

# PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK, PEMAHAMAN PERPAJAKAN, DAN TARIF PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PELAKU E-COMMERCE

(Studi kasus pada Pelaku Usaha UMKM yang Menggunakan Layanan Berbasis E-commerce di Kabupaten Jepara)

Kira Ninda Sarasati Hidayat  
Totok Dewayanto<sup>1</sup>

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of tax socialization, taxpayer awareness, understanding of taxation, and tax rates on the compliance of e-commerce taxpayers.*

*This study used primary data that distributed all questionnaires online through a google form obtained by a sample of 31 respondents using the voluntary sampling method. The population in this study is MSME taxpayers, business actors who use e-commerce services. The data obtained were analyzed using multiple regression analysis using the SPSS 23 analysis program.*

*The results of this study show that tax socialization has a positive and significant effect on taxpayer compliance. Meanwhile, taxpayer awareness, understanding of taxation, and tax rates have a positive and insignificant effect on taxpayer compliance.*

*Keywords: Tax socialization, Taxpayer awareness, understanding taxation, taxrate, taxpayer compliance.*

## PENDAHULUAN

Kemajuan yang beragam dalam berbagai bidang dibawa oleh perkembangan waktu, yang berarti memberikan kenyamanan lebih dalam kehidupan individu. Dengan memperhatikan bidang perkembangannya, jumlah klien web terus meningkat secara bertahap, dan ini hanya awal dari perkembangan tersebut. Kantor web semakin banyak melakukan latihan karena aksesibilitas dan penggunaannya yang mudah. Sebelum adanya internet, pertukaran tradisional, perdagangan barang dagangan dan juga layanan harus dilakukan jika pembeli langsung menuju ke tempat produk dan juga manfaat diberikan. Sementara itu, di era pergolakan modern 4.0 yang sedang berlangsung, akses web menjadi lebih sederhana dan tepat ketika pertukaran hanya dilakukan melalui gadget yang terhubung dengan internet.

Saat ini para pelaku bisnis sebagai warga mulai membina pergaulannya melalui bisnis online. Unik dalam kaitannya dengan transaksi pada umumnya, pertukaran bisnis berbasis web memiliki beberapa kualitas luar biasa, bisnis online tidak memiliki batasan khusus pada pertukaran. Jumlah klien bisnis internet dan besarnya pertukaran bisnis internet sulit untuk diketahui dan disaring, sehingga hal ini juga mempengaruhi biaya

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mereka telah secara resmi menyatakan hasil survey Infiltrasi web Indonesia. Peningkatan penetrasi ini masih didorong oleh semakin banyaknya pengguna internet yang menjadi kebutuhan masyarakat, terutama sejak pandemic Covid-19 [Survei APJII: Penetrasi Internet Indonesia 2022-2023 | Republika Online](#). Kabupaten Jepara mendukung adanya UMKM yang berbasis e-commerce. Di pendopo Kabupaten Jepara, ada acara diskusi Bersama Lembaga Kebijakan Pengadaan Pemerintah Republik Indonesia (LKPPRI).

---

<sup>1</sup> Corresponding author

Sosialisasi perpajakan ialah bentuk kegiatan diselesaikan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk memimpin penelitian pedoman. Manfaat Sosialisasi Perpajakan agar mempunyai pengetahuan arti membayar pajak dan menambah kepatuhan wajib pajak. Permasalahan yang harus diselesaikan dalam bidang tugas adalah masih banyak pelaku bisnis online yang hampir tidak paham dengan hadirnya tarif bisnis internet karena tidak adanya konsistensi para pelaku bisnis online sehingga menyebabkan rendahnya kesiapan untuk membayar biaya.

Pajak merupakan sumber penerimaan negara. Alhasil, penerapan aturan pajak paten bagi pemilik usaha berbasis e-commerce akan mampu mendongkrak angka pendapatan negara dengan meningkatkan perdagangan elektronik. Permasalahan yang harus diselesaikan dalam bidang tugas adalah masih banyak pelaku bisnis online yang hampir tidak paham dengan hadirnya tarif bisnis internet karena tidak adanya konsistensi para pelaku bisnis online sehingga menyebabkan rendahnya kesiapan untuk membayar biaya

Direktorat Jenderal Pajak menyelesaikan upaya atau mengarahkan latihan yang bermaksud memberikan pemahaman kepada masyarakat luas mengenai aturan tugas di Indonesia (Herryanto dan Toly, 2013). Sosialisasi perpajakan merupakan pengembangan dilakukan oleh bagian penggunaan untuk memberikan data yang diharapkan dapat menumbuhkan informasi dan data dalam suasana umum untuk meningkatkan kesadaran dalam memenuhi tanggung jawab komitmen. Riset dari Kamarudin dan Suprapti (2017) Sosialisasi perpajakan merupakan pengembangan dilakukan oleh bagian penggunaan untuk memberikan data yang diharapkan dapat menumbuhkan informasi dan data dalam suasana umum untuk meningkatkan kesadaran.

Keadaan saat ini adalah banyak pengguna *e-commerce* orang-orang yang berkumpul tinggi belum mengungkapkan tugas dan gajinya. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Kementerian Keuangan meminta salah satu pelaku *e-commerce* untuk membayar pajak, senilai Rp, 35 juta. Diketahui pula pedagang *e-commerce* tersebut belum mempunyai NPWP, 2 tahun tidak membayar pajak. Pajak merupakan sumber penerimaan negara. Alhasil, penerapan aturan pajak paten bagi pemilik usaha berbasis e-commerce akan mampu mendongkrak angka pendapatan negara dengan meningkatkan perdagangan elektronik. Permasalahan yang harus diselesaikan dalam bidang tugas adalah masih banyak pelaku bisnis online yang hampir tidak paham dengan hadirnya tarif bisnis internet karena tidak adanya konsistensi para pelaku bisnis online sehingga menyebabkan rendahnya kesiapan untuk membayar biaya.

Pemerintah menambah keinginan pelaku UMKM diharapkan membayar biaya yang terutang dengan mempertimbangkan kembali pengaturan tarif pajak masuk dalam penerapan penggantian Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 mengambil alih peran dari Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013. Pedoman Pemerintah (PP) No 55 Tahun 2022 mengenai penyatuan penyusunan di sektor pajak penghasilan, diberlakukan tarif Pajak Penghasilan (PPh) final sebesar 0,5 persen untuk UMKM. Tarif ini hanya dikenakan kepada wajib pajak orang pribadi yang memiliki usaha dengan omzet tahunan lebih dari Rp 500 juta dan maksimal Rp 4,8 miliar. Kepatuhan wajib pajak penting untuk menghitung kerangka pengeluaran di Indonesia berlaku *self assessment system*. Sebuah siklus yang menyerahkan keyakinan dan kepatuhan bagi warga negara untuk ikut serta dalam mendaftarkan diri untuk mendapatkan NPWP dan mengurus sendiri semua pelaksanaan tugas, metodologi ini dikumpulkan melalui evaluasi diri jika masyarakat umum memiliki informasi biaya tinggi dan disiplin.

Riset ini merupakan kombinasi yang pernah dilakukan oleh Mawaddah, Zirman, dan Abdurrahman (2023) berjudul “Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaranajib Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-commerce* (Studi pada Pelaku Usaha UMKM yang Menggunakan Layanan *E-commerce* di Kota Pekanbaru). Hal ini membedakan pada riset penulis dengan penulis sebelumnya yakni adanya menunjukkan bahwa Sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak pada kepatuhan wajib pajak UMKM yang menggunakan layanan e-commerce. Supaya kepatuhan wajib pajak

dapat tercapai dengan baik dan warga pada umumnya bagi warga negara mendapatkan komitmen tugasnya, lalu warga negara tertentu harus mengetahui pedoman pengeluarannya. Oleh karena itu, perlu adanya aktivitas bagi masyarakat luas untuk lebih sadar dan memahami pemungutan pajak, khususnya melalui sosialisasi. Sementara itu, pemahaman mengenai perpajakan dan tarif pajak masuk sangat mempengaruhi konsistensi warga UMKM dalam menggunakan administrasi bisnis berbasis internet.

### **KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

Konsep atribusi dikembangkan oleh Fritz Heider pada tahun (1958) berarti bahwa kombinasi kekuatan internal akan menentukan perilaku seseorang. Teori ini mengacu pada bagaimana seseorang menjelaskan mengapa perilaku orang lain atau dirinya sendiri yang akan ditentukan. Penyebabnya bisa muncul dari sumber batin seperti sifat, watak, sikap, dan lain-lain atau sebaliknya sumber luar, misalnya tekanan situasional atau keadaan tertentu yang dapat mempengaruhi cara seseorang bertindak.

Dalam teori ini, *dispositional attributions* dan *situasional attributions* disebut sebagai atribusi situais yang mempengaruhi perilaku seseorang. *Dispositional attributions* adalah alasan batin yang menyinggung bagian-bagian cara berperilaku individu yang ada dalam diri individu, misalnya karakter, kearifan diri, kapasitas, dan inspirasi. Namun, penyebab *situasional attributions* atau di sisi lain penyebab luar mengacu pada iklim umum yang dapat memengaruhi perilaku, seperti keadaan sosial, pedoman sosial, dan perspektif lingkungan sekitar.

Dengan demikian, semua keputusan dan tindakan individu akan dipengaruhi oleh aspek internal dan eksternal. Dalam penelitian ini, unsur sosialisasi perpajakan dan tarif pajak masuk merupakan variabel luar yang mempengaruhi cara berperilaku individu, khususnya wajib pajak. Namun, variabel yang berkaitan dengan pengertian pemahaman perpajakan dan kesadaran wajib pajak penting untuk memberikan dampak pada warga. Sesuai teori atribusi, baik pihak dalam maupun luar sama-sama berperan dalam menjalankan kepatuhan perpajakan.

### **Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Istilah dalam sosialisasi pajak mengacu pada proses penyebaran informasi mengenai pajak bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat atau orang wajib pajak tentang pajak dan meningkatkan pengetahuan dan pematuhan. Wajib pajak dapat lebih memahami pengaturan peraturan dan pedoman tugas melalui sosialisasi retribusi, tindakan sosialisasi pajak harus dilakukan secara efisien dan tepat sasaran agar dapat mencapai tujuan tersebut. Berharap dengan sosialisasi, para wajib pajak akan meningkatkan kepatuhan pajak, ukuran bisnis, dan pengetahuan tentang pajak, sehingga menghasilkan pendapatan pajak yang lebih baik. Wajib pajak tentunya harus memahami peraturan perpajakan supaya kepatuhan orang Wajib Pajak dapat maksimal, warga secara keseluruhan dapat mencapai kepatuhan yang maksimal, dan masyarakat secara keseluruhan dapat memenuhi kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, upaya harus dilakukan agar masyarakat luas dapat mengetahui dan mengetahui pedoman retribusi, terutama melalui sosialisasi Mawaddah, Zirman, dan Abdurrahman (2023).

Dalam penelitian ini, kepatuhan wajib pajak ialah satu dari faktor luar yang menentukan perilaku individu, dan variabel sosialisasi perpajakan adalah salah satunya. Menurut teori atribusi, baik pihak internal maupun eksternal berpartisipasi secara dinamis dalam melaksanakan konsistensi warga negara. Karena terdapat hubungan antara faktor bebas dan hipotesis atribusi, maka hipotesis ini digunakan dalam penelitian. Berdasarkan pernyataan di atas, maka H1 dapat dijelaskan sebagai di bawah ini:

## **H<sub>1</sub>: Sosialisasi perpajakan pengaruh pada kepatuhan wajib pajak UMKM**

### **Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Ketika masyarakat mulai memahami manfaat pajak, mereka bisa menjadi lebih berhati-hati dalam ketetapan pajak. Salah satu bentuk Perilaku individu yang ditunjukkan sendiri oleh orang yang membayar pajak disebut kesadaran wajib pajak. dan keadaannya saat ini. Orang membayar pajak yang sadar harus memenuhi kewajibannya tanpa mempertimbangkan manfaatnya, melainkan benar atau salahnya pilihan yang diambil (Mawaddah, Zirman, & Abdurrahman, 2023). Dari perspektif ini, tindakan wajib pajak dipengaruhi oleh norma-norma sosial dan budaya serta keyakinan moral dan etika mereka. Selanjutnya, dengan kewaspadaan yang tinggi, konsistensi yang dibutuhkan akan meningkat. Dalam penelitian ini, variabel kesadaran orang membayar pajak merupakan variabel yang berdasar dari dampak batin warga itu sendiri. Dalam teori atribusi, baik pertemuan di dalam maupun di luar secara efektif berperan dalam menjalankan konsistensi warga. Karena ada hubungan antara variabel independen dan teori atribusi, jika penelitian ini menggunakan teori tersebut. Jika perilaku seseorang dianggap disebabkan oleh faktor-faktor luar atau jika seseorang dianggap telah dipaksa berperilaku demikian oleh keadaan tertentu, itu disebut perilaku yang disebabkan secara eksternal.

Faktor kesadaran perpajakan berharap bisa memperbaiki kepatuhan pajak. Kesadaran wajib pajak adalah kecenderungan setiap warga negara untuk memenuhi komitmen angsuran penilaiannya untuk mencapai kemampuan pengeluaran yang ideal. Jadi, keinginan yang dimiliki setiap warga negara datang dari hatinya. lebih banyak kesadaran wajib pajak, lebih banyak kepatuhan mereka untuk memenuhi kewajiban pajaknya. Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan, maka H<sub>2</sub> dinyatakan dengan cara berikut:

## **H<sub>2</sub>: Kesadaran perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM**

### **Pengaruh Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Pengertian pemahaman pajak ialah perjalanan warga mengenal pemungutan pajak dan menerapkan informasi tersebut kepada masyarakat. Jika ada yang memahami tarif, maka akan terjadi peningkatan konsistensi warga. Salah satu modelnya adalah bagaimana warga negara memahami SPT, berbuat baik, dan lain-lain. Akan ada peningkatan kepatuhan wajib pajak dengan asumsi seseorang selalu mengetahui pedoman pengeluaran. Apabila seorang membayar pajak tidak melakukan kewajibannya wajib pajak akan mengetahui adanya sanksi administratif dan kesalahan jika melaporkan SPT dan NPWP orang-orang yang memahami pedoman retribusi pasti akan menjadi warga negara yang benar-benar memahaminya Febri dan Sulistyani (2019).

Dengan asumsi warga negara memahami hak-hak istimewa dan komitmen mereka, mereka akan memahami apa yang harus mereka lakukan. Semakin banyak warga yang mengetahui pengeluaran, semakin mereka setuju. Teori atribusi menambah pengaruh perhitungan pemungutan pajak terhadap konsistensi warga pelaku UMKM bisnis internet dengan komitmen penilaiannya. Pemahaman perpajakan merupakan faktor-faktor yang berasal dari pajak. Menurut teori atribusi, baik pihak internal maupun eksternal berpartisipasi secara aktif pada pelaksanaan kepatuhan wajib pajak. Karena terdapat hubungan antara faktor bebas dan hipotesis atribusi, maka hipotesis ini digunakan dalam penelitian. Berdasarkan pernyataan di atas, maka H<sub>3</sub> dinyatakan di bawah ini:

## **H<sub>3</sub>: Pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM**

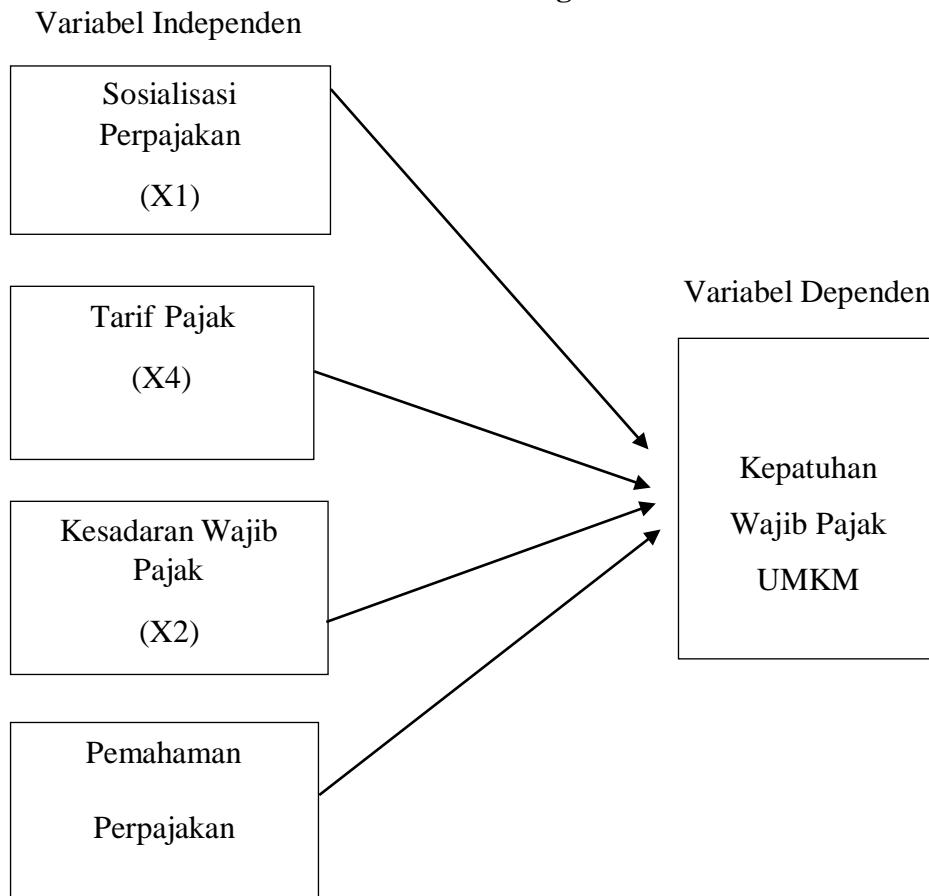
### Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Tingkat pajak yaitu sumber pengeluaran menilai berapa besar bea masuk harus dibayar kepada negara. Ketetapan Pemerintah Nomor 30 Tahun 2020 terkait Penyesuaian Tingkat Pajak Penghasilan Bagi Wajib Pajak Badan Dalam Negeri, dengan penurunan tarif PPh Badan turun menjadi 22 persen dari sebelumnya 25 persen. Tarif bea harus didasarkan pada keyakinan bahwa tiap orang mempunyai hak yang setara sehingga tingkat penilaian relatif dapat dicapai. Hal ini berkaitan dengan berapa besarnya bea masuk yang dibayarkan menurut tarif penilaian.

Dalam penelitian ini tarif pajak termasuk faktor luar berpengaruh perilaku individu, seperti wajib pajak dalam kejadian ini. Dalam menyampaikan teori daya pikul, tarif pajak juga diingat untuk teori ini. Setiap pajak akan dilimpahkan berdasarkan daya pikul masing-masing karena ada pajak yang mengenakan dan tarif pajak yang ditetapkan berdasarkan jumlah omzet bisnis. Berdasarkan landasan rincian di atas, kesimpulannya H4 dapat dinyatakan sebagai berikut:

**H4: Tarif pajak pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM**

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**



*Sumber: Data Yang Diolah, 2023*

## METODE PENELITIAN

### Variabel Penelitian

Bagian ini akan menjelaskan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel yang dimaksud terdiri dari variabel dependen dan variabel independen.

### **Variabel Dependen**

Variabel bebas pada penelitian merupakan Kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak dicirikan sebagai kepuasan terhadap mitmen pengeluaran oleh wajib pajak untuk menambah kemajuan negara sebagaimana dianggap normal jika dipenuhi dengan sengaja. Keberlanjutan patuh terhadap perpajakan sangat krusial karena metode perpajakan di Indonesia mengadopsi sistem *Self Assesment system*, menyerahkan kepastian penuh pada pemungut pajak untuk mengerjakan, melaksanakan pembayaran dan melaporkan tanggung jawab. Pengukuran kepatuhan wajib pajak menggunakan survey yang terdiri dari delapan pertanyaan yang diberikan kepada responden wajib pajak UMKM layanan berbasis e-commerce di Kabupaten Jepara. Dalam penilaian menggunakan skala likert dengan empat jawaban alternatif. Dengan melakukan analisis deskriptif menggunakan SPSS 23 pada variabel ini.

### **Variabel Independen**

Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, pemahaman perpajakan, dan tarif pajak.

### **Sosialisasi Perpajakan**

Sosialisasi perpajakan ialah kegiatan pengarahan pajak memainkan peran penting dalam hasil upaya pengeluaran untuk semua warga negara. Dalam pengukuran variabel sosialisasi perpajakan pada studi ini dilakukan dengan cara *Cronbach Alpha*. Nilai *alpha* dianggap baik untuk reliabilitas, dengan nilai antara 0,8 dan 1, nilai antara 0,6 sampai 0,79 diartikan setuju, dan nilai kurang dari 0,6 diartikan sebagai kurang reliabilitas. Nilai *alpha* 0,829.

### **Kesadaran Wajib Pajak**

Kesadaran wajib pajak adalah apa yang terjadi dimana masyarakat mendapatkannya dan mengetahui tentang komitmen untuk mengikuti pedoman pengeluaran yang relevan sehingga mereka dapat menyelesaikan komitmen tugas dengan sukarela. Pengukuran dengan cara *Cronbach Alpha*.

### **Pemahaman Perpajakan**

Pemahaman perpajakan ialah langkah wajib pajak mempelajari dengan mengikuti ketentuan perpajakan, perundangan, dan prosedur untuk membayar pajak, mengajukan pengembalian pajak, dan aktivitas terkait perpajakan lainnya. Pengukuran dengan cara *Cronbach Alpha*. Penjelasan Nilai *alpha* antara 0,8 hingga 1 ditetapkan sebagai kualitas yang sangat baik, nilai *alpha* antara 0,6 hingga 0,79 ditetapkan cukup, dan nilai *alpha* di bawah 0,6 diklasifikasikan seperti buruk.

### **Tarif Pajak**

Menurut Nadia, M.Sodik, dan Khojanah (2022) Tarif pajak adalah angka nyata yang tidak ditetapkan dan diarahkan oleh otoritas publik tanpa menimbulkan kerugian apa pun dan kemudian menjadi komitmen warga negara untuk membayar sesuai dengan jumlah dan perkiraan nyata yang berlaku untuk menciptakan keadilan dan bekerja pada negara. bantuan pemerintah kepada masyarakat. Pengukuran dengan *Cronbach Alpha*. Tarif pajak nilai *alpha* 0,615 dengan batas reliabilitas 0,6. Klarifikasi nilai *alpha* antara 0,8 hingga 1 ditetapkan sebagai ketergantungan yang besar, nilai *alpha* di sela-sela 0,6 sampai 0,79 diatur sebagai diterima, dan nilai *alpha* kurang dari 0,6 ditetapkan tidak optimal.

### **Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini populasi data yang dipakai adalah wajib pajak UMKM yang menggunakan layanan e-commerce di Kabupaten Jepara. Dalam mengambil sampel riset menerapkan strategi pemilahan sampel *non-probability sampling* menggunakan metode *voluntary sampling*. Dikarenakan kesulitan mencari responden untuk keperluan pengujian riset, maka *voluntary sampling* digunakan untuk penelitian sampel. Riset menggunakan pemilihan sampel yang tidak mungkin, dengan tujuan agar setiap individu dari sekumpulan tidak mempunyai kesempatan sama untuk dibagikan ke suatu subset. Karena hanya 31 kuesioner dari 50 sampel yang dikembalikan yang bisa ditangani, maka responden dalam riset ini berjumlah 31 orang.

### Metode Analisis

Dalam pemeriksaan ini menggunakan jenis strategi penyelidikan informasi faktual analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda ialah metode statistik yang digunakan sebagian variabel penyampaian untuk memprediksi hasil dari variabel respon. Pada penelitian digunakan program SPSS versi 23 untuk menganalisis data. Berikut uji analisis regresi linier berganda, yaitu:

1. Homogenitas varians
2. Independensi observasi

Model persamaan untuk menghitung regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

- Y : Kepatuhan wajib pajak UKM  
X 1 : Sosialisasi perpajakan  
X2 : Kesadaran wajib pajak  
X3 : Pemahaman perpajakan  
X4 : Tarif pajak  
a : nilai konstanta  
b : nilai koefisien regresi  
e : Tingkat kesalahan (error)

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang telah didistribusikan sebanyak 31 kuesioner untuk 31 responden. Kuesioner ini mulai didistribusikan pada tanggal 17-23 Desember 2023. Kuesioner tersebut didistribusikan langsung kepada responden dengan menyebarkan melalui *link google form* yang dibuat oleh peneliti.

**Tabel 1 Hasil Pengumpulan Data**

Keterangan	Jumlah Data
Kuesioner yang disebar	31
Kuesioner yang kembali	31
Kuesioner yang tidak kembali	-
Kuesioner yang tidak memenuhi kriteria	-
Kuesioner yang bisa diolah	31

Sumber: Data Yang Diolah, 2023

### Analisis Statistik Deskriptif

Dalam melihat persebaran data penelitian maka dilakukan uji analisis statistik deskriptif. Analisis ini menjelaskan mengenai data yang didapat dengan melihat nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standar deviasi.

**Tabel 2**  
**Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

Variabel	Jumlah Responden	Minimum	Maximum	Mean	Standar Deviasi
Sosialisasi pajak	31	21.00	32.00	27.5484	3.57621
Kesadaran WP	31	29.00	36.00	32.9355	2.33717
Pemahaman pajak	31	23.00	32.00	26.6129	2.66680
Tarif pajak	31	15.00	20.00	16.6129	2.21626
Kepatuhan WP	31	20.00	32.00	25.6452	2.99498
Valid N (listwise)	31				

*Sumber Data Yang Diolah, 2023*

Berdasarkan pada Tabel 2 dapat diketahui variabel Sosialisasi Perpajakan diperkirakan menggunakan polling terdiri dari 8 pertanyaan diberikan kepada 31 responden warga UMKM yang memanfaatkan bantuan e-commerce di Kabupaten Jepara. Menggunakan penilaian skala likert dengan empat jawaban alternatif. Dengan menggunakan SPSS 23 hasil akhir analisis deskriptif pada variabel ini, teridentifikasi nilai minimum sebesar 21, nilai maksimum sebesar 32 rata-rata sebesar 27,5484, dan standar deviasi sebesar 3,576.

Variabel kesadaran perpajakan diukur dengan memanfaatkan polling berupa 9 pertanyaan yang diberikan kepada 31 responden warga UMKM yang memanfaatkan bantuan e-commerce di Kabupaten Jepara. Menggunakan penilaian skala likert dengan empat jawaban alternatif. Dengan menggunakan SPSS 23 hasil analisis deskriptif pada variabel ini diperoleh nilai terkecil pada data ini adalah 29, sementara nilai tertinggi mencapai 36, rata-rata dari data tersebut adalah 32,9355, dan standar deviasi sebesar 2,337.

Variabel Pemahaman pajak diperkirakan diukur melalui angket terdiri dari 8 pertanyaan yang diberikan kepada 31 responden wajib pajak UMKM menggunakan layanan berbasis e-commerce di Kabupaten Jepara. Dalam penilaian menggunakan skala likert dengan empat jawaban alternatif. Dengan menggunakan SPSS 23 hasil analisis deskriptif pada variabel ini diperoleh nilai minimum sebesar 23, nilai maksimum mencapai 32, rata-rata sekitar 26,6129, dan standar deviasi sekitar 2,666.

Variabel Tarif Pajak diukur menggunakan angket yang terdiri 5 hal pertanyaan yang diberikan kepada responden wajib pajak UMKM pada layanan e-commerce di Kabupaten Jepara. Dalam penilaian menggunakan skala likert dengan empat jawaban alternatif. Dengan menggunakan SPSS 23 hasil analisis deskriptif diperoleh nilai terendah sekitar 15, dan nilai tertinggi sebesar 20 pada variabel ini. Rata-rata dari data tersebut adalah 16,6219, dengan standar deviasi sebesar 2,216.

Variabel dependen Kepatuhan perpajakan UMKM diukur dengan menggunakan survey yang terdiri dari delapan pertanyaan yang diberikan kepada responden wajib pajak UMKM layanan berbasis e-commerce di Kabupaten Jepara. Dalam penilaian menggunakan skala likert dengan empat jawaban alternatif. Dengan melakukan analisis deskriptif menggunakan SPSS 23 pada variabel ini, didapatkan nilai minimum sebesar 20, nilai maksimum sekitar 32, dan rata-rata sebesar 25,6452, dan standar deviasi sekitar 2,994.



### Pembahasan Hasil Penelitian

#### Uji Normalitas

Informasi yang memiliki distribusi mendekati normal menunjukkan bahwa model regresi berfungsi dengan baik. Alat uji Kolmogorov Smirnov dapat digunakan untuk menguji apakah model regresi memiliki distribusi yang baik atau mendekati distribusi normal. Mengkomparasikan probabilitas yang didapat dengan tingkat signifikansi 0,05, data dianggap memiliki distribusi normal jika nilai signifikansi perhitungan melebihi 0,05.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Residu Tidak Standar
N		31
Parameter biasa <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.28106572
Perbedaan yang paling Ekstrem	Absolute	.137
	Positive	.137
	Negative	-.135
Statistik Uji		.137
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145 <sup>c</sup>

Sumber: Data Yang Diolah

Pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* mempunyai nilai probabilitas, yakni 0,145 melebihi tingkat 0,05, kesimpulannya adalah bahwa data dalam penelitian ini menunjukkan distribusi yang normal.

#### Uji Multikolinearitas

Pada riset ini menerapkan untuk melihat bagaimana variabel independen saling berhubungan, atau lebih spesifiknya, bagaimana caranya satu variabel independen membantu menjelaskan variabel independen tambahan lainnya. Pengujian multikolinearitas melibatkan evaluasi nilai toleransi dan VIF.

**Tabel 4**  
**Uji Multikolinearitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.311	15.043		.220	.828		
	Sosialisasi Pajak	.362	.202	.404	1.794	.085	.439	2.277
	Kesadaran WP	.164	.171	.209	.958	.347	.468	2.136
	Pemahaman Pajak	.107	.165	.123	.649	.522	.621	1.609
	Tarif Pajak	.245	.726	.058	.338	.738	.755	1.325

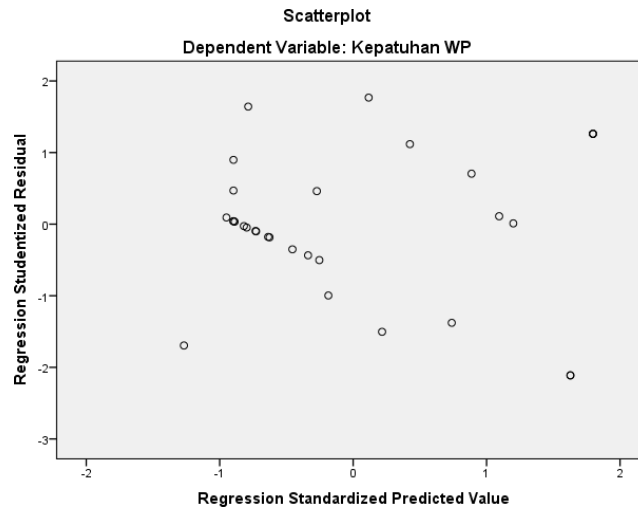
Sumber: Data Yang Diolah, 2023

Pada tabel diatas dijelaskan jumlah toleransi individu variabel adalah 0,1 dan VIF memiliki nilai di baah 10. Jadi jika tidak muncul multikolinearitas antara tiap variabel independen yang diuji.

### Uji Heterokedastisitas

Apabila terdapat titik-titik kecil yang membentuk pola khusus pada *scatterplot*, hal ini menunjukkan adanya regresi kesalahan. Apabila ada fokus yang hilang yang tidak memberikan contoh spesifik, itu berarti kekambuhannya tidak mengganggu. heterokedastisitas. Berikut gambar grafik.

**Gambar 1 Grafik Scaterrplot**



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3.311	15.043	

*Sumber: Data Yang Diolah, 2023*

Menurut grafik pada gambar di atas, titik tersebar secara bebas dan menyebar nilai 0 pada poros Y. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam kerangka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat tanda- tanda heterokedastisitas.

### Analisis Regresi linear berganda

Hasil dari persamaan regresi linear berganda yang dilihat berikutnya.

**Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Sosialisasi Pajak	.362	.202	.404
Kesadaran WP	.164	.171	.209
Pemahaman Pajak	.107	.165	.123
Tarif Pajak	.245	.726	.058

Sumber: Data Yang Diolah, 2023

Dalam pencapaian analisis regresi linear dirumuskan persamaan regresi di bawah ini:

$$Y = 3,311 + 0,362X_1 + 0,164X_2 + 0,107X_3 - 0,245X_4 + e$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut memiliki pengertian di bawah ini:

$b_0$  = Angka konstanta ditemukan adalah 3,311 yang mengindikasikan bahwa jika Sosialisasi pajak ( $X_1$ ), Kesadaran perpajakan ( $X_2$ ), Pemahaman pajak ( $X_3$ ), dan Tarif Pajak ( $X_4$ ) dianggap nol, maka nilai Kepatuhan perpajakan ( $Y$ ) akan tetap pada angka 3,311.

$b_1$  = Koefisien Regresi untuk variabel Sosialisasi Pajak ( $X_1$ ) menunjukkan angka positif sebesar 0,36. Ini berarti bahwa jika variabel Sosialisasi Perpajakan ( $X_1$ ) jika mengalami peningkatan sekitar 1%, maka tingkat kepatuhan pajak ( $Y$ ) juga akan meningkat sekitar 0,362.

$b_2$  = Koefisien Regresi untuk variabel Kesadaran Perpajakan ( $X_2$ ) menunjukkan nilai positif sekitar 0,164. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan sebesar 1% pada unsur Kesadaran perpajakan ( $X_2$ ) akan menghasilkan peningkatan pada Kepatuhan perpajakan ( $Y$ ) sebesar 0,164.

$b_3$  = Koefisien Regresi untuk variabel Pemahaman Pajak ( $X_3$ ) menunjukkan nilai positif sebesar 0,107. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan sebesar 1% pada unsur Pemahaman Perpajakan ( $X_3$ ) akan menghasilkan peningkatan pada Kepatuhan perpajakan ( $Y$ ) nilainya 0,107.

$b_4$  = Koefisien Regresi untuk variabel Tarif Pajak ( $X_4$ ) menunjukkan nilai positif sebesar 0,245. Berarti bahwa kenaikan sebesar 1% pada variabel Tarif Pajak ( $X_3$ ) berdampak pada peningkatan Kepatuhan perpajakan ( $Y$ ).

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji kelayakan mengevaluasi kapasitas model menjelaskan variasi variabel independent disebut dengan koefisien determinasi. Interpretasi: Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati satu atau nilai  $R^2$  meningkat, sehingga peningkatan secara bersama dari variabel dependen pada variabel independen terjadi. Oleh karena itu, model ini dianggap sesuai atau memadai.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 <sup>a</sup>	.420	.331	2.45026

Sumber: Data Yang Diolah, 2023

Pada tabel di atas menyampaikan maka pengujian koefisien determinasi diperoleh Adjusted R Square memiliki nilai sebesar 0,331, menunjukkan bahwa variabel sosialisasi pajak ( $X_1$ ) memberikan kontribusi dalam menjelaskan variasi pada data.

Kesadaran perpajakan, pemahaman perpajakan, dan tarif pajak menyebabkan perubahan nilainya 33% dalam kepatuhan perpajakan dan tersisa 67% dinyatakan variabel yang tidak termasuk dalam model pada riset ini.

**Uji Simultan (Uji F)**

Pengecekan secara bersamaan (uji f) menguji signifikansi keseluruhan model regresi, dengan tujuan menentukan apakah koefisien regresi digunakan pada analisis ini secara signifikan berpengaruh.

$$\text{Rumus } F_{\text{tabel}} = F(k ; n - k) = F(4 ; 27) = 2,73$$

**Tabel 7 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	112.999	4	28.250	4.705	.005 <sup>b</sup>
Residual	156.098	26	6.004		
Total	269.097	30			

Sumber: Data Yang Diolah, 2023

Dalam tabel 6 menunjukkan perhitungan uji simultan (uji F) mengetahui jumlah signifikansi akan berpengaruh X1, X2, X3, X4 secara bersamaan pada Y sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 4,705 melebihi nilai  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,73, ini menunjukkan bahwa hasil uji statistik tersebut signifikan secara statistik.

**Hasil Uji T**

Tujuan uji T memutuskan apakah mempunyai dampak tidak parsial dijadikan variabel (X) terhadap variabel (Y). Pengkajian ini menggunakan dengan dua sisi, seperti yang dilakukan untuk menguji hipotesis. Kriteria pengujian berikutnya digunakan untuk melakukan evaluasi ini.  $T_{\text{tabel}} = t(a/2; n-k-1) = t(0,025 ; 26) = 2,053$

**Tabel 8 Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.311	15.043		.220	.828
Sosialisasi Pajak	.362	.202	.404	1.794	.085
Kesadaran WP	.164	.171	.209	.958	.347
Pemahaman Pajak	.107	.165	.123	.649	.522
Tarif Pajak	.245	.726	.058	.338	.738

Sumber: Data Yang Diolah, 2023

**Tabel 9 Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis	T	Sig.	Keterangan
Sosialisasi Perpajakan	1,794	0,085	Ditolak
Kesadaran Wajib Pajak	0,958	0,347	Ditolak
Pemahaman Perpajakan	0,649	0,522	Ditolak
Tarif Pajak	0,338	0,738	Ditolak

Sumber: Data Yang Diolah, 2023

### **Pengaruh Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Peroleh dari penelitian sesuai apa yang telah dihipotesiskan memiliki arti bahwa H<sub>1</sub> ditolak. Dengan demikian, disimpulkan bahwa peningkatan efektivitas sosialisasi pajak akan membawa manfaat positif dengan tingkat kepatuhan perpajakan UMKM. Ini bisa dijelaskan oleh kenyataan bahwa penyebaran informasi perpajakan yang lebih efektif mempermudah penerapannya di kalangan masyarakat, khususnya di kalangan usaha UMKM yang menggunakan layanan berbasis *e-commerce*. Kegiatan sosialisasi harus lebih efektif dan efisien karena kepatuhan perpajakan selalu ditingkatkan dengan cara yang mudah dilakukan H<sub>1</sub> sesuai pada teori yang diterapkan dalam pemeriksaan ini, khususnya teori atribusi. Sosialisasi perpajakan merupakan variabel luar yang mempengaruhi cara berperilaku individu, khususnya orang yang membayar pajak UMKM. Ditemukannya sosialisasi perpajakan, wajib pajak akan diberikan informasi semua pedoman pengeluaran material sehingga warga yang memiliki data tagihan akan setia dalam membayar penilaian karena mereka tahu pentingnya membayar tagihan dengan baik. Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Indah M (2023) menyatakan bahwa sosialisasi pajak berdampak signifikan kepatuhan wajib pajak UMKM.

### **Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Temuan ini tidak sesuai dengan hipotesis yang menyatakan H<sub>2</sub> dan hasil riset menolak hipotesis tersebut. Dengan demikian dapat dijelaskan jika pemungut pajak memahami kewajibannya membayar pajak, maka akan menjadi orang yang membayar pajak yang patuh, namun tidak menghasilkan signifikan. Hal ini karena sebagian pelaku UMKM yang menggunakan layanan *e-commerce* belum mempunyai kesadaran untuk membayar pajak dan belum memiliki NPWP, sehingga pengetahuan tentang kesadaran wajib pajak UMKM kurang baik. Studi yang mendukung riset ini adalah teori atribusi yang menjelaskan kesadaran pajak ialah bagian yang datang dari dampak internal pembayar pajak. Hasil dari penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Nadia Melinda (2022) mengungkapkan bahwa kesadaran perpajakan memberikan dampak negatif tetapi signifikan pada kepatuhan wajib pajak. Sedangkan hasil dari studi ini berpengaruh positif dan tidak signifikan.

### **Pengaruh Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Hasil pemahaman pajak memiliki pengaruh positif, namun tidak bermakna terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Temuan dari penelitian ini tidak sesuai hipotesis yang menyatakan H<sub>3</sub>, yang artinya H<sub>3</sub> ditolak. Hal ini disebabkan adanya kurang pemahaman tentang pengetahuan pajak bagi pelaku UMKM menggunakan layanan *e-commerce*. Teori yang mendukung penelitian ini yaitu teori atribusi, menjelaskan pemahaman perpajakan merupakan komponen berasal dari pengaruh internal pemungut pajak itu sendiri. Hasil dari studi ini mengalami perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Investigasi yang dijalankan oleh Firda Ayu (2022) menyatakan bahwa pemahaman mengenai pajak berdampak positif dan bermakna terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, penelitian ini menunjukkan dampak positif, tetapi tidak bermakna terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

### **Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib UMKM**

Tarif pajak berkontribusi secara positif, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepatuhan perpajakan UKM. Pemutusan dari riset ini tidak berimbang pada dihipotesiskan yang berarti H<sub>4</sub> ditolak. Oleh karena itu, hal itu cenderung masuk akal pemahaman atas setiap orang mempunyai keistimewaan serupa maka tercapainya tarif pajak yang layak, perkara ini terkait seberapa besar biaya yang dikeluarkan sesuai dengan tarif pajak tersebut. Hasil dari penelitian terhadulu ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dilakukan oleh Indah Mawaddah (2023) menyatakan bahwa tarif pajak negative dan tidak berpengaruh.

## **KESIMPULAN**

Berhubungan dengan penelitian yang telah dibahas, maka terdapat adanya pengaruh positif dan signifikan pada H<sub>1</sub> yaitu sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan perpajakan UMKM pada pelaku usaha yang menggunakan layanan *e-commerce*. Terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan pada H<sub>2</sub> yaitu kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib

pajak UMKM pelaku usaha yang menggunakan layanan e-commerce, pada pelaku usaha belum mempunyai kesadaran membayar pajak dan memiliki memiliki NPWP. Selanjutnya H3 yaitu pemahaman perpajakan ber[engaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM e-commerce, hal ini sebagian besar responden belum memahami adanya pengetahuan tentang perpajakan. Terakhir H4 yaitu tarif pajak pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan tentang tarif pajak.

### Keterbatasan

Riset ini memiliki beberapa batasan, dengan rincian sebagai berikut:

1. Semua petunjuk setiap variabel diukur seharusnya disesuaikan dengan pernyataan dalam kuesioner.
2. Kurangnya jumlah responden. Seharusnya jumlah responden sesuai kuesioner yang disebar, karena adanya keterbatasan waktu data yang terkumpul hanya 31 responden. Data yang disebar 50 responden.
3. Kurangnya responden dalam penelitian ini tidak di verifikasi terkait kepemilikan NPWP, dan tidak adanya laporan keuangan.

### REFERENSI

- Agung Putro, A. H. (2021). PENGARUH PEMERIKSAAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DI INDONESIA. *journal.ugm.ac.id*, 5.
- Arum, H. P. (2012). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Pajak Kepada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Usaha dan Pekerjaan Bebas (Studi Wilayah KPP Pratama Cilacap). *Undip Journal*, 15-63.
- Brown, R. E., & Mazur, M. J. (2003). IRS's Comprehensive Approach to Compliance Measurement. <https://www.irs.gov/pub/irs-soi/mazur>, 4-18.
- Febri, D., & Sulistyani, T. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Peraturan Perpajakan, Penghindaran Pajak, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *journal upstegal*, 18-26.
- Hasanah, R. A. (2016). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-commerce (Studi Kasus Pada Penguasa Online Shopping). *Doctoral dissertation*, 41-114.
- Herryanto, M., & Toly, A. A. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, kegiatan Sosialisasi Perpajakan, dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan di KPP Pratama Surabaya Sawahan. *neliti.com*, 127- 135.
- Mawaddah, I., Zirman, & Abdurrahman, R. (2023). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-commerce (Studi Pada Pelaku Usaha UMKM yang Menggunakan Layanan E-commerce di Kota Pekanbaru). *google scholar*, 26-33.
- Melinda, N. V., Sodik, M., & Hasan, K. (2022). Pengaruh Pemahaman Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-commerce (Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shop di Sidoarjo). *google scholar*, 1392-1403.
- Napisah, & Khuluqi, K. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pelaku E-commerce di Shopee. *Ekuitas*, 689-697.
- Nurmantu, S. (2005). *Pengantar Perpajakan*. Jakarta: Granit
- Peraturan, D. (2020, Juni 19). *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 30 Tahun 2022 tentang Penurunan Tarif Pajak Penghasilan bagi Wajib Pajak Badan Dalam Negeri*. Retrieved from Peraturan Pemerintah: LN.2020/NO.152, TLN NO.6530, JDIH.SETKAB.GO.ID : 7 HLM



- Puteri, M. A., & Lestari, T. U. (2023). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sanksi Pajak, dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Pengguna E-commerce Dalam Melengkapi Kewajiban Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik Bisnis Online Pada Marketplace Shopee di Kota Bandung). *openlibrarypublications*, 1283-1290.
- Shara, Y. (2021, Agustus 14). *Aspek Perpajakan dalam Bidang E-commerce*. Retrieved from Tarif Pajak E-commerce: [www.pajak.com/pwf/seberapa-besar-pengenaan-pajak-atas-transaksi-e-commerce](http://www.pajak.com/pwf/seberapa-besar-pengenaan-pajak-atas-transaksi-e-commerce)
- Winerungan, O. L. (2013). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Manado dan Bitung. *Jurnal EMBA*, 963-970.
- Zakia, F. A., Sugiarti, & Siddiq, F. R. (2022). Analisis Tingkat Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Pemungutan Pajak UMKM E-commerce Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha UMKM E-commerce di Kota Kudus). *journal stie*, 210-218