**DETERMINASI NIAT PEMBAYARAN PAJAK ATAS TRANSAKSI
E-COMMERCE
(STUDI PADA WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DAN BADAN PELAKU
E-COMMERCE DI WILAYAH KABUPATEN TEMANGGUNG)**

Muhammad Nurakhim

Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

Jalan Kusumanegara No. 121 Yogyakarta

Handphone Penulis: 085974843107 , e-mail: muhammadnurakhim1@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to test whether knowledge and understanding of tax regulations, taxpayer awareness and taxpayer environment have an effect on tax payment intentions for E-commerce transactions. The research method uses quantitative descriptive methods and primary data with a questionnaire. This study took a sample of individual taxpayers and the E-commerce Implementing Body in the Temanggung district. Data processing was carried out by classical assumption test and hypothesis test with normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, T test, F test, and R2. The sampling technique in this study is to use incidental sampling. The collection technique is done by using a link questionnaire in the form of google. The number of questionnaires that were processed was 100 questionnaires. The results showed that the knowledge and understanding of tax regulations and the taxpayer environment had a negative effect on tax payment intentions for E-commerce transactions, while taxpayer awareness had a positive effect on tax payment intentions for E-commerce transactions on individual taxpayers and trading entities. electronic.

Keyword: *tax payment, e-commerce, knowledge and understanding of tax regulations*

PENDAHULUAN

Pajak merupakan partisipasi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi ataupun badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, serta tidak mendapatkan kenikmatan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Bagi warga Negara yang telah memenuhi syarat subjektif dan syarat objektif wajib untuk membayar pajak (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009). Pajak yang telah dibayarkan merupakan sumber atas keuangan Negara untuk membiayai pembangunan atau pengeluaran Negara (Wardani & Nurhayati 2019).

Tabel di bawah ini menunjukkan bahwa pendapatan dari sektor pajak sampai saat ini menjadi penyumbang pendapatan Negara terbesar.

Tabel 1. Persentase Realisasi Perimaan Pajak Tahun 2015-2018(dalam triliun rupiah)

Tahun	2015	2016	2017	2018	2019
TARGET	1.294,26	1.352,20	1.283,57	1.424,00	1.577,56
Realisasi	1.060,83	1.105,81	1.151,10	1.315,00	1332,06
Persentase	81,96%	81,60%	89,68%	92,24%	84,44%

Sumber: Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak 2019

Berdasarkan dari tabel 1, terlihat bahwa dalam setiap tahunnya penerimaan pajak mengalami naik turun. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang menentukan, salah satunya adalah pembayaran pajak atas transaksi E-commerce.

Pajak memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan nasional.

Menurut departemen keuangan (www.kemenku.go.id), sebesar 74% pada tahun 2017 penerimaan negara berasal dari sektor pajak, dimana penerimaan pajak tersebut digunakan pemerintah untuk pembangunan nasional. Pembangunan tersebut belum akan maksimal sebagaimana mestinya, jika masih terkendala oleh masyarakat yang belum patuh membayar pajaknya. Wajib pajak terbagi menjadi dua, yang pertama Wajib Pajak Orang Pribadi dan yang kedua wajib pajak Badan. Dalam ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU No. 28 Tahun 2007), “Wajib pajak merupakan orang pribadi ataupun badan, yakni pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan apa yang telah di tentukan peraturan perundang-undangan perpajakan”.

Pemerintah melalui Direktorat Jendral Pajak (DJP) telah melakukan penegasan *E-commerce* dengan mengeluarkan SE-62/PJ/2013 Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*, yang menyatakan tidak adanya pajak baru dalam transaksi *E-commerce*. Hal itu menyebabkan penjual atau pembeli bisa dikenakan pajak sesuai ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Adapun potensi perpajakan yang muncul dari transaksi *online* dapat dari jenis Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPh) (Leonardo & Tjen 2020).

E-commerce adalah proses jual beli atau proses pertukaran barang/ jasa yang dilakukan melalui media elektronik yang memiliki fasilitas internet (Mulijadi 2017).Perniagaan elektronik sebagai bagian dari bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *Electronic Transmission* (Irmawati 2011). Cara penjualan melalui internet dengan transaksi tanpa tatap muka,

tidak mendirikan ruko atau yang biasa disebut *marketplace* untuk menawarkan barang/jasanya.

Saputri *et al.* (2017) mengatakan bahwa pangsa pasar *E-commerce* di Indonesia memang tidak diragukan lagi. Negara yang transaksi *E-commerce*-nya sedang berkembang akan memiliki potensi sebagai penyumbang pajak terbesar. Berdasarkan laporan *e-Conomy SEA 2018* yang dikeluarkan oleh *google Temasek*, bahwa *E-commerce* merupakan sektor aktivitas ekonomi digital yang mengalami pertumbuhan paling cepat. Selama tahun 2018 atas aktifitas ekonomi digital di Indonesia mencapai *US\$ 27* miliar dan akan terus bertumbuh hingga *US\$ 100* miliar pada saat tahun 2025 (*Google & Temasek 2018*). Direktur Eksekutif Center for Indonesia Taxation Analysis (CITA), Yustinus Prastowo jika Dirtjen Pajak tidak mampu memaksimalkan pajak dari sektor ini, maka Negara kehilangan potensi pajak hingga 10% dari transaksi tersebut (Setyowati 2017). Pajak atas transaksi *E-commerce* bertujuan untuk menerapkan keadilan untuk semua wajib pajak baik konvensional maupun *E-commerce*, dengan demikian maka peningkatan transaksi *E-commerce* sewajarnya sebanding dengan peningkatan pajak dari Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penghasilan (PPh).

Penelitian terkait transaksi *E-commerce* yang diteliti oleh Rosalinawati & Syaiful (2018) Lubis (2016) Ellery (2018) dan Andhini (2017) menyatakan bisnis jual beli produk yang menggunakan sistem jaringan internet (*online*) dalam beberapa tahun terakhir berkembang sangat pesat, akan tetapi belum begitu banyak pelaku bisnis yang melaporkan pajak dari usaha yang didirikannya. Pemerintah melalui Kantor Pelayanan Pajak Pratama Temanggung pun tidak serta merta tinggal

DOI: <http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v8i3.509>

diam. Pemerintah terus melakukan sosialisasi kepada masyarakat Temanggung untuk meningkatkan niat dan kesadaran akan pentingnya membayar kewajiban perpajakannya. Pemerintah menegaskan bahwa sekecil apapun usaha yang dilakukan oleh wajib pajak juga punya kewajiban untuk memberikan kontribusinya terhadap Negara melalui pembayaran pajak, termasuk pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce* (Santoso 2019).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia niat merupakan maksud atau tujuan dari suatu perbuatan, dan kehendak untuk melakukan suatu tujuan tertentu sesuatu. Niat sangat berkaitan erat dengan suatu motivasi yang ada pada seseorang secara sadar maupun tidak untuk melakukan tindakan dengan maksud atau tujuan tertentu (Novitasari & Baridwan 2014). Niat merupakan perilaku yang dimiliki oleh seseorang untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Niat seorang wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakannya didorong oleh kemauan yang ada pada diri seseorang untuk berperilaku patuh.

Determinasi niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce* ini, dapat disebabkan oleh beberapa hal diantaranya karena pengetahuan dan pemahaman atas peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan lingkungan wajib pajak. Wajib pajak yang paham, sadar dan bertempat tinggal di Kawasan taat dan patuh kepada kewajibannya dan mengerti akan pentingnya membayar pajak, tentu semakin niat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dan tidak keberatan membayarkan kewajiban perpajakannya untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran Negara (Ginting 2014).

Pemahaman merupakan suatu proses memahami atau cara mempelajari suatu hal agar dapat memahami dengan baik. Pengetahuan dan pemahaman atas pembayaran pajak dalam penelitian ini mencakup menerjemahkan, menafsirkan, dan meramalkan (Citra & trisna 2013). Artinya Wajib Pajak mampu menerjemahkan dan menafsirkan pengenaan pajak pada sektor wajib pajak orang pribadi baik pelaporan, perhitungan dan pembayaran. Wajib pajak juga dapat meramalkan manfaat dari membayar pajak.

Fikriningrum & Syafruddin (2012) menjelaskan bahwa pemahaman dapat diperoleh melalui pendidikan, baik pendidikan formal maupun pendidikan non formal. Pendidikan formal dapat diperoleh dari mengikuti bimbingan dari suatu lembaga, sedangkan pendidikan non formal dapat diperoleh melalui seminar, diskusi, atau sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah. Jika pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan perpajakan sudah bagus maka akan mempengaruhi niat seseorang untuk mematuhi kewajiban perpajakannya. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2018) dan Meidya Rachmania (2016) menyatakan bahwa pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap niat wajib pajak dalam membayar kewajiban perpajakannya, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2014) yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh negatif terhadap kepatuhan pengusaha kena pajak. Semakin tinggi pengetahuan perpajakan, maka semakin rendah tingkat kepatuhan wajib pajak atau hubungan antara pengetahuan perpajakan dan kepatuhan wajib pajak kurang kuat.

Faktor kedua yang menjadi determinasi niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce* adalah kesadaran wajib pajak. Kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak merupakan suatu perilaku wajib pajak berupa persepsi atau perasaan dengan melibatkan pengetahuan, keyakinan dan penalaran disertai kecenderungan untuk berperilaku sesuai yang diberikan oleh sistem dan ketentuan pajak itu sendiri (Fikriningrum & Syafruddin 2012). Setiap orang memiliki tingkat penalaran berbeda-beda mengenai cara menyikapi pentingnya membayar pajak, seperti antusias dengan cepat membayar pajak, menyikapinya dengan biasa-biasa saja bahkan acuh atau tidak peduli tentang pembayaran pajak, termasuk didalam pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce*. Menurut Cindy & Yenni (2013) dan Novitasari (2016) kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak, sedangkan penelitian Wilda (2015) menyimpulkan kesadaran wajib pajak berpengaruh negatif terhadap kewajiban membayar pajak orang pribadi. Hasil dari penelitian yang berbeda-beda tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini.

Faktor ketiga yang menjadi determinasi niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce* adalah lingkungan wajib pajak. Menurut Hasanah (2016) lingkungan merupakan sesuatu yang ada didalam alam sekitar dan memiliki makna atau berpengaruh tertentu kepada individu. Lingkungan perpajakan adalah hukum perpajakan yang diterapkan oleh suatu Negara berpengaruh terhadap manajer keuangan dalam mengambil keputusan (Bastomi 2017). Wajib pajak yang berada di suatu wilayah berbeda tentunya memiliki pengetahuan dan penalaran yang berbeda tentang cara pembayaran pajak. Lingkungan memiliki

pengaruh besar dalam membentuk karakter setiap individu maupun kelompok. Lingkungan yang di kelilingi dengan pribadi-pribadi patuh dan paham tentang tata cara pembayaran pajak dan pentingnya membayar pajak untuk kemajuan pembangunan Negara tentunya akan lebih berkontribusi dalam pembayaran pajak, begitupun sebaliknya. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2017) menyatakan bahwa lingkungan wajib pajak berpengaruh secara positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedang akan menurut penelitian Reynaldo Andika Lukman (2018) dan Christi et al. (2018) menyatakan lingkungan wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dari uraian yang sudah dipaparkan di atas, masih ada beberapa perdebatan penelitian terdahulu yang menarik mengenai niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce*. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce*, maka penulis melakukan penelitian mengenai determinasi niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce*. Perbedaan penelitian yang saya lakukan dengan penelitian sebelumnya Reynaldo Andika Lukman (2018) terletak pada tempat penelitian dan menambahkan variabel independen pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan serta Kesadaran wajib pajak. Selain itu penelitian yang saya lakukan hanya berfokus pada Wajib Pajak Orang Pribadi dan Badan yang menggunakan sistem jual beli secara *online* di wilayah kabupaten Temanggung.

KAJIAN TEORI

Niat Pembayaran Pajak Atas Transaksi E-Commerce

Niat merupakan perilaku yang dimiliki oleh seseorang untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Niat seorang wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakannya didorong oleh kemauan yang ada pada diri seseorang untuk berperilaku patuh. Menurut Resmi (2016). *E-commerce* adalah proses jual beli atau proses pertukaran barang/ jasa yang dilakukan melalui media elektronik yang telah memiliki fasilitas internet (Mulijadi, 2017) Adapun potensi perpajakan yang muncul dari transaksi online dapat dari jenis Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPH).

Pengetahuan dan Pemahaman Peraturan Perpajakan

Pemahaman peraturan perpajakan merupakan proses dimana seorang wajib pajak mempertimbangkan tentang perpajakan kemudian meminta persetujuan tersebut untuk membayar pajak sesuai dengan kewajibannya (Ningsih 2019). Pemahaman dapat diperoleh melalui pendidikan, baik pendidikan secara formal maupun pendidikan non formal. Pendidikan formal dapat diperoleh dari mengikuti bimbingan dari suatu lembaga, sedangkan pendidikan non formal dapat diperoleh melalui seminar, diskusi, atau sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah

Kesadaran Wajb Pajak

Kesadaran wajib pajak merupakan suatu sikap sadar yang dimiliki seseorang guna memenuhi kewajiban perpajakannya dengan melibatkan pengetahuan, keyakinan dan penalaran disertai kecenderungan

untuk bertindak di dalam hal kepatuhan pembayaran pajak. Wajib pajak yang sadar akan pentingnya pendapatan dari sektor pajak untuk mempercepat pembaguan suatu Negara tentunya akan memahami bahwa, pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan Negara. Wajib pajak menyadari dan mau membayar pajak karena merasa tidak dirugikan dari pemungutan pajak yang di lakukan dan tidak akan menunda pembayaran pajak karena hal tersebut dapat merugikan Negara (Fikriningrum & Syafruddin 2012).

Lingkungan Wajib pajak

Lingkungan merupakan sesuatu yang berada di alam sekitar yang memiliki makna dan berpengaruh tertentu kepada individu. Lingkungan perpajakan adalah hukum perpajakan yang diterapkan suatu Negara berpengaruh terhadap manajer keuangan dalam mengambil keputusan. Hal ini dapat diartikan pula bahwa hukum yang ada berpengaruh terhadap niat wajib pajak dalam membayar kewajibannya (Hasanah, 2016)

Pengaruh Pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan Terhadap Niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce

Pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh wajib pajak mengenai hak dan kewajiban sebagai wajib pajak sehingga wajib pajak mampu menghindari sanksi perpajakan. Penguasaan terhadap peraturan perpajakan bagi Wajib Pajak akan meningkatkan kepatuhan kewajiban perpajakan. Wajib Pajak akan berusaha menjalankan kewajibannya agar terhindar dari sanksi - sanksi yang berlaku dalam peraturan perpajakan (Febri *et al.* 2018).

DOI: <http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v8i3.509>

Penelitian sebelumnya yang mendukung terkait hal ini adalah Mulijadi (2017) dan Listyaningsih *et al.* (2014) yang menyatakan pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-Commerce. Di sisi lain terdapat penelitian yang menunjukkan pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh negative terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce (Rahmawati 2014). Berdasarkan penjelasan diatas memberi kesimpulan:

H₁: Pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce.

Pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce

Kesadaran perpajakan berkonsekuensi logis untuk wajib pajak, yaitu kerelaan wajib pajak memberikan kontribusi dana untuk pelaksanaan fungsi perpajakan, dengan cara membayar kewajiban pajaknya secara tepat waktu dan tepat jumlah (Ningsih, 2019). Wajib pajak yang sadar akan pentingnya pembayaran pajak akan secara mudah memberi akan kontribusi dalam membayar kewajibannya.

Penelitian sebelumnya yang mendukung terkait hal ini adalah Andri Christian Ginting (2014) dan Arisandy (2017) yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap niat pembayaran pajak. Di sisi lain penelitian yang dilakukan oleh Wilda, (2015) yang menyatakan kesadaran wajib pajak tidak mempengaruhi niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce. Berdasarkan penjelasan diatas memberi kesimpulan:

H₂: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce.

Pengaruh lingkungan wajib pajak terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce

Penelitian sebelumnya yang mendukung terkait hal ini adalah Dewi (2017) dan Hasanah (2016) yang menyatakan lingkungan berpengaruh terhadap niat pembayaran pajak. Di sisi lain penelitian yang dilakukan oleh Reynaldo Andika Lukman (2018) menyatakan bahwa lingkungan wajib pajak tidak mempengaruhi niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce. Berdasarkan penjelasan di atas memberi kesimpulan:

H₃: Lingkungan wajib pajak berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce.

Gambar 1. Kerangkapiikiran penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, penelitian dapat digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Ghozali

DOI: <http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v8i3.509>

2005). Populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi dan Badan yang berada di wilayah kabupaten Temanggung dengan populasi sejumlah 158.541 wajib pajak. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan pada bulan Desember 2020 melalui *google form* yang di bagikan melalui *Whatsapp*.

Metode analisis data ini menggunakan kuesioner yang telah disebar kepada responden kemudian direkap kedalam tabulasi data dan data tersebut akan diolah dengan bantuan yang menggunakan program IBM SPSS versi 20. Statistik deskriptif dalam penelitian ini menjabarkan mengenai usia, pekerjaan, tingkat pendidikan dan unit usaha.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode sampling insidental. Sampel dalam penelitian ini wajib pajak orang pribadi dan badan pelaku *e-commerce* yang berada di wilayah kabupaten Temanggung. Penyebaran kuesioner dilakukan pada bulan Desember 2020. Adapun distribusi kuesioner ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Distribusi Kuesioner Penelitian

Keterangan	Jumlah Kuesioner	Presentase
Kuesioner yang di sebar	100	100%
Kuesioner yang tidak Kembali	0	0%
Kuesioner yang tidak lengkap	0	0%
Sampel akhir pengamatan	100	0%

Sumber: data primer diolah 2020

Demografi responden meliputi, usia, pekerjaan, Pendidikan terakhir dan unit usaha yang digeluti wajib pajak.

Tabel 3. Demografi Responden

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Presentase
Usia	<25	14	16%
	25-30	51	51%
	31-40	26	25%
	41-50	8	7%
	>50	1	1%

	PNS	5	5%
Pekerjaan/Jabatan	TNI/Polri	2	2%
	Pegawai BUMN/BUMD	10	10%
	Pegawai Swasta	43	45%
	Wiraswasta	40	41%
Tingkat Pendidikan	SMP	6	6%
	SMA	27	34%
	Diploma	5	6%
	Sarjana	59	50%
	Magister	3	3%
Unit Usaha	Orang Pribadi	84	84%
	Badan	16	16%

Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 3. Dapat dilihat dari 100 responden menunjukkan bahwa responden dengan rentang usia 25 s.d 30 memiliki presentase tertinggi dengan presentase mencapai 51%, responden dengan pekerjaan status pegawai swasta 50%, responden dengan tingkat Pendidikan Sarjana mencapai 50 %, dan responden sebagian besar memiliki unit usaha pribadi sebesar 84%

maksimum sebesar 25, nilai mean sebesar 18,73, dan nilai standar deviasi sebesar 2.612. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dalam hal lingkungan wajib pajak.

DOI: <http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v8i3.509>

Hasil Uji Kualitas Data

a. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Gambar 2. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Niat Pembayaran Pajak Atas Transaksi E-commerce	100	11	25	21.48	2.687
Pengetahuan dan Pemahaman Peraturan Perpajakan	100	31	54	42.2	4.722
Kesadaran Wajib Pajak	100	19	30	25.66	3.073
Lingkungan Wajib Pajak	100	11	25	18.73	2.612
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan Gambar 2. Tersebut dapat diketahui jumlah data (N) sebanyak 100. Nilai rata-rata niat pembayaran pajak dilihat dari nilai minimum sebesar 11, nilai maksimum sebesar 25, nilai mean sebesar 21.48, dan nilai standar deviasi sebesar 2.687. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dalam niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce*.

Nilai rata - rata pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan dilihat dari nilai minimum sebesar 31, nilai maximum sebesar 54, nilai mean sebesar 42.2, dan nilai standar deviasi sebesar 4.722. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian responden menjawab setuju dalam hal pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan.

Nilai rata-rata kesadaran wajib pajak dilihat dari nilai minimum sebesar 19, nilai maksimum sebesar 30, nilai mean sebesar 25.66, dan nilai standar deviasi sebesar 3.073. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dalam hal kesadaran wajib pajak.

Nilai rata-rata lingkungan wajib pajak dilihat dari nilai minimum sebesar 11, nilai

b. Sebaran Frekuensi Data

Berdasarkan kategori pengukuran untuk masing-masing variabel:

Hasil analisis sebaran Frekuensi Niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce*

Tabel 4. Hasil analisis Sebaran Frekuensi Niat Pembayaran pajak Atas Transaksi *E-commerce*

Kategori	Rentang	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	11-13	1	1%
Rendah	14-16	2	2%
Sedang	17-19	13	13%
Tinggi	20-22	49	49%
Sangat Tinggi	23-25	35	35%

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan tabel 4. data responden, dapat disimpulkan wajib pajak orang pribadi dan badan pelaku *E-commerce* memiliki niat pembayaran pajak yang tinggi dengan presentase 49%

Hasil Analisis Sebaran Frekuensi Pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan

Tabel 5. Hasil Analisis Sebaran Frekuensi Pengetahuan dan Pemahaman Peraturan Perpajakan

Kategori	Rentang	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	31-35	12	12%
Rendah	36-40	18	18%
Sedang	41-45	48	48%
Tinggi	46-50	20	20%
Sangat Tinggi	51-54	2	2%

Sumber: Data Primer diolah 2020

Tabel 8. Hasil uji reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	NiatpembayaranpajakatastransaksiE-commerce	0,869	Reliabel
2	Pengetahuan dan pemahamanperaturanperpajakan	0,861	Reliabel
3	Kesadaranwajibpajak	0,832	Reliabel
4	Lingkunganwajibpajak	0,728	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2020

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Tabel 11. Hasil uji normalitas

1-Sample K-S

One-sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std.Deviation	1.87827681
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.068
	Negative	-.078
Kolmogorov Smirnov Z		.778
Asymp.Sig. (2-tailed)		.580

a. Test distribution is normal

Sumber: data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, bahwa nilai Kolmogorov-smirnow Z sebesar 0,778 dengan nilai signifikan (*Asymp.s.2-tailed*) sebesar 0,580. Pada hal tersebut menunjukkan bahwa signifikan lebih dari 0,05 yang berarti residual terdistribusi

DOI: <http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v8i3.509>

Berdasarkan tabel 5. data responden dapat disimpulkan pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan bagi wajib pajak orang pribadi dan badan pelaku E-commerce memiliki niat pembayaran pajak yang sedang dengan presentase 48%
Tabel 6. Hasil Analisis Sebaran Frekuensi Kesadaran Wajib pajak

Kategori	Rentang	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	19-20	4	4%
Rendah	21-23	19	19%
Sedang	24-25	30	30%
Tinggi	26-28	21	21%
Sangat Tinggi	29-30	26	26%

Sumber: Data Primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 6. data responden, dapat disimpulkan bahwa wajib pajak orang pribadi dan badan pelaku E-commerce memiliki tingkat kesadaran wajib pajak yang sedang dengan presentase 30%

Tabel 7. Hasil analisis Sebaran frekuensi Lingkungan wajib pajak

Kategori	Rentang	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	11-13	3	3%
Rendah	14-16	16	16%
Sedang	17-19	33	33%
Tinggi	20-22	44	44%
Sangat Tinggi	23-25	4	4%

Sumber: Data Primer diolah 2020

Uji Validitas, Uji Reliabilitas

Atas hasil pengujian validitas terungkap bahwa keseluruhan item pernyataan didalam kuesioner dinyatakan valid. Dibuktikan dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Selain itu, hasil uji reliabilitas membuktikan bahwa keseluruhan variabel dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih

DOI: <http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v8i3.509>

secara normal sehingga memperkuat asumsi normalitas pada model regresi penelitian ini.

b. Hasil Uji Multikolonieritas

Tabel 12. Hasil uji multikolonieritas

Model	Collinearity statistic	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
PPPP	.0724	1.382
KWP	.0612	1.633
LWP	.0620	1.614

a. Dependent Variable:

Niat Pembayaran Pajak Atas Transaksi E-commerce

Sumber: data primer diolah 2020

Hasil pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa setiap variabel memiliki nilai tolerance $\geq 0,10$. Nilai *Variance Inflation Factor* ≤ 10 , sehingga tidak terdapat multikolinieritas terhadap variabel penelitian

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 13. Hasil uji heteroskedastisitas

		Unstandarized Coefficients	Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	.827	1.321		.626	.533
PPPP	.009	.032	.035	.295	.769
KWP	-.022	.054	-.054	-.418	.677
LWP	.039	.063	.080	.620	.537

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: data primer tahun 2020

Dari table tersebut menunjukkan nilai signifikan semua variabel independent $> 0,05$. Hal ini menunjukkan model regresi ini layak untuk digunakan, Sehingga hal tersebut memperjelas pada table sebelumnya yang menyimpulkan bahwa pada model regresi tidak ada masalah heteroskedastisitas

Hasil uji F

Tabel 14. Hasil uji statistik F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regresi on	365.696	3	121.899	33.505	.000 ^b
Residual	349.264	96	3.638		
Total	714.960	99			

Pada tabel tersebut diperoleh nilai F hitung sebesar 33.505 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai F hitung $\geq F$ tabel (2,70), hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan lingkungan wajib pajak secara simultan berpengaruh terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce*.

Hasil Uji Persial (*uji t*)

Tabel 15. Hasil uji statistik coefficients^a

Model	B	Unstandarized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
1 (Constant)	3.781	1.964		1.925	.057
Pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan	.044	.048	.078	.0925	.357
Kesadaran wajib Pajak	.493	.080	.0564	6.185	.000
Lingkungan wajib pajak	.169	.093	.165	1.818	.072

a. Dependennvariabel: Niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce*

Sumber: data primer diolah 2020

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Apabila nilai t hitung > t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. variabel pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan memiliki tingkat signifikan sebesar 0,357 dan t tabel sebesar 1.66088. Karena tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 ($0,357 < 0,05$) dan t hitung 0,925. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan tidak berpengaruh terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce* tidak dapat diterima.

Variabel Kesadaran Wajib Pajak memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 dan t tabel 1.66088. Karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0,005 ($0,000 > 0,05$) dan t hitung 6,185. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce* dapat diterima.

Variabel lingkungan wajib pajak memiliki tingkat signifikan sebesar 0,072 dan t tabel sebesar 1.66088. Karena tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 ($0,072 > 0,05$) dan t hitung 1,818. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan wajib pajak tidak berpengaruh terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *E-*

commerce. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan lingkungan wajib pajak berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce* tidak dapat diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil olah data menggunakan bantuan software IBM SPSS Versi 20, maka hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hipotesis pertama

Pada penelitian ini, uji hipotesis 1 yang diajukan adalah pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan. Hasil pengujian hipotesis 1 t hitung adalah 0,925 dengan tingkat signifikan 0,357, karena tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengaruh pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan tidak berpengaruh terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce* tidak dapat diterima.

Kemungkinan variabel ini tidak berpengaruh disebabkan wajib pajak pelaku *E-commerce* yang memiliki pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan yang rendah. Artinya, Wajib Pajak belum mampu menerjemahkan dan menafsirkan pengenaan pajak pada sektor wajib pajak orang pribadi maupun badan baik pelaporan, perhitungan dan pembayaran. Hal ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang menjelaskan keinginan dari wajib pajak mengenai adanya timbal balik atau keyakinan tentang akan terpenuhinya harapan normatif dari orang lain maupun lingkungan sekitar yang

DOI: <http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v8i3.509>

memotivasi untuk tetap berperilaku patuh pajak.. Melalui kualitas pelayanan fiskus pajak, melakukan sosialisasi pajak guna meningkatkan pengetahuan dan pemahaman perpajakan masyarakat, mempertegas peraturan perpajakan, memperbaiki kualitas pendidikan mengenai peraturan perpajakan dan lain-lain akan memotivasi kesadaran wajib pajak untuk patuh pajak (*normative beliefs*).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Ningsih (2019) Arisandy (2017) dan Endaryanti (2017) yang menyatakan pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh negatif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mayowan (2016), Mulijadi (2017) dan Sudrajat & Ompusunggu (2015) yang menyatakan pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce.

Hipotesis kedua

Pada penelitian ini, uji hipotesis 2 yang diajukan adalah kesadaran wajib pajak. Hasil pengujian hipotesis 4 t hitung adalah 6,185 dengan tingkat signifikan 0,000, karena signifikan lebih kecil dari 0,05 maka hal ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce dapat diterima

Hasil dari hipotesis 2 penelitian ini, menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran wajib pajak dari wajib pajak para pelaku E-commerce maka niat

pembayaran pajak atas transaksi E-commerce akan semakin baik pula. Hal ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang menjelaskan bahwa Wajib pajak yang sadar pajak, akan memiliki keyakinan mengenai pentingnya kepatuhan membayar pajak untuk pembiayaan pembangunan (*attitude atau behavioral beliefs*). Sebaliknya keyakinan yang rendah akan pentingnya membayar pajak akan menyebabkan rendahnya kesadaran untuk membayar pajak.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Andri Christian Ginting (2014), Sudrajat & Ompusunggu (2015) Mahaputri & Noviani (2016) dan Arisandy (2017). Yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Valentino & Wairocana (2019) dan Wilda (2015) yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh negative terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce.

Hipotesis ketiga

Pada penelitian ini, uji hipotesis 3 yang diajukan adalah lingkungan wajib pajak. Hasil pengujian hipotesis 3 t hitung adalah 1,818 dengan tingkat signifikan 0,072, karena tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable pengaruh lingkungan wajib pajak tidak berpengaruh terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan lingkungan berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce tidak dapat diterima.

Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi perpajakan kepada wajib pajak mengenai pajak atas transaksi E-commerce, yang membuat wajib pajak para pelaku E-commerce belum begitu niat dalam membayar kewajiban perpajakannya. Lingkungan yang tidak pernah mendapatkan sosialisasi perpajakan tentunya akan mengurangi niat pembayaran pajak. Sesuai dengan teori atribusi (*Attribution Theory*), yang menjelaskan mengenai pengaruh peningkatan niat pembayaran pajak. Persepsi dalam diri sendiri maupun kesan yang terbentuk dari lingkungan sekitar kepada instansi perpajakan tentu akan mempengaruhi penilaian pribadi terhadap pajak itu sendiri. Kesan tersebut akan diwujudkan seseorang melalui Tindakan apakah menjadi patuh atau tidak. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Reynaldo Andika Lukman (2018), Ningsih (2019) dan Christi et al. (2018) yang menyatakan lingkungan wajib pajak berpengaruh negative terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Kawengian et., al. (2017) dan Hasanah (2016) yang menyatakan lingkungan wajib pajak berpengaruh positif terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Atas hasil penelitian yang dilakukan 100 responden yaitu wajib pajak orang pribadi maupun badan yang berada di wilayah Kabupaten Temanggung, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh negative dari pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan terhadap niat

pembayaran pajak atas transaksi E-commerce pada wajib pajak orang pribadi (WPOP) maupun Badan. Terdapat pengaruh positif kesadaran wajib pajak terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce pada wajib pajak orang pribadi (WPOP) maupun Badan. Terdapat pengaruh negative lingkungan wajib pajak terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce pada wajib pajak orang pribadi (WPOP) maupun Badan.

Saran

Bagi Pihak KPP Pratama Temanggung

Pada hasil penelitian membuktikan adanya pengaruh positif dari kesadaran wajib pajak terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi E-commerce yang menjadi salah satu dari variabel independen pada studi kasus wajib pajak orang pribadi dan badan di wilayah kabupaten Temanggung. Gerakan yang dapat dilakukan oleh KPP Pratama Temanggung adalah meningkatkan tingkat kesadaran wajib pajak masyarakat Temanggung, upaya ini dapat dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan terkait dengan transaksi E-commerce melalui seminar, penyuluhan atau yang lain sebagainya.

Peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel independent, seperti mekanisme pembayaran pajak, sanksi pajak, pemanfaatan teknologi informasi dan lain sebagainya. Selain itu diharapkan dapat menambah sampel dan meluaskan ruang lingkup penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Andhini, Nisa Fitri. (2017). “Analisis Pengaruh Variabel E-Commerce

DOI: <http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v8i3.509>

- (Interface, Navigation, Content, Reliability Dan Technical) Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Melalui Situs Airbnb.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689–99.
- Andri C.G. (2014). “Analisis Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sikap Rasional, Lingkungan, Sanksi Denda Dan Sikap Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wilayah KPP KOTA MALANG).” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689–99.
- Arisandy, Nelsi. (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.
- Basri, Yesi M, and Raja Adri S. S. (2016). “Pengaruh Keadilan, Norma Ekspektasi, Sanksi Dan Religiusitas Terhadap Niat Dan Ketidak Patuhan Pajak.” *Akuntabilitas* 7 (3): 162–76. <https://doi.org/10.15408/akt.v7i3.2733>.
- Bastomi, Rakhma Diana. (2017). “2. Return Dan Risiko Pada Pasar Keuangan.” In . <https://www.google.com/search?safe=strict&client=firefox-b-d&sxsrf=ALeKk035gcETsaNyZN2Ar uKPvr-SBA6jcw%3A1610302371026&ei=o0P7X76HAefez7sPlt2lgAg&q=>.
- Christi, Eka, Wulan, Putri Topan A, Muhammad, Purnomo, Budi, and Agus. (2018). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kenyamanan Pasar Anyar Di Kota Tangerang.” *Penelitian Dan Karya Ilmiah* 3 (2): 57.
- Cindy, Jotopurnomo, and Mangoting Yenni. (2013). “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus , Sanksi Perpajakan, Lingkungan Wajib Pajak Berada Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Surabaya.” *Tax & Accounting Review* 1: 51.
- Citra, K.P., dan Trisna, I.N., 2011. (2013). “Pengaruh Pemahaman Atas Mekanisme Pembayaran Pajak, Persepsi Tarif Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Pada Wajib Pajak Yang Terdaftar Di KPP Pratama Batu).” *Analisis Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani* 53 (9): 1689–99.
- Dewi, L.R, Kusuma., Sulindawati, N,L, G. Erni., and N, K. Sinarwati., (2017). “Pengaruh Sikap Rasional Dan Lingkungan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Dengan Preferensi Risiko Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di KPP Pratama Singaraja).” *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha* 7 (1): 1–11.
- Ellery, et.al. (2018). “Analisis Pengaruh Transaksi Belanja Dari Situs Online Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce (Studi Kasus Mahasiswa Teknik Industri Yang Aktif Periode 2018),” 1–9.
- Endaryanti Novi Ratih. (2017). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan, Biaya Kepatuhan Pajak, Penerapan E-Filing Dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada KPP Pratama Surakarta).” *Jurnal Ekonomi*

DOI: <http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v8i3.509>

Dan Bisnis, 1–15.

Febri, Davidya, Sulistiyani, and Tri. (2018). “Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Peraturan Perpajakan, Penghindaran Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di Wilayah KPP Pratama Kota Tegal).” *Permana* 10 (1): 15–26.

Fikriningrum, Winda, K., and M, Syafruddin., (2012). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Memenuhi Kewajiban Membayar Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Semarang Candisari).” *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Memenuhi Kewajiban Membayar Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Semarang Candisari)* 1 (1): 567–81.

Ghozali, Imam., (2005). “Aplikasi Multi Variate Dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro; Semarang. Indonesian.”

Hardiningsih, Pancawati, Indira Januarti, Rachmawati, M. Oktaviani., and Ceacilia. S., (2020). “The Determinants of Taxpayer Compliance with Tax Awareness as a Mediation and Education for Moderation.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis* 15 (1): 49. <https://doi.org/10.24843/jiab.2020.v15.i01.p05>.

Hasanah, R. A., (2016). “Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce.”

Irmawati, Dewi. (2011). “Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis.”

Leonardo, Posma, and Christine Tjen. (2020). “Application of Taxation on Transactions E-Commerce on the Marketplace Platform.” *JPAK : Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan* 8 (1): 45–54. <https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.17248>.

Listyaningsih, Desi, Nurlaela, Siti, and Riana R. Dewi. (2014). “Implementasi Pp No 23 Tahun 2018, Pemahaman Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Kota Surakarta.” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 3 (01): 2016–19. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.473>

Lubis, Baginda Oloan. (2016). “Sistem Informasi Penjualan Voucher Belanja Pada PT. Plaza Indonesia Reality Tbk. Jakarta.” *Jurnal Informatika* III (1): 51–62.

Mahaputri, Ni, and Naniek Noviani. (2016). “Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak Dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.” *E-Jurnal Akuntansi* 17 (3): 2321–51.

Meidya Rachmania, Feryna, Endang Siti Astuti, and Hamidah, N.U., (2016). “Pengaruh Persepsi Korupsi Pajak Dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di KPP Pratama Batu).” *Jurnal Perpajakan (JEJAK)* 10 (1): 1–8.

Mulijadi, Nadia. (2017). “Pengaruh Tingkat Pengetahuan Para Pemilik E-Commerce Di Kota Bandung Mengenai Peraturan Pajak Atas Transaksi E-Commerce Terhadap Tingkat Kepatuhan Pembayaran Pajak

DOI: <http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v8i3.509>

- Atas Transaksi *E-Commerce*,” no. 1. Ningsih, Atik. S., (2019). “Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*.” *E-Jra* 08 (01): 82–91.
- Novitasari. (2016). “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Ketegasan Sanksi Dan Kewajiban Moral Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Reklame.” *JOMFekom* 4 (1): 1960–70.
- Novitasari, Safina, and Zaki. B., (2014). “Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem E-Commerce.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya Malang* 3 (1).
- Pricillia V.E Kawengian, Harijanto, Novi S, and Budiarmo. (2017). “Pengaruh Lingkungan Wajib Pajak, Kontrol Keperilakuan Yang Dipersepsikan Dan Kewajiban Moral Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kelurahan PAAL DUA MANADO” *I2* (2): 480–94.
- Rahmawati, Yulayca, Ardian., (2014). “Analisis Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pengusaha Kena Pajak.”
- Reynaldo Andika Lukman, Icha Fajriana. (2018). “Pengaruh Sikap Fiskus, Lingkungan Wajib Pajak, Keadilan Pajak Dan Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Membayar Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di KPP Pratama Ilir Barat I Pal.” *Eprints.Mdp.Ac.Id* 53 (9): 1689–99.
- Rosalinawati, Emma, and Syaiful Syaiful. (2018). “Analisis Pajak Penghasilan Atas Transaksi *E-Commerce* Di Kabupaten Gresik.” *JIATAX (Journal of Islamic Accounting and Tax)* 1 (1): 1. <https://doi.org/10.30587/jiatax.v1i1.443>.
- Santoso, S. B., (2019). “Realisasi Penerimaan Pajak Di Kabupaten Temanggung Baru Tercapai 27 Persen.” In . *Wonosobozone*. <https://wonosobozone.com/2019/07/04/realisasi-penerimaan-pajak-di-kabupaten-temanggung-baru-tercapai-27-persen/>.
- Saputri, Yatana, Intan Sandra, Fadhli, Mardhiah, Surya, and Ibnu. (2017). “Penerapan Metode UCD (*User Centered Design*) Pada E-Commerce Putri Intan Shop Berbasis Web.” *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi* 3 (2): 269–78. <https://doi.org/10.25077/teknosi.v3i2.2017.269-278>.
- Setyowati, D. (2017). “Belanja Online Naik, Potensi Pajak Hilang Rp 20 Triliun per Tahun.” *Katadata News*. 2017. [https://katadata.co.id/berita/2017/08/03/belanja-online-naik-potensi-pajak-hilang-rp-20-triliun-per-tahun%0AShaui, E.R. \(2018\).](https://katadata.co.id/berita/2017/08/03/belanja-online-naik-potensi-pajak-hilang-rp-20-triliun-per-tahun%0AShaui, E.R. (2018).)
- Siti, Resmi. (2016). *Perpajakan. Edisi Revi. Jakarta: Salemba Empat*.
- Sudrajat, Ajat, Arles Parulian Ompusunggu, and J E L Classification. (2015). “Pemanfaatan Teknologi Informasi , Sosialisasi Pajak , Pengetahuan Perpajakan , Dan” 2 (2).
- Sukmawati. (2019). “Implikasi Theory Of

DOI: <http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v8i3.509>

- Reasoned Action Dan Etika Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Niat (Studi.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689–99.
- Syakura, Muhammad Abadan. (2017). “Analisis Perilaku Wajib Pajak Terhadap Niat Menggunakan E-Filling Dan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak Dengan Profesi Sebagai Dosen).” *Akuntabel* 14 (1): 46. <https://doi.org/10.29264/jakt.v14i1.1343>.
- Temasek, Google dan. (2018). “Riset Google-Temasek: Indonesia Kuasai Pangsa Pasar Ekonomi Internet Di Asia Tenggara.” *In* . <https://dailysocial.id/post/indonesia-kuasai-ekonomi-digital>.
- Valentino, Finanto, and I Gusti Ngurah Wairocana. (2019). “Potensi Perpajakan Terhadap Transaksi E-Commerce Di Indonesia,” 1–15.
- Wardani, D. K., and Nila. N., (2019). “Pengaruh Self Assement System, E-Commerce Dan Keterbukaan Akses Informasi Rekening Bank Terhadap Niat Melakukan Penghindaran Pajak.” *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara* 3 (1): 38–48. <https://doi.org/10.29230/ad.v3i1.3340>
- Wilda, Fitri. (2015). “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wpop Yang Melakukan Kegiatan Usaha Dan Pekerjaan Bebas Di Kota Padang.” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1–22.
- Wulandari, Aknes Dewi. (2018). “Pengaruh Pemahaman Atas Mekanisme Pembayaran Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak, Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM” 2: 227–49.