



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SANKSI
PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN, DAN TARIF PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGGUNA *E-
COMMERCE***
(Studi Kasus pada Usaha *Online Shop*)

SKRIPSI

Adelia Nur Anggraeni

1802015067

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JAKARTA
2022



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SANKSI
PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN, DAN TARIF PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGGUNA *E-
COMMERCE*
(Studi Kasus pada Usaha *Online Shop*)**

SKRIPSI

Adelia Nur Anggraeni

1802015067

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JAKARTA
2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SANKSI PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN TARIF PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGGUNA *E-COMMERCE* (STUDI KASUS PADA USAHA *ONLINE SHOP*)”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau diteliti oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penyusunan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 29 Juli 2022



Adelia Nur Anggraeni

NIM. 1802015067

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH PENGETAHUAN
PERPAJAKAN, SANKSI PAJAK,
SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN TARIF
PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB
PAJAK PENGGUNA *E-COMMERCE* (STUDI
KASUS PADA USAHA *ONLINE SHOP*)
NAMA : ADELIA NUR ANGGRAENI
NIM : 1802015067
PROGRAM STUDI : SI AKUNTANSI
TAHUN AKADEMIK : 2021/2022

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Mulyaning Wulan, S.E., M.Ak.	
Pembimbing II	Meita Larasati, S.Pd., M.Sc.	

Mengetahui

Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA



Meita Larasati, S.Pd., M.Sc.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul:

**PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SANKSI PAJAK,
SOSIALISASI PERPAJAKAN, DAN TARIF PAJAK TERHADAP
KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGGUNA E-COMMERCE (STUDI
KASUS PADA USAHA ONLINE SHOP)**

Yang disusun oleh:
Adelia Nur Anggraeni
1802015067

telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata – satu
(S1) Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Pada tanggal: 29 Juli 2022

Tim Penguji:

Ketua, merangkap anggota:

(H. Ahmad Sulhan, S.E., Ak., M.M., CA., CPA.)

Sekretaris, merangkap anggota:

(Rito, S.E., Ak., M.Si.)

Anggota:

(Yanto, S.E., Ak., M.Si.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Meita Larasati, S.Pd., M.Sc.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelia Nur Anggraeni

NIM 1802015067

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalti-Fee Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

“PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SANKSI PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN TARIF PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGGUNA E-COMMERCE (STUDI KASUS PADA USAHA ONLINE SHOP)”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta

Pada tanggal: Juli 2022

Yang menyatakan



(Adelia Nur Anggraeni)

ABSTRAKSI

Adelia Nur Anggraeni (1802015067)

PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SANKSI PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN TARIF PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGGUNA E-COMMERCE (STUDI KASUS PADA USAHA ONLINE SHOP)

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Akuntansi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2022. Jakarta.

Kata Kunci: Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce.

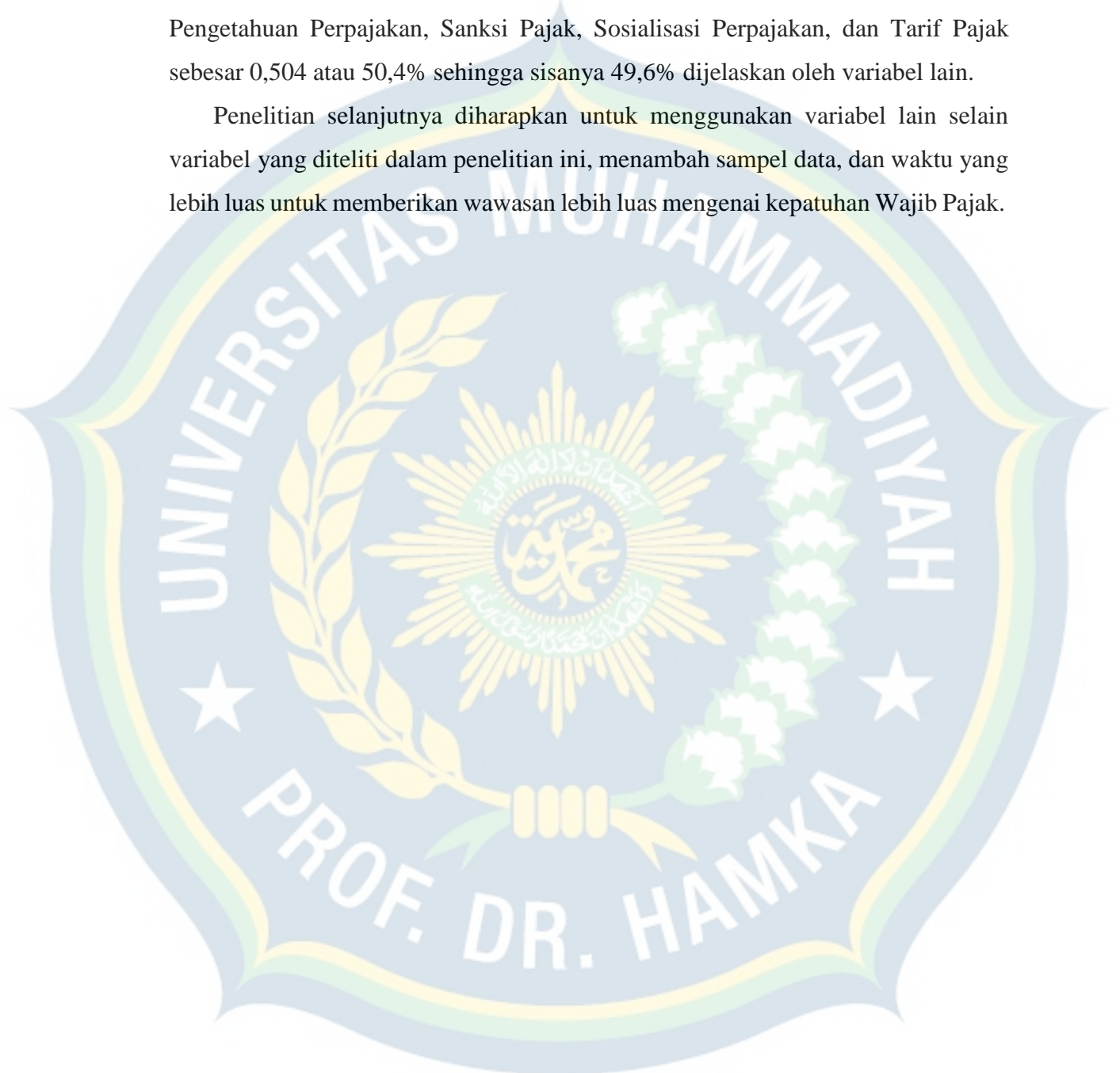
Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan perpajakan, sanksi pajak, sosialisasi perpajakan, dan tarif pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak pengguna *e-commerce* terutama pada usaha *online shop*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang terdaftar pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi DKI Jakarta.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan kriteria yang sudah ditentukan. Sampel pada penelitian ini adalah 100 usaha *online shop* pada bidang *fashion* yang beroperasi di media sosial Instagram dan berada di DKI Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan mengirimkan kuesioner melalui *chat personal* dalam bentuk *google form* kepada pengusaha *online shop*. Teknik pengolahan data dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis model pengukuran atau *outer model*, dan analisis model struktural atau *inner model* dengan pendekatan SEM (*Structural Equation Modelling*) berbasis *Partial Least Square (PLS)* menggunakan program *software SmartPLS* versi 3.3.9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan perpajakan dan sanksi pajak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak pengguna *e-commerce* (usaha *online shop*). Sedangkan variabel sosialisasi perpajakan dan tarif pajak tidak berpengaruh

terhadap kepatuhan Wajib Pajak pengguna *e-commerce* (usaha *online shop*). Dengan tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan uji *R-Square* menunjukkan bahwa variabel kepatuhan Wajib Pajak pengguna *e-commerce* dipengaruhi oleh variabel Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan Tarif Pajak sebesar 0,504 atau 50,4% sehingga sisanya 49,6% dijelaskan oleh variabel lain.

Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel lain selain variabel yang diteliti dalam penelitian ini, menambah sampel data, dan waktu yang lebih luas untuk memberikan wawasan lebih luas mengenai kepatuhan Wajib Pajak.



ABSTRACT

Adelia Nur Anggraeni (1802015067)

***THE EFFECT OF TAX KNOWLEDGE, TAX SANCTIONS, TAX
SOCIALIZATION AND TAX RATES ON TAXPAYER COMPLIANCE WITH
E-COMMERCE USERS (A CASE STUDY ON AN ONLINE SHOP BUSINESS)***

*The thesis. Bachelor Degree Program of Accounting Study. Faculty of Economics
and Business University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2022. Jakarta.*

*Keywords: tax knowledge, tax sanctions, tax socialization, tax rates, tax
compliance, E-Commerce.*

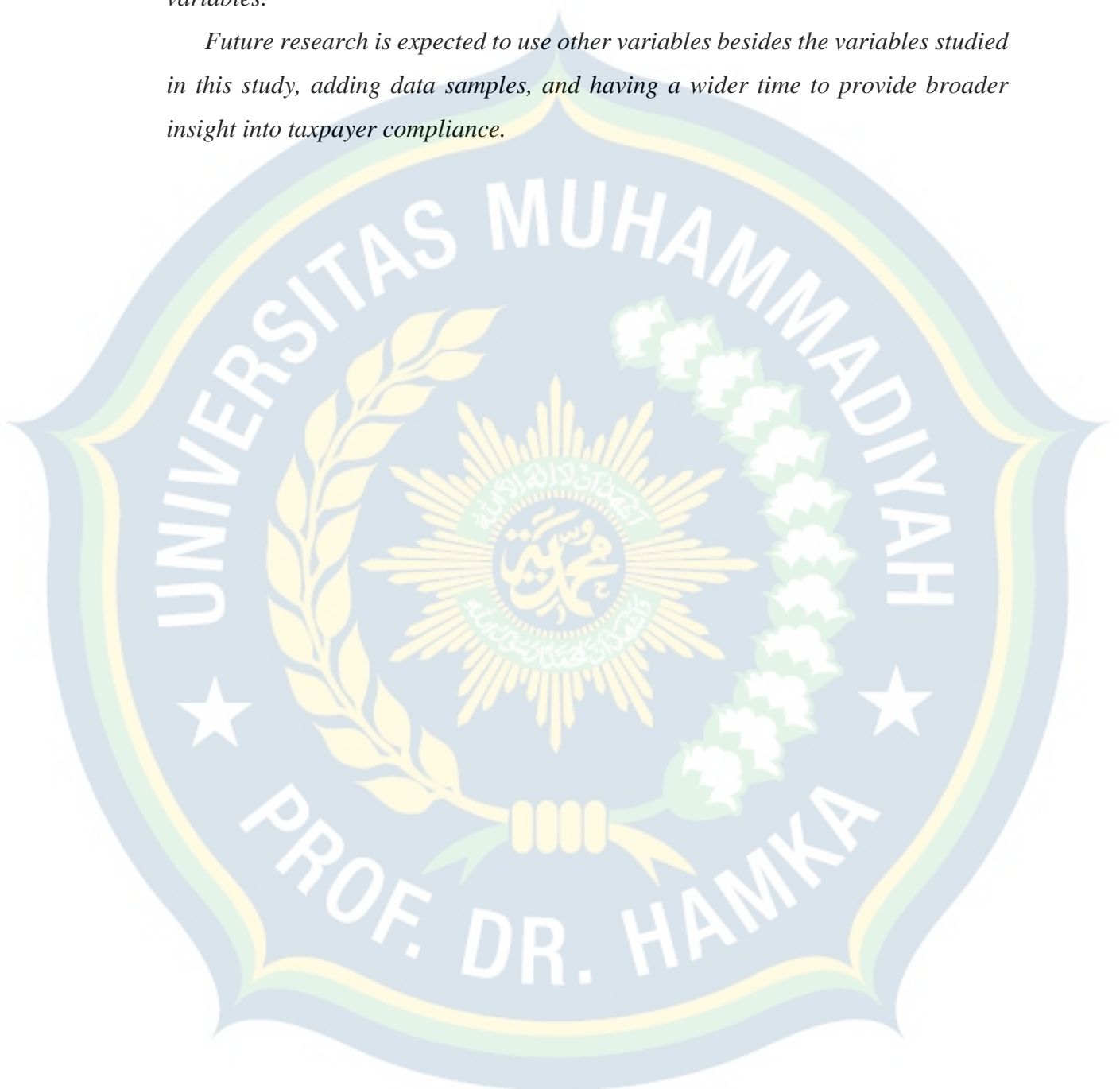
*This study aims to examine the effect of tax knowledge, tax sanctions, tax
socialization and tax rates on taxpayer compliance with e-commerce users,
especially in online shop businesses. The population in this study is all MSMEs
registered in Industry, Trade, Cooperatives and Small and Medium Enterprises
Office, DKI Jakarta Province.*

*The sampling technique used in this study is purposive sampling with
predetermined criteria. The sample in this study were 100 online shop businesses
in the fashion sector that operate on Instagram social media and are located in DKI
Jakarta. Data collection is done by sending a questionnaire via personal chat in
the form of a google form to online shop entrepreneurs. The data processing and
data analysis techniques used are descriptive analysis, measurement model
analysis or outer model, and structural model analysis or inner model with SEM
(Structural Equation Modeling) approach based on Partial Least Square (PLS)
using SmartPLS version 3.3.9 software program.*

*The results showed that partially the knowledge of taxation variables and tax
sanctions had a positive and significant effect on taxpayer compliance with e-
commerce users (online shop businesses). While the variables of taxation
socialization and tax rates have no effect on taxpayer compliance with e-commerce
users (online shop businesses). With a significance level of 5%. Based on the R-
Square test, it shows that the taxpayer compliance variable using e-commerce users*

is influenced by the variables of Tax Knowledge, Tax Sanctions, Tax Socialization, and Tax Rates by 0.504 or 50.4% so that the remaining 49.6% is explained by other variables.

Future research is expected to use other variables besides the variables studied in this study, adding data samples, and having a wider time to provide broader insight into taxpayer compliance.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur senantiasa peneliti hanturkan kepada Allah SWT yang telah mengkaruniakan nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam tak lupa peneliti sampaikan kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta para sahabat beliau. Berkat limpahan dan Rahmat-Nya, peneliti dapat menyusun skripsi hingga selesai dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Selama penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak yang membuat skripsi ini menjadi lebih baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Sumardi, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak M. Nurasyidin, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
5. Bapak Edi Setiawan, S.E., MM selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Dr. Tohirin, S.H.I., M.Pd.I. selaku Wakil Dekan IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Ibu Meita Larasati, S.Pd., M.Sc selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dan selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan serta arahan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

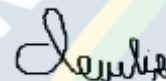
8. Ibu Mulyaning Wulan, S.E., M.Ak selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan serta arahan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah membimbing serta memberikan ilmu dan pengetahuannya yang sangat luar biasa sehingga ilmu tersebut dapat diterapkan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kedua orang tua, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan doa yang selalu dicurahkan selama peneliti melakukan penyelesaian skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberi semangat serta motivasi sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Semoga semua bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal dan diberikan balasan yang berlipat ganda. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dan memberikan solusi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti secara khusus dan bagi semua pembaca pada umumnya serta pihak-pihak yang membutuhkan. Terima kasih.

Wasallamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Jakarta, 12 Juli 2022

Penulis



Adelia Nur Anggraeni

NIM. 1802015067

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang	1
1.2 Permasalahan.....	6
1.2.1 <i>Identifikasi Masalah</i>	6
1.2.2 <i>Pembatasan Masalah</i>	6
1.2.3 <i>Perumusan Masalah</i>	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Telaah Pustaka	40
2.2.1 <i>Teori Atribusi</i>	40
2.2.2 <i>Teori Kepatuhan</i>	41
2.2.3 <i>E-Commerce</i>	42
2.2.3.1 <i>Pengertian E-Commerce</i>	42

2.2.3.2	<i>Jenis E-Commerce</i>	43
2.2.4	<i>Pajak dan Wajib Pajak</i>	44
2.2.4.1	<i>Pengertian Pajak dan Wajib Pajak</i>	44
2.2.4.2	<i>Fungsi Pajak</i>	45
2.2.4.3	<i>Jenis-Jenis Pajak</i>	46
2.2.5	<i>Kepatuhan Wajib Pajak</i>	47
2.2.5.1	<i>Pengertian Kepatuhan Wajib Pajak</i>	47
2.2.5.2	<i>Jenis-jenis Kepatuhan Wajib Pajak</i>	48
2.2.5.3	<i>Kriteria Kepatuhan Wajib Pajak</i>	48
2.2.6	<i>Pengetahuan Perpajakan</i>	49
2.2.6.1	<i>Pengertian Pengetahuan Perpajakan</i>	49
2.2.6.2	<i>Konsep Pengetahuan Perpajakan</i>	49
2.2.7	<i>Sanksi Pajak</i>	50
2.2.7.1	<i>Pengertian Sanksi Pajak</i>	50
2.2.7.2	<i>Jenis-jenis Sanksi Pajak</i>	51
2.2.8	<i>Sosialisasi Perpajakan</i>	52
2.2.8.1	<i>Pengertian Sosialisasi Perpajakan</i>	52
2.2.9	<i>Tarif Pajak</i>	53
2.2.9.1	<i>Jenis-jenisi Tarif Pajak</i>	53
2.2.9.2	<i>Dasar Pengenaan Tarif Pajak</i>	54
2.3	<i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i>	55
2.4	<i>Rumusan Hipotesis</i>	58
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	<i>Metode Penelitian</i>	61
3.2	<i>Operasional Variabel</i>	61
3.3	<i>Populasi dan Sampel</i>	64
3.4	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	65
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	65
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	66
3.5	<i>Teknik Pengolahan dan Analisis Data</i>	66
3.5.1	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	67

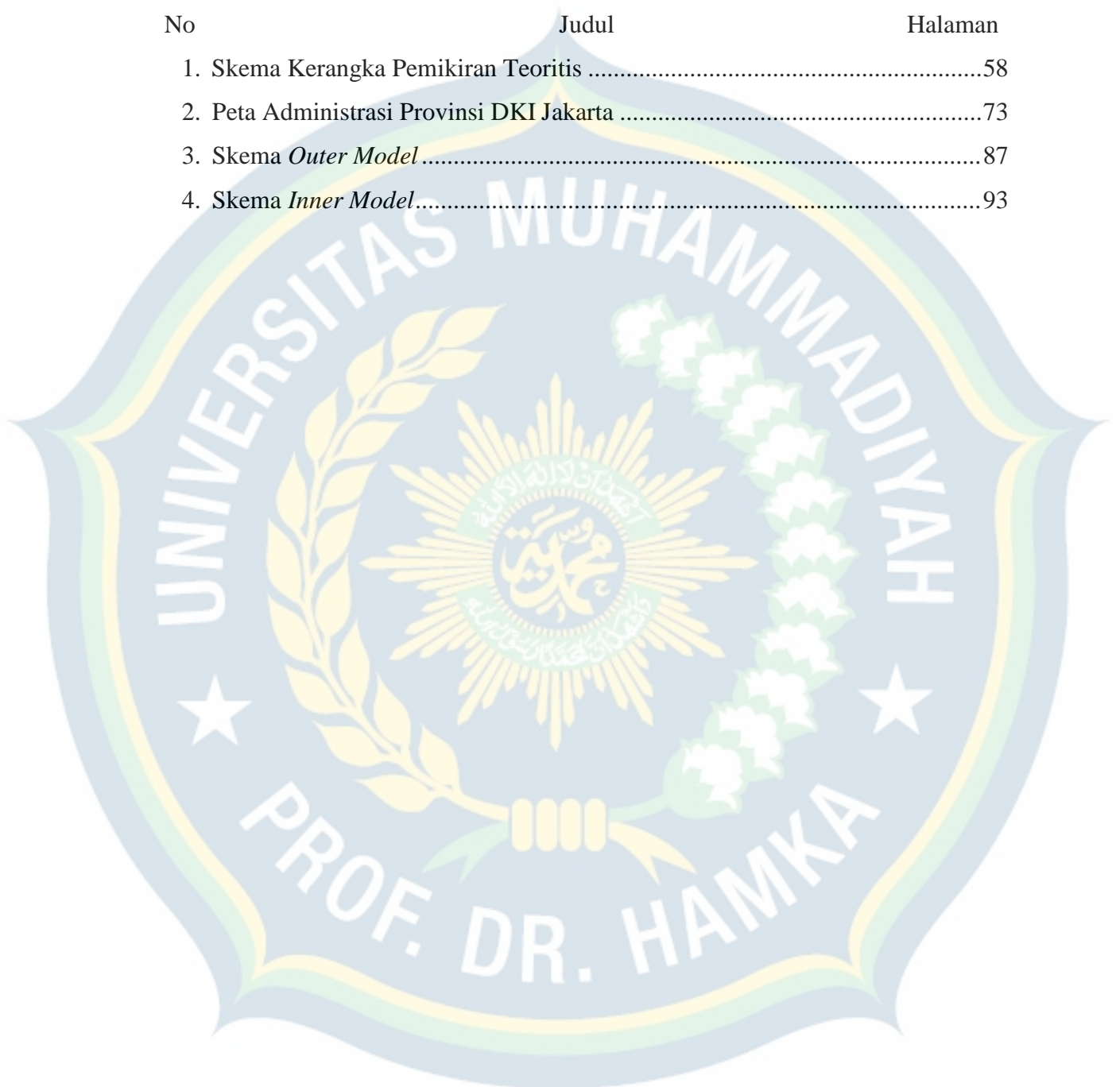
3.5.2	<i>Analisis SEM-PLS</i>	67
3.5.3	<i>Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)</i>	67
3.5.3.1	<i>Uji Validitas</i>	68
3.5.3.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	69
3.5.4	<i>Evaluasi Model Struktural (Inner Model)</i>	69
3.5.4.1	<i>Uji R-Square (R^2)</i>	69
3.5.4.2	<i>Uji Q^2 Predictive Relevance</i>	70
3.5.5	<i>Uji Hipotesis</i>	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.1.1	<i>Lokasi Penelitian</i>	73
4.1.2	<i>Sejarah Singkat E-Commerce Di Indonesia</i>	77
4.1.3	<i>Gambaran Sampel Penelitian</i>	78
4.2	Hasil Pengolahan Data Dan Pembahasan	81
4.2.1	<i>Hasil Analisis Statistik Deskriptif</i>	81
4.2.2	<i>Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)</i>	86
4.2.2.1	<i>Hasil Uji Validitas</i>	87
4.2.2.2	<i>Hasil Uji Reliabilitas</i>	91
4.2.3	<i>Evaluasi Model Struktural (Inner Model)</i>	93
4.2.3.2	<i>Hasil Uji R-Square (R^2)</i>	94
4.2.3.2	<i>Hasil Uji Q^2 Predictive Relevance</i>	94
4.2.4	<i>Hasil Uji Hipotesis</i>	95
4.3	Interpretasi.....	98
4.4	5BAB V PENUTUP	
5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Saran	104
DAFTAR PUSTAKA		106
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Rasio Kepatuhan Wajib Pajak Tahun 2017-2020	3
2.	Ringkasan Penelitian Terdahulu	23
3.	Operasional Variabel.....	62
4.	Skala <i>Likert</i>	66
5.	Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta, 2020	74
6.	Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta, 2010 dan 2020	75
7.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
8.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	79
9.	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur Usaha.....	80
10.	Deskripsi Responden Berdasarkan Omset Dalam Satu Tahun.....	80
11.	Statistik Deskriptif Variabel Pengetahuan Perpajakan (X1).....	82
12.	Statistik Deskriptif Sanksi Pajak (X2).....	83
13.	Statistik Deskriptif Variabel Sosialisasi Perpajakan (X3)	84
14.	Statistik Deskriptif Variabel Tarif Pajak (X4).....	85
15.	Statistik Deskriptif Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y).....	86
16.	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	88
17.	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	89
18.	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	91
19.	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	92
20.	Hasil Uji <i>R-Square (R²)</i>	94
21.	Hasil Uji <i>Q² Predictive Relevance</i>	95
22.	Hasil Uji Hipotesis.....	95
23.	Interpretasi	98

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran Teoritis	58
2.	Peta Administrasi Provinsi DKI Jakarta	73
3.	Skema <i>Outer Model</i>	87
4.	Skema <i>Inner Model</i>	93



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	1/28
2.	Data Responden.....	5/28
3.	Data Penelitian Responden.....	9/28
4.	Hasil <i>Output SmartPLS</i>	19/28
5.	Formulir Pengajuan Judul Proposal Skripsi	24/28
6.	Formulir Pengajuan Persetujuan Judul Proposal Skripsi	25/28
7.	Surat Tugas.....	26/28
8.	Catatan Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing I.....	27/28
9.	Catatan Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing II.....	28/28

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi berperan penting dalam kehidupan manusia dan senantiasa berkembang dari waktu ke waktu. Hal ini dapat dilihat dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi ini membawa banyak sekali perubahan terutama pada gaya hidup masyarakat terlebih lagi kita dihadapkan pada situasi pandemik yang memaksa semua kalangan masyarakat untuk dapat menggunakan perangkat teknologi demi kelangsungan hidup. Peningkatan teknologi ini ditandai dengan adanya internet.

Indonesia termasuk negara dengan pengguna internet terbesar di dunia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dirilis Juni 2022, penduduk Indonesia yang menggunakan internet mencapai 210,02 juta atau sebesar 77,02% dari total populasi. Dengan tingkat penetrasi internet tertinggi berdasarkan provinsi adalah DKI Jakarta dengan persentase sebesar 83,39%. Peranan teknologi dan internet saat ini bukan hanya untuk berkomunikasi saja, tetapi sudah lebih jauh seperti untuk memesan transportasi, berkarya hingga menjual dan membeli barang dan/atau jasa.

Electric Commerce atau sering dikenal dengan *e-commerce* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan aktivitas jual beli yang dilakukan secara *online*. *E-Commerce* diartikan kegiatan atau transaksi penjualan dan pembelian barang dan/atau jasa secara fisik menggunakan peralatan komunikasi elektronik seperti

telepon, komputer, *Automatic Teller Machine* (ATM), serta *smart phone* melalui saluran telekomunikasi seperti jaringan telepon publik, jaringan komputer, dan jaringan terkait lainnya.

Kehadiran *e-commerce* tentunya menguntungkan pelaku usaha atau UMKM yang memiliki toko secara *online*. Menurut survei yang dilakukan oleh APJII, UMKM yang telah melakukan penjualan dan promosi melalui internet di DKI Jakarta mencapai 90,00%. Media sosial menjadi salah satu target utama para UMKM tersebut untuk melakukan perdagangan secara *online*. Perdagangan secara *online* ini tentu memberikan kemudahan dan keuntungan baik bagi penjual maupun pembeli, diantaranya memberikan kemudahan dalam mempromosikan produk, dapat meningkatkan efisiensi biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya serta menyediakan jangkauan yang luas bagi penggunaanya.

Contoh dari perdagangan secara *online* adalah *online shop*. *Online shop* merupakan salah satu bisnis yang menggunakan teknologi internet di mana produsen dan konsumen tidak bertemu secara fisik untuk bertransaksi, namun secara *online* melalui perantara perangkat komputer atau *smart phone* beserta dengan aplikasi dan sistem operasi. Hal ini menyebabkan banyaknya Wajib Pajak Orang Pribadi yang melakukan kegiatan usahanya secara *online* karena sangat menguntungkan dan memudahkan. Sehingga pemerintah membuat regulasi dalam aspek perpajakan sebagai optimalisasi penerimaan pajak dari bisnis *e-commerce* tersebut.

Pajak merupakan sumber utama pendapatan suatu negara. Pajak digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara demi kesejahteraan masyarakat.

Biaya yang diperlukan negara ini dapat diperoleh melalui penerimaan pajak yang dibayarkan oleh warga negara yang terdaftar sebagai Wajib Pajak. Namun nyatanya, tidak semua Wajib Pajak yang terdaftar tergolong patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Kejadian tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1
Rasio Kepatuhan Wajib Pajak Tahun 2017-2020

No	Tahun	Jumlah WP Terdaftar	Jumlah WP Tergolong Patuh	Rasio Kepatuhan
1.	2017	39.151.603	28.439.724	72,64%
2.	2018	42.479.485	30.202.914	71,10%
3.	2019	45.950.440	33.571.391	73,06%
4.	2020	46.380.119	36.004.886	77,63%

Sumber: Laporan Tahunan Direktorat Jenderal Pajak, 2021

Berdasarkan tabel tersebut dapat diindikasikan bahwa terdapat masalah pada “tingkat kepatuhan Wajib Pajak”. Minimnya pengetahuan Wajib Pajak dinilai menjadi faktor utama yang memengaruhi kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar pajak terutang dan melaporkannya. Terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi kepatuhan Wajib pajak, yaitu sanksi pajak, sosialisasi perpajakan, dan tarif pajak.

Pengetahuan perpajakan yang baik akan memengaruhi Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Keadaan ini tentu akan meningkatkan tingkat kepatuhan Wajib Pajak. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anindita Rizki H. & Rizka Ramayanti, (2022) serta Aloisius Hama, (2021) menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM *e-commerce*. Tetapi tidak dengan

penelitian yang dilakukan oleh Putri Thoyyibatun, dkk (2021) menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Faktor kedua yang dapat memengaruhi kepatuhan Wajib Pajak adalah sanksi pajak. Wajib Pajak yang tidak patuh dan tidak menaati peraturan perpajakan akan takut dan jera karena adanya pemberian sanksi pajak. Sehingga, Wajib Pajak akan mematuhi peraturan perpajakan agar tidak mengalami kerugian akibat sanksi yang diberikan. Oleh karena itu, sanksi pajak akan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan Wajib Pajak.

Hal ini didukung oleh Nelsi Arisandy, (2017) serta Elfin Siamena, dkk (2017) di mana hasil penelitian menyatakan bahwa sanksi pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Tetapi tidak dengan penelitian yang dilakukan oleh menyatakan bahwa sanksi pajak tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak penjual *online marketplace*.

Selain pengetahuan perpajakan dan sanksi pajak, faktor lain yang dapat memengaruhi kepatuhan Wajib Pajak adalah sosialisasi perpajakan. Sosialisasi adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat. Kurangnya sosialisasi perpajakan akan menyebabkan Wajib Pajak tidak mengerti dan tidak memahami bagaimana cara melaksanakan kewajiban perpajakannya. Jika pemerintah melakukan sosialisasi perpajakan dengan efektif dan efisien maka para Wajib Pajak akan melaksanakan kewajiban perpajakannya sehingga kepatuhan Wajib Pajak akan meningkat.

Hal ini didukung oleh Afeni Maxuel & Anita Primastiwi, (2021) serta Dewi Kusuma W. & Erma Wati, (2018) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM *e-commerce*. Tetapi tidak dengan penelitian yang dilakukan oleh Elsa Febrian & Muhammad Hasan, (2021) yang menyatakan sosialisasi pajak tidak berpengaruh secara parsial dan tidak signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Faktor terakhir yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah pengenaan tarif pajak. Tarif pajak merupakan persentase untuk menghitung jumlah pajak terutang yang harus dibayar oleh Wajib Pajak. Semakin adil pengenaan tarif pajak maka semakin tinggi tingkat kepatuhan Wajib Pajak untuk melaksanakan kewajibannya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Putri Rizqiyah Y., dkk (2019) serta Nurwahida, dkk (2021) yang menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Tetapi tidak dengan penelitian yang dilakukan oleh Gandy Wahyu & Maulana Zulma, (2020) yang menyatakan bahwa tarif pajak tidak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Berdasarkan latar belakang, fenomena dan beberapa GAP penelitian maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce* (Studi Kasus Pada Usaha *Online Shop*)”**”.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak pengguna *e-commerce* (studi kasus pada usaha *online shop*)?
2. Apakah sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak pengguna *e-commerce* (studi kasus pada usaha *online shop*)?
3. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak pengguna *e-commerce* (studi kasus pada usaha *online shop*)?
4. Apakah tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak pengguna *e-commerce* (studi kasus pada usaha *online shop*)?
5. Apakah pengetahuan perpajakan, sanksi pajak, sosialisasi perpajakan, dan tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak pengguna *e-commerce* (studi kasus pada usaha *online shop*)?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan untuk memfokuskan penelitian pada pokok permasalahan dan mencegah terlalu luasnya pembahasan. Penelitian ini dibatasi sesuai dengan pokok bahasannya yaitu pengaruh pengetahuan perpajakan, sanksi pajak, sosialisasi perpajakan, dan tarif pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak pengguna *e-commerce* (studi kasus pada usaha *online shop*).

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah serta pembatasan masalah diatas maka peneliti dapat merumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh pengetahuan perpajakan, sanksi pajak, sosialisasi perpajakan dan tarif pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak pengguna *e-commerce* (studi kasus pada usaha *online shop*).”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce* (Studi Kasus pada Usaha *Online Shop*).
2. Untuk menguji pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce* (Studi Kasus pada Usaha *Online Shop*).
3. Untuk menguji pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce* (Studi Kasus pada Usaha *Online Shop*).
4. Untuk menguji pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce* (Studi Kasus pada Usaha *Online Shop*).
5. Untuk menguji pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce* (Studi Kasus pada Usaha *Online Shop*).

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik:
 - 1) Bagi Peneliti

(1) Peneliti mendapatkan wawasan dan pengetahuan secara langsung pada bidang yang diteliti.

(2) Menciptakan kemampuan pola pikir yang lebih maju dan kreatif dalam menghadapi berbagai macam masalah di bidang perpajakan.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian dapat memberikan informasi dan wawasan terkait “Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce* (Studi Kasus Pada Usaha *Online Shop*)”, dan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce*

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman, pengetahuan dan kesadaran perpajakan akan pentingnya kepatuhan membayar pajak pada sektor *e-commerce* atau bisnis *online* terhadap penerimaan negara.

2) Bagi Pemerintah

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan, informasi maupun pertimbangan bagi pihak yang berwenang sehubungan dengan pengaruh pengetahuan perpajakan, sanksi pajak, sosialisasi perpajakan dan tarif pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak pengguna *e-commerce* dalam menetapkan kebijakan untuk mengoptimalkan penerimaan negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisandy, N. (2017). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Bisnis Online Di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 62–71.
- Atarwaman, R. J. D. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 39–51.
- Ezer, E., & Ghozali, I. (2017). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Tarif Pajak, Denda Pajak, Dan Probabilitas Pemeriksaan Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 407–419.
- Febrian, E., & Hasan, J. M. (2021). Wajib Pajak Dan Pemahaman Wajib Pajak Kepatuhan Wajib Pajak. *Abstrak*. 1(1), 482–487.
- Fitria, R., & Muiz, E. (2021). Penerapan *E-Filing*, Pengetahuan Perpajakan Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Sukarela Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 107–115
- Hama, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Peraturan Pajak, Dan Penyuluhan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Transaksi *E-Commerce* di Surabaya (*The Effect of Taxpayer Awareness, Knowledge of Tax Regulations, and Tax Education on Tax Payment*) C. *Islamic Science, Culture, and Social Studies*, 1(2).
- Hapsari, A. R., Ramayanti, (2022). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak , Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM 5(1), 16–24.
- Indriyani, P. D., & Jayanto, P. Y. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan WPOP Pelaku *E-Commerce* di Kota Semarang pada Platform *Online Marketplace* Blibli.com. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 113–122.
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan* (Maya & Andang (eds.); XIX). Andi Offset.
- Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 16, 21–29.

- Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 16, 21–29.
- Pasaribu, E. M., & Wijaya, S. Y. (2017). Implementasi Teori Atribusi Untuk Menilai Perilaku Kecurangan Akuntansi. *Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 41–66.
- Prof. H. Imam Ghozali. (2021). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3 (ed.)). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Putri Thoyyibatun Nadiyah, Syamsul Bahri, M. A. T. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran, Dan Sanksi Denda Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Pada Usaha *E-Commerce*. *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI) Faculty of Economic and Business, Widyagama University of Malang, Vol. 1 No.(2021-03-32)*, 1–14.
- Rahayu Rahmadhani, S., Cheisviyanny, C., & Mulyani, E. (2020). Analisis Kepatuhan Pajak Pelaku UMKM Pasca Penerbitan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(1), 2537–2553.
- Romadhon, F., & Diamastuti, E. (2020). *Tax Compliance: A Theoretical Analysis Based on the Perspective of Attribution Theory*. *Jurnal Ilmiah Esai*, 14(1), 17–35.
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-commerce Impelentasi, Strategi & Inovasinya* (T. Limbong & Janner Simarmata (eds.)). Yayasan Kita Menulis.
- Siamena, E., Sabijono, H., & Warongan, J. D. . (2017). Pengaruh Sanksi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Manado. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2), 917–927.
- Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). *E-commerce* dorong perekonomian Indonesia, selama pandemi covid 19 sebagai *entrepreneur*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan*, 2(3), 200–213.
- Sudrajat, A. (2020). Pajak *E-Commerce*, Pemecahan dan Solusinya. *Jurnal Pajak Vokasi (JUPASI)*, 2(1), 22–36.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tikupadang, W. K., & Palalangan, C. A. (2020). Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak, Pengetahuan Sistem *e-Filling*, *Tax Audit*, dan *Tax Avoidance* terhadap Penerimaan Pajak (Studi Kasus Pada KPP Makassar Utara). *Paulus Journal of Accounting (PJA)*, 1(2), 45–53.

Wahyu, G., & Zulma, M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia. *4*(September), 288–294.

Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1).

Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64–69.

Yuliyannah, P. R., R, D. N., & Fanani, B. (2019). Pengaruh Omzet Penghasilan, Tarif Pajak, Serta Self Assessment System Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kota Tegal. *Multiplier: Jurnal Magister Manajemen*, 3(1).

<https://pajak.go.id/id/tahunan-page>.

<https://jakarta.bpk.go.id/peta-wilayah-jakarta/>

<https://jakarta.bps.go.id/publication/2021/02/26/bb7fa6dd5e90b534e3fa6984/provinsi-dki-jakarta-dalam-angka-2021.html>.