada tahun 2025. Nilai transaksi tersebut merupakan pertumbuhan majemuk tahunan (CAGR) sebesar 25,3% dari pencapaian tahun 2020 sebesar US\$ 44,6 miliar. *RedSeer* juga memproyeksikan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai US\$ 67,4 miliar pada tahun 2021. Pada tahun 2022, nilai transaksi diproyeksikan menjadi US\$ 86 miliar.

Selanjutnya nilai tersebut dapat meningkat menjadi US\$ 104 miliar pada tahun 2023 dan US\$ 121 miliar pada tahun 2024.

Akan tetapi, selama bertahun-tahun di negara Indonesia masih belum mampu mencapai maksimum target penerimaan pajak, berbagai kebijakan dan fasilitas pemerintah diterapkan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam hal membayar kewajiban pajaknya. Direktorat Jenderal Pajak (Dirjen Pajak) menyebutkan bahwa kepatuhan wajib pajak di Indonesia masih sangat rendah, hal ini dibuktikan dengan angka tax ratio yang dihitung berdasarkan perbandingan antara jumlah penerimaan pajak terhadap produk domestik bruto (PDB). Kepatuhan wajib pajak menjadi perhatian karena setiap tahunnya penerimaan pajak mengalami penurunan dan peningkatan.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang membahas mengenai kepatuhan wajib pajak. Penelitian sebelumnya yang membahas hubungan antara pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* adalah penelitian dari Siti Khodijah, Harry Barli, Wiwit Irawati (2021) mengenai pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan fiskus, tarif pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Siti Khodijah, Harry Barli, Wiwit Irawati (2021) adalah pemahaman peraturan perpajakan dan kualitas layanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di kantor pelayanan pajak pratama kebayoran baru tiga. Tarif pajak dan sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di kantor pelayanan pajak pratama kebayoran baru tiga. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Khodijah, Harry Barli, Wiwit Irawati (2021) adalah pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan dan kesadaran wajib pajak sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Khodijah, Harry Barli, Wiwit Irawati (2021) peneliti menggunakan variabel pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan fiskus, tarif pajak dan sanksi perpajakan. Perbedaan yang lainnya terletak pada objek yang akan diteliti. Pada penelitian ini menggunakan objek pengusaha *online shop* yang memiliki *e-commerce* sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Khodijah, Harry Barli, Wiwit Irawati (2021) peneliti menggunakan objek wajib pajak orang pribadi.

Penelitian yang lain dilakukan oleh Atik sulistyoningih (2019) yang membahas mengenai pengaruh pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, lingkungan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce*. Hasil dari penelitian yang dilakukan Atik sulistyoningih (2019) adalah membuktikan bahwa pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak, lingkungan dan kesadaran wajib pajak secara simultan berpengaruh positif signifikan berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak dengan pengguna *e-commerce*. Apalagi pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak, lingkungan sebagian tidak mempengaruhi wajib pajak kepatuhan pengguna *e-commerce*, sedangkan kesadaran wajib pajak sebagian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pengguna *e-commerce* wajib pajak. Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Atik sulistyoningih (2019) terletak pada variabel

penelitian, penelitian ini menggunakan variabel pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan dan kesadaran wajib pajak sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Atik sulistyoningih (2019) menggunakan variabel pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak, lingkungan dan kesadaran wajib pajak.

Aloisius Hama (2021) juga melakukan penelitian mengenai pengaruh kesadaran wajib pajak, pengetahuan peraturan pajak dan penyuluhan pajak terhadap kepatuhan pembayaran pajak transaksi *e-commerce* di Surabaya. Hasil dari penelitian Aloisius Hama (2021) adalah tumbuhnya kesadaran akan Wajib Pajak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak bagi pelaku *e-commerce*. Pengetahuan tentang peraturan perpajakan sebagian ditemukan signifikan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak bagi pelaku *e-commerce*. Kemudian, hasil lain menunjukkan bahwa penyuluhan pajak secara parsial berpengaruh positif yang dianggap tidak signifikan tentang kepatuhan pajak untuk pemain *e-commerce*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Aloisius Hama (2021) terletak pada variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan dan kesadaran wajib pajak sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Aloisius Hama (2021) menggunakan variabel kesadaran wajib pajak, pengetahuan peraturan pajak dan penyuluhan pajak.

Berdasarkan latar belakang diatas dan hasil penelitian mengenai kepatuhan wajib pajak *e-commerce* maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas permasalahan tersebut dengan mengambil judul "**Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Layanan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce**".

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Teori Agensi

Teori atribusi ini pertama kali dikemukakan oleh Fritz Heider pada tahun 1958. Teori atribusi merupakan teori yang menjelaskan bahwa penyebab perilaku dirinya sendiri maupun orang lain yang ditentukan apakah perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri wajib pajak itu sendiri misalnya sifat, sikap, karakter dan lain – lain sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan sekitar misalnya situasi atau keadaan tertentu yang akan memberikan pengaruh terhadap perilaku individu (Fritz Heider, 1958).

Peneliti menggunakan teori atribusi karena peneliti akan melakukan studi kasus pada wajib pajak e – commerce untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak e – commerce terhadap faktor internal yaitu pemahaman peraturan perpajakan dan kesadaran wajib pajak serta faktor eksternal yang meliputi kualitas layanan.

### 2.2 Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce

Kepatuhan perpajakan merupakan ketaatan, tunduk dan patuh serta melaksanakan ketentuan perpajakan. Jadi wajib pajak yang patuh adalah wajib pajak yang taat dan memenuhi serta melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan (Irawati & Sari, 2019).

Kepatuhan Pajak (tax compliance) dapat didefinisikan sebagai suatu perilaku dimana Wajib Pajak (WP) memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya (Pohan, 2014). Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Salah satu hal yang berkaitan atau hal yang identik dengan Wajib Pajak adalah Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) merupakan nomor yang diberikan kepada Wajib Pajak yang dapat digunakan sebagai sarana dalam melakukan administrasi perpajakan, dimana nomor ini dapat dipergunakan oleh Wajib Pajak sebagai tanda pengenal diri atau identitas diri Wajib Pajak yang bersangkutan dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) akan diberikan kepada Wajib Pajak yang telah memenuhi persyaratan subjektif dan objektif yang sesuai dengan ketentuan Undang-Undang (UU). Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) ini tidak akan berubah sekalipun Wajib Pajak berpindah tempat tinggal atau tempat kedudukan atau mengalami pemindahan tempat terdaftar.

Menurut Susilawati, dkk (2013), kepatuhan pajak adalah suatu sikap terhadap fungsi pajak, berupa konstelasi dari komponen kognitif, efektif dan konatif yang berinteraksi dalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap makna dan fungsi pajak. Menurut Kurnia (2010) dalam Khasanah (2014), kepatuhan pajak merupakan tujuan utama dari pemeriksaan pajak di mana dari hasil pemeriksaan pajak akan diketahui tingkat kepatuhan wajib pajak. Bagi wajib pajak yang tingkat kepatuhannya tergolong rendah, maka diharapkan dengan dilakukannya pemeriksaan dapat memberikan motivasi positif agar menjadi lebih baik untuk ke depannya. Kepatuhan wajib pajak juga berarti dimana wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakannya dan melaksanakan hak perpajakan dengan baik dan benar sesuai dengan peraturan perundang-undangan pajak yang berlaku (Ilhamsyah, dkk. 2016).

### **2.3 Pemahaman Peraturan Perpajakan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pemahaman berasal dari kata paham yang artinya pengetahuan, pendapat, pikiran, aliran, haluan, pandangan, mengerti benar (akan), tahu benar (akan), pandai dan mengerti benar (tentang suatu hal). Menurut undang – undang No. 16 Tahun 2009 pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang – orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang – undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara.

Sedangkan menurut soemarso (2007 : 2) pajak adalah perwujudan atas suatu kewajiban kenegaraan dan partisipasi anggota masyarakat dalam memenuhi keperluan pembiayaan negara dan pembangunan nasional guna tercapainya keadilan sosial dan kemakmuran yang merata baik material maupun spiritual.

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemahaman peraturan perpajakan adalah suatu pengetahuan atau pandangan masyarakat atas kewajiban perpajakannya untuk memberikan iuran atau kontribusi kepada negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah guna tercapainya keadilan sosial dan kemakmuran yang merata.

Pengetahuan dan pemahaman akan peraturann perpajakan adalah proses dimana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak. Suryadi (2006) dan Hardiningsih (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa meningkatnya pengetahuan perpajakan baik formal dan non formal akan berdampak positif terhadap kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak. Menurut peneliti (Hariyanto, 2006 dalam Hradiningsih, 2011) menemukan bahwa rendahnya kepatuhan wajib pajak disebabkan oleh pengetahuan wajib pajak serta persepsi tentang pajak dan petugas pajak, selain itu ada yang memperoleh pengetahuan pajak dari petugas pajak, selain itu ada yang memperoleh dari media informasi, konsultan pajak, seminar dan pelatihan pajak.

Pemahaman peraturan perpajakan adalah suatu proses dimana wajib pajak memahami dan mengetahuinya tentang peraturan dan undang-undang serta tata cara perpajakan dan menereapkannya untuk melakukan kegiatan-kegiatan perpajakan seperti, membayar pajak, laporkan SPT, dan sebagainya. Hal tersebut dapat diambil contoh ketika seseorang wajib pajak memahami atau dapat mengerti bagaimana cara membayar pajak kendaraan bermotor. Ketika wajib pajak memahami tata cara perpajakan maka dapat pula memahami peraturan perpajakan, dengan begitu dapat meningkatkan pengetahuan serta wawasan terhadap peraturan perpajakan.

Rahadi (2014) menyatakan bahwa pengetahuan dan pemahaman pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Pemahaman wajib pajak tentang peraturan perpajakan merupakan penyebab internal karena berada di bawah kendali wajib pajak sendiri. Tingkat pengetahuan dan pemahaman wajib pajak yang berbeda-beda akan mempengaruhi penilaian masing-masing wajib pajak untuk berperilaku patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Tingkat pemahaman wajib pajak tinggi akan membuat wajib pajak memilih berperilaku patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Menurut Budiarta (2013) menyatakan bahwa kurangnya upaya wajib pajak dalam memperhatikan sosialisasi atau iklan yang telah dilakukan oleh pihak aparat pajak, emmbuat wajib pajak cenderung tidak patuh dalam membayar kewajiban perpajakan. Wajib pajak yang akan membayar pajak



tentunya perlu memahami manfaat dalam membayar pajak dan fungsi dari pajak itu sendiri. Semakin tingginya pemahaman tentang peraturan perpajakan, maka wajib pajak akan semakin patuh dalam membayar pajak.

Sedangkan menurut Resmi (2008) dalam Nugroho (2012) pemahaman peraturan perpajakan adalah suatu proses dimana wajib pajak memahami dan mengetahui tentang peraturan dan undang – undang serta tata cara perpajakan seperti membayar pajak, melaporkan SPT dan sebagainya. Jika seseorang telah memahami dan mengerti tentang perpajakan maka akan terjadi peningkatan pada kepatuhan wajib pajak.

#### **2.4 Kualitas Layanan**

Kata “kualitas” mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan (Tjiptono,2004:2)

Feigenbaum (Nasution,2004:41), menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (full costumer satisfaction). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk/jasa. Garvin dan Davis (Nasution,2004:41), menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Menurut Gronroos (Jasfar,2005:15), jasa merupakan suatu fenomena yang rumit. Kata jasa mempunyai banyak arti dan ruang lingkup, dari pengertian yang paling sederhana, yaitu hanya berupa pelayanan dari seseorang kepada orang lain, bisa juga diartikan sebagai mulai dari pelayanan yang diberikan oleh manusia, baik yang dapat dilihat (eksplisit service) maupun yang tidak dapat dilihat, hanya bisa dirasakan (implisit service) sampai pada fasilitas-fasilitas pendukung yang harus tersedia dalam penjualan jasa dan benda-benda lainnya.

Menurut Kotler (Nasution,2004:6), jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

Pelayanan juga diartikan dengan jasa. Kualitas jasa merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan kualitas produk, terutama sifatnya yang tidak nyata (intangible) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Sehingga, kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang dikonsumsi atau dirasakannya (Jasfar, 2005 : 47).

Zeithamal dan Bitner (Arif, 2007 : 120), mengemukakan arti kualitas jasa atau pelayanan merupakan penyampaian jasa yang baik atau sangat baik, jika dibanding dengan ekspektasi pelanggan. Wyckof (Arief, 2007:118), mengungkapkan bahwa pengertian kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian akan kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman (Arief, 2007:118), kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Kualitas layanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2005). Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia. Serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Kualitas Pelayanan menurut dosen senior di School of Business, Monash University Malaysia. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Kualitas Pelayanan Menurut Wyckoff. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan. Selain itu juga berkaitan dengan tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen. Menurut Wyckoff, kualitas pelayanan tidak hanya dipandang dari sudut pandang produsen, melainkan dari sudut pandang konsumen yang menggunakan pelayanan tersebut.

## **2.5 Kesadaran Wajib Pajak**

Kesadaran Perpajakan adalah suatu kondisi di mana wajib pajak mengetahui, memahami, dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela. Penilaian positif masyarakat WP terhadap pelaksanaan fungsi negara oleh pemerintah akan menggerakkan masyarakat untuk mematuhi kewajibannya untuk membayar pajak (Suyatmin,2004). Kemudian membayar pajak merupakan sumbangan wajib pajak bagi terciptanya kesejahteraan bagi diri mereka sendiri dan bangsa secara keseluruhan.

Kesadaran pajak adalah wajib pajak yang berkemauan tanpa paksaan membayar kewajiban pajaknya. Wajib pajak yang mengetahui bagaimana peraturan pajak, melaksanakan ketentuan pajak dengan benar dan sukarela. Wajib pajak yang sadar akan pajaknya tidak akan melanggar peraturan

perpajakan yang sudah berlaku, wajib pajak juga menghitung pajaknya dengan benar, serta akan membayar pajak terutangnya (Abdul Rahman, 2010). Kesadaran adalah keadaan mengetahui atau mengerti, sedangkan perpajakan adalah perihal pajak. Sehingga kesadaran perpajakan adalah keadaan mengetahui atau mengerti perihal pajak. Penilaian positif wajib pajak terhadap pelaksanaan fungsi negara oleh pemerintah akan menggerakkan masyarakat untuk mematuhi kewajibannya untuk membayar pajak.

Kesadaran merupakan suatu keadaan mengerti atau mengetahui. Dalam hal ini kesadaran wajib pajak adalah suatu keadaan dimana wajib pajak mengerti atau mengetahui hak dan kewajiban perpajakannya. Kesadaran wajib pajak atas besarnya peranan yang diemban sektor perpajakan sebagai sumber pembiayaan negara sangat diperlukan guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak. (Nugroho, 2006)

Menurut Ritonga (2011 : 15) kesadaran wajib pajak merupakan perilaku dari wajib pajak itu sendiri berupa pandangan ataupun persepsi dimana melibatkan keyakinan, pengetahuan dan penalaran serta kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan rangsangan atau stimulus yang diberikan oleh sistem dan ketentuan pajak yang berlaku.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan pada para pelaku usaha online shop yang berada di karesidenan Madiun, memiliki e-commerce dan memiliki omzet tidak lebih dari 4,8 miliar dalam satu tahun pajak. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha online shop yang berada di karesidenan Madiun. Sampel dalam penelitian ini yang digunakan adalah 96 pelaku usaha online shop yang memiliki *e-commerce* dan berada di karesidenan Madiun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*.

Alasan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti memilih teknik *purposive sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun kriteria – kriteria yang harus dipenuhi dalam penelitian antara lain :

1. Pelaku usaha yang berada di karesidenan Madiun.
2. Sudah memiliki e – commerce.
3. Sudah memiliki omset yang tidak melebihi 4,8 miliar dalam satu tahun pajak.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan pengisian kuesioner oleh responden. Dalam penelitian ini subjek wawancara adalah para pelaku online shop yang menggunakan e-commerce di karesidenan Madiun. Teknik analisis data pada penelitian menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.



#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Hasil Analisis

Deskripsi mengenai variabel yang diteliti terdiri dari pemahaman peraturan perpajakan (X1), kualitas layanan (X2), kesadaran wajib pajak (X3) dan kepatuhan wajib pajak e-commerce (Y) yang terlihat pada tabel berikut :

<b>Descriptive Statistics</b>					
	<b>N</b>	<b>Minimu m</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
Pemahaman Peraturan Perpajakan	<b>96</b>	<b>22</b>	<b>35</b>	<b>30,92</b>	<b>2,654</b>
Kualitas Layanan	<b>96</b>	<b>17</b>	<b>30</b>	<b>26,55</b>	<b>2,538</b>
Kesadaran Wajib Pajak	<b>96</b>	<b>11</b>	<b>30</b>	<b>27,01</b>	<b>2,728</b>
Kepatuhan Wajib Pajak	<b>96</b>	<b>28</b>	<b>40</b>	<b>36,60</b>	<b>2,577</b>
Valid N (listwise)	<b>96</b>				

Sumber : Olah Data SPSS Versi 25

Berdasarkan data yang disajikan di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel atau N data valid yang akan diteliti adalah 96 sampel. Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum pemahaman peraturan perpajakan adalah 22 dan nilai pemahaman peraturan perpajakan maksimum adalah 35. Sementara rata - rata dan standar deviasi dari pemahaman peraturan perpajakan adalah 30,92 dan 2,654.

Diketahui nilai kualitas layanan minimum adalah 17 dan nilai layanan maksimum adalah 30. Sedangkan nilai rata - rata dan standar deviasi dari kualitas layanan adalah 26,55 dan 2,538. Nilai kesadaran wajib pajak minimum sebesar 11 dan nilai maksimum kesadaran wajib pajak adalah 30. Nilai rata - rata kesadaran wajib pajak adalah 27,01 dan standar deviasi sebesar 2,728.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai minimum kepatuhan wajib pajak sebesar 28 dan nilai maksimum sebesar 40. Nilai rata - rata kepatuhan wajib pajak adalah 36,60 dan standar deviasi sebesar 2,577.

Hasil regresi dilakukan dengan bantuan Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 25 dapat dilihat pada tabel berikut :

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
<b>Model</b>	<b>Unstandardized Coefficients</b>		<b>Standardized Coefficients</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>
1 (Constant)	15,820	3,289	
Pemahaman Peraturan Perpajakan	,248	,091	,256
Kualitas Layanan	,241	,100	,237
Kesadaran Wajib Pajak	,249	,088	,263

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber : olah data SPSS Versi 25

Penelitian ini akan melakukan pengujian pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak e – commerce. Berdasarkan hasil perhitungan data di atas mode regresi yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = 15,820 + 0,248 (X_1) + 0,241 (X_2) + 0,249 (X_3)$$

Keterangan :

Y : Kepatuhan Wajib Pajak E – Commerce

a : Nilai konstanta

b1 : Nilai koefisien regresi pemahaman peraturan perpajakan

b2 : Nilai koefisien regresi kualitas layanan

b3 : nilai koefisien regresi kesadaran wajib pajak

X<sub>1</sub> : Pemahaman Peraturan Perpajakan

X<sub>2</sub> : Kualitas Layanan

X<sub>3</sub> : Kesadaran Wajib Pajak

Koefisien regresi variabel pemahaman peraturan perpajakan (X<sub>1</sub>) bernilai positif, yaitu 0,248. Artinya pemahaman peraturan perpajakan (X<sub>1</sub>) memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Pemahaman peraturan perpajakan yang semakin baik berdampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Koefisien regresi kualitas layanan bernilai positif sebesar 0,241 (bernilai positif). Artinya variabel kualitas layanan (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepatuhan wajib pajak. Sehingga apabila kualitas layanan semakin baik maka akan berdampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Koefisien regresi variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai positif sebesar 0,249. Artinya bahwa kesadaran wajib pajak (X<sub>3</sub>) terdapat pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak e – commerce (Y). Dengan kata lain jika

kesadaran wajib pajak ditingkatkan maka tingkat kepatuhan wajib pajak e-commerce juga akan mengalami peningkatan dengan nilai sebesar 0,249.

#### **4.2 Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce**

Hasil uji penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratih Kumala, Ahmad Junaidi (2020) menyatakan bahwa pemahaman peraturan pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Pemahaman peraturan perpajakan menjadi tolak ukur bagi wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Peraturan perpajakan yang terus mengalami perubahan sehingga diperlukan upaya untuk memperbaharui aturan tersebut sehingga tidak terjadi kekeliruan terhadap pemahaman peraturan perpajakan.

#### **4.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce**

Hasil uji penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Hasil uji penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Khodijah, Harry Barli dan Wiwit Irawati (2021) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian ini memberikan bukti adanya pengaruh positif dari citra yang ditampilkan oleh pihak fiskus pajak. Mulai dari teknologi yang memadai dan cepat dalam menindaklanjuti keluhan konsumen yang disampaikan sehingga wajib pajak akan cenderung patuh dalam membayar kewajiban pajaknya. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar kewajiban perpajakannya.

#### **4.4 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce**

Hasil uji penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil uji penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Menurut Rita J. D. Atarwaman (2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kesadaran wajib pajak itu muncul dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang ada di dalam diri wajib pajak itu sendiri dan faktor eksternal yang merupakan program yang dilakukan pemerintah dimana pemerintah mengeluarkan surat pemberitahuan pajak terhutang. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak maka tingkat kepatuhan wajib pajak juga semakin meningkat.

#### **4.5 Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Layanan, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rendi Dwi Yuliansyah (2022) yang menyebutkan bahwa peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas layanan dan sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Pesawaran.

Pemahaman peraturan perpajakan dan kesadaran wajib pajak merupakan faktor internal yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak seseorang. Pemahaman peraturan perpajakan menjadi tolak ukur bagi wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Kesadaran wajib pajak itu muncul dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang ada di dalam diri wajib pajak itu sendiri dan faktor eksternal yang merupakan program yang dilakukan oleh pemerintah.

Kualitas layanan merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Kualitas layanan merupakan suatu tindakan dan kemampuan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen. Apabila pihak fiskus memberikan pelayanan yang baik maka hal tersebut dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

### **5. KESIMPULAN**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini menggunakan responden para pelaku online shop. Populasi dari penelitian ini adalah pelaku online shop yang berada di karesidenan madiun sedangkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 pengusaha online shop. Berdasarkan hasil analisis statistik dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara parsial pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce.
2. Secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce.
3. Secara parsial kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce.

4. Secara simultan pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amran, A. (2018). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Tingkat Pendapatan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *ATESTASI: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(1), 1-15.
- Asrinanda, Y. D. (2018). The effect of tax knowledge, self assessment system, and tax awareness on taxpayer compliance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(10), 539-550.
- Asterina, F., & Septiani, C. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sanksi Perpajakan, Pemeriksaan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Wpop). *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), 595-606.
- Defitri, S. Y., Yona, D., & Maison, W. (2020). Pengaruh Penerapan E-Filling Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Journal of Governance Innovation*, 2(2), 175-190.
- Ermawati, N. (2018). Pengaruh religiusitas, kesadaran wajib pajak dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 10(1), 106-122.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hama, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Peraturan Pajak, dan Penyuluhan Perpajakan terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Transaksi E-Commerce. *Ascarya: Journal of Islamic Science, Culture, and Social Studies*, 1(2), 173-185.
- Illahi, S. K., & Marlina, M. (2019, March). PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PERPAJAKAN DAN MOTIVASI WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA KPP PRATAMA PADANG SATU. In *Academic Conference For Accounting*
- Khodijah, S., Barli, H., & Irawati, W. (2021). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Layanan Fiskus, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 4(2), 183-195.
- Kumala, R., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada



- UMKM. JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS), 1(1), 48-55.
- Mat Jusoh, Y. H., Mansor, F. A., Abd Razak, S. N. A., & Wan Mohamad Noor, W. N. B. (2021). The effects of tax knowledge, tax complexity and tax morale towards tax compliance behavior among salaried group in Malaysia. *Advances in Business Research International Journal (ABRIJ)*, 7(2), 250-266.
- Nurkhin, A., Novanty, I., Muhsin, M., & Sumiadji, S. (2018). The influence of tax understanding, tax awareness and tax amnesty toward taxpayer compliance. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 240-255.
- Pitaloka, L. K., Kardoyo, K., & Rusdarti, R. (2018). The socialization of tax as a moderation variable towards the taxpayer compliance of industrial performer in kodus regency. *Journal of Economic Education*, 7(1), 45-51.
- Pranata, I. G. B. P., & Jati, I. K. (2019). Pengaruh Sanksi Pajak Dan Kesadaran Wajib Pajak Pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(1), 158-172.
- Putra, B. P., Agustin, H., & Setiawan, M. A. (2020). Pengaruh pemahaman peraturan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan preferensi risiko sebagai variabel moderasi. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(2), 2613-2619.
- Rendy, R., & Irawati, W. (2019). Understanding Of Tax Rules, Tax Tariffs and Tax-Rights Consciousness on E-Commerce Users Tax Compliance. *EAJ (Economics And Accounting Journal)*, 2(2), 141-148.
- Sugiyono. 2017. "Statistika Untuk Penelitian". Bandung: Alfabeta
- Robiansyah, A., Midiastuty, P. P., Suranta, E., & Suparsiyem, S. (2020). PENGARUH PERSEPSI WAJIB PAJAK ATAS PEMAHAMAN PERATURAN PERPAJAKAN, AKUNTABILITAS PEMERINTAH, KESADARAN WAJIB PAJAK DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK. *I-Finance: a Research Journal on Islamic Finance*, 6(1), 46-63.
- Wahyuni, S. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan Dan Dimensi Keadilan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 2(2), 71-81.
- Yadinta, P. A. F., Suratno, S., & Mulyadi, J. M. V. (2018). Kualitas pelayanan fiskus, dimensi keadilan, kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 5(02), 201-212.
- Hapsari, A. R., & Ramayanti, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 16-24.

Nurwahida, N., Nujum, S., & Amiruddin, A. (2021). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce. CESJ: Center Of Economic Students Journal, 4(2).

Rahayu, T. N., Utowo, S. W., Wihartanti, L. V., (2021) Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis. Vol. 18. No.1, Maret 2021 : 57-64