

**PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, MODERNISASI
ADMINISTRASI PERPAJAKAN, RELIGIUSITAS, DAN
NORMA SUBJEKTIF TERHADAP KEPATUHAN
WAJIB PAJAK PENJUAL E-COMMERCE**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Syarat-Syarat
Memenuhi Derajat Sarjana Akuntansi Program Studi Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta**

Disusun Oleh:

Ummi Marhammah

NIM : 20.22.0084

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
TAHUN 2024**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ummi Marhammah

NIM : 20.22.00.84

Program Studi : Akuntansi

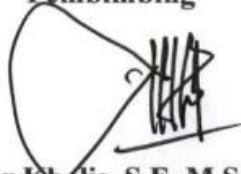
Judul : **Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Modernisasi Administrasi Perpajakan, Religiusitas, Dan Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual E-Commerce**

Disetujui dan disahkan:

Hari : Senin

Tanggal : 24 Juni 2024

Pembimbing



Nur Kholis, S.E., M.Sc.

NIDN. 0516048801

Mengetahui

Wakil Ketua STIE Surakarta



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

NIDN. 0606118902

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ummi Marhammah
NIM : 20220084
Program Studi : S1 Akuntansi
Judul : Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Modernisasi Administrasi Perpajakan, Religiusitas, Dan Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual E-Commerce

Skrripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Akuntansi.

Pada Hari : Selasa
Tanggal : 16 Juli 2024

Tim Penguji

Penguji I : Nur Kholis, S.E.,M.Sc.

Penguji II : Eko Triyanto, S.E.,M.M.

Tanda Tangan

()
()

Menjatuhi,

Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.
NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, MODERNISASI
ADMINISTRASI PERPAJAKAN, RELIGIUSITAS, DAN NORMA
SUBJEKTIF TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENJUAL E-
COMMERCE.**

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikakan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Karanganyar, 16 Juli 2024

Yang memberi pernyataan



Umami Marhammah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah:6)

“Pada akhirnya takdir Allah selalu baik. Walaupun terkadang perlu air mata untuk menerimanya”

(Umar Bin Khattab)

“Happiness is not something that you have to achieve. You can still feel happy during the process of achieving something”

(RM-BTS)

Persembahan

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT, Skripsi ini penulis persembahkan untuk Ibu tercinta, terima kasih atas doa, motivasi, dukungan dan kasih sayang yang tidak pernah henti hingga saat ini. Kedua kepada sahabat-sahabat penulis yang telah membantu, menemani, memberi semangat dan doa. Ketiga kepada diri penulis sendiri terima kasih karena sudah bertahan sejauh ini dan telah menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa terima kasih kepada para dosen yang telah membimbing penulis.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayat-Nya, sehingga penulisan skripsi yang berjudul, **“Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Modernisasi Administrasi Perpajakan, Religiusitas, Dan Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual E-Commerce”** ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penyusunan skripsi ini telah mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka karena itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto S.E.,M.M.,M.H. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Bapak Aditya Liliyan S.M.B.,M.M. selaku wakil Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Bapak Nur Kholis S.E.,M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, semangat dan dukungan untuk membimbing serta mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah mendidik penulis selama proses perkuliahan.
5. Kepada Ibu dan Adik tercinta serta keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan doa, semangat, motivasi dan dukungan.
6. Sahabat-sahabat yang telah selalu mendukung, membantu dan mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Responden dan semua pihak yang telah membantu dan mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki penulis, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Akhir kata, semoga hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat bermanfaat untuk perkembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Karanganyar, 16 Juli 2024

Ummi Marhammah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Teori Yang Relevan.....	11
1. <i>Grand Theory</i>	11
2. Pengertian Pajak	13
3. Fungsi Pajak	14
4. Wajib Pajak	15
5. Kepatuhan Wajib Pajak	15
6. <i>E-Commerce</i>	18
7. Sosialisasi Perpajakan	23

8. Modernisasi Administrasi Perpajakan.....	24
9. Religiusitas	25
10. Norma Subjektif.....	27
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	33
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Tempat dan Waktu	40
C. Sumber Data Penelitian	41
D. Populas dan Sampel.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	43
6 Definisi Operasional.....	44
7 Teknik Analisis Data.....	48
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	48
2. Uji Instrumen Data	48
3. Uji Asumsi Klasik	49
4. Analisis Data	51
5. Uji Hipotesis	52
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	54
A. Deskripsi Objek Penelitian	54
B. Identitas Responden	54
1. Jenis Marketplace	55
2. Lama Beroperasi.....	56
3. Omzet per Tahun	57
4. Kepemilikan NPWP	57
C. Analisis Data	58
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	58
2. Uji Instrumen Data	60
3. Uji Asumsi Klasik	63

4.	Analisis Regresi Linier Berganda	65
5.	Uji Hipotesis	67
D.	Pembahasan	71
BAB V PENUTUP		77
A.	KESIMPULAN	77
B.	SARAN	78
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 1.3 Jenis Marketplace	54
Tabel 1.4 Lama Beroperasi	55
Tabel 1.5 Omzet per Tahun	56
Tabel 1.6 Kepemilikan NPWP	56
Tabel 1.7 Statistik Deskriptif	57
Tabel 1.8 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 1.9 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 1.10 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 1.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 1.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 1.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	65
Tabel 1.14 Hasil Uji F	67
Tabel 1.15 Hasil Uji t	68
Tabel 1.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	33
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2. Data Responden.....	94
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	100
Lampiran 4. Hasil Uji Deskriptif	115
Lampiran 5. Analisis Statistik Deskriptif.....	116
Lampiran 6. Hasil Uji Instrumen Data.....	166
Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	119
Lampiran 8. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	121
Lampiran 9. Uji Hipotesis	122

ABSTRAK

Ummi Marhammah, 20.22.0084, 76 HALAMAN. PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, MODERNISASI ADMINISTRASI PERPAJAKAN, RELIGIUSITAS, DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENJUAL E-COMMERCE

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh sosialisasi perpajakan, modernisasi administrasi perpajakan, religiusitas, dan norma subjektif terhadap kepatuhan wajib pajak penjual *e-commerce*. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner untuk metode penarikan sampel menggunakan rumus Hair *et al.*, (2010) dimana sampel berjumlah 115 responden. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari uji instrumen data yaitu uji validitas dan reliabilitas dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Uji yang terakhir adalah uji hipotesis yang terdiri dari uji regresi linier berganda, uji simultan (Uji F), uji parsial (Uji t), dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan bantuan alat uji *IBM SPSS Statistics versi 25*.

Manfaat penelitian ini adalah menghasilkan data yang dapat dijadikan suatu informasi sebagai bahan evaluasi dan pengembangan maupun perbaikan bagi semua pihak yang membutuhkan. Hasil penelitian secara parsial yang menunjukkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak penjual *e-commerce*, sedangkan variabel modernisasi administrasi perpajakan dan norma subyektif tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak penjual *e-commerce*.

Kata Kunci: Sosialisasi Perpajakan, Modernisasi Administrasi Perpajakan, Religiusitas, Norma Subjektif, Kepatuhan Wajib Pajak, E-Commerce

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pajak adalah kontribusi rakyat kepada kas negara yang dapat dipaksakan berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan jasa timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Menurut fungsinya, pajak menjadi salah satu sumber penerimaan negara guna membiayai pengeluaran, baik pengeluaran rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berusaha memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara. Disini masyarakat berperan penting dalam pembangunan negara dengan meningkatkan kepatuhannya terhadap pembayaran pajak bagi wajib pajak.

Menurut Samba (2020) penerimaan pajak adalah sumber pendapatan yang diperoleh secara terus menerus dan dapat dikembangkan sesuai kebutuhan pemerintah dan kondisi masyarakat. Tidak hanya pada definisi di atas bahwa dana yang diperoleh di kas negara tersebut juga akan digunakan untuk memelihara kesejahteraan masyarakat. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Tahun Anggaran 2023 No 2 Pasal 1, disebutkan bahwa Pendapatan Negara adalah hak Pemerintah Pusat yang diakui sebagai penambahan

kekayaan bersih yang terdiri atas Penerimaan Perpajakan, Penerimaan Bukan Pajak, dan Penerimaan Hibah. Dengan demikian, penerimaan perpajakan menjadi penyumbang pendapatan negara terbesar.

Menteri Keuangan (Menkeu) Sri Mulyani Indrawati mengatakan bahwa penerimaan negara dari pajak telah mencapai Rp1.109,1 triliun hingga akhir Juli 2023. Dengan hal ini jumlah pajak yang dihasilkan sebesar 64,6% dari target Anggaran Pendapatan dan Belanja (APBN) 2023. Meskipun laju pertumbuhannya mengalami normalisasi, menkeu mengungkapkan kinerja penerimaan dari pajak hingga akhir Juli 2023 masih tumbuh positif. Capaian penerimaan ini tercatat tumbuh 7,8% secara tahunan (Kemenkeu.go.id, 2023).

Memasuki era globalisasi teknologi berperan besar dalam keberlangsungan hidup manusia. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya perkembangan teknologi itu sendiri. Peningkatan teknologi ditandai dengan adanya internet. Sebagian besar pengguna internet aktif menghabiskan waktunya lebih dari 5 (lima) jam per hari untuk mengakses internet, hampir setengah dari waktu mereka digunakan untuk mengakses sosial media. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Dengan capaian tersebut, Indonesia menjadi yang terbesar kedelapan secara global (databoks.katadata.co.id).

Terciptanya jaringan komputer terutama internet memberikan dampak yang besar dalam memudahkan hubungan antar pengguna internet di seluruh dunia.

Hubungan dalam bentuk komunikasi dan pertukaran data terjadi setiap saat. Adanya interaksi ini kemudian menimbulkan inovasi baru untuk mengalihkan kegiatan di dunia nyata ke dalam internet, salah satunya adalah kegiatan ekonomi. Hal ini yang kemudian memunculkan bentuk lain dari transaksi konvensional ke dalam bentuk transaksi digital yang disebut *e-commerce*, transportasi *online*, toko *online*, dan bisnis lainnya yang berbasis internet.

Sebagian besar pengguna memanfaatkan internet untuk mengakses *e-commerce*. *E-Commerce* didefinisikan sebagai transaksi pembelian dan penjualan barang dan jasa secara fisik menggunakan media elektronik, seperti komputer, telepon atau *smartphone*, dan *Automatic Teller Machine* (ATM). Perdagangan melalui elektronik memang memberikan keuntungan baik bagi pedagang maupun pembeli sehingga penggunaan internet dalam melakukan transaksi masih banyak diminati bahkan dapat diprediksi akan menggantikan transaksi konvensional yaitu dimana transaksi antara penjual dan pembeli dilakukan saling berhadapan atau tatap muka untuk penyerahan dan pembayaran barang. Sehingga dapat diketahui bahwa tidak hanya yang bekerja di perusahaan saja, tetapi yang berpenghasilan dari *e-commerce* dan media sosial juga wajib mendaftarkan diri sebagai wajib pajak.

Meningkatnya pertumbuhan transaksi *e-commerce* di Indonesia telah menjadi perhatian pemerintah untuk mulai mengatur aspek perpajakan pada transaksi *e-commerce* dalam rangka mengoptimalkan penerimaan pajak di masa depan. Kementerian Keuangan melalui Direktorat Jenderal Pajak akhirnya secara resmi

mengeluarkan peraturan mengenai pengenaan pajak bagi para pelaku *e-commerce*. Peraturan mengenai pajak *e-commerce* tertuang pada PMK Nomor 60/PMK.03/2022 yang ditetapkan dan diundangkan pada tanggal 30 Maret 2022. Ini merupakan peraturan terbaru setelah sebelumnya berlaku Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik yang kemudian dicabut dengan PMK 31/PMK.010/2019.

Adanya regulasi tersebut terdapat beberapa hal yang dikenakan yakni, bagi pelaku *e-commerce* yang telah dikukuhkan sebagai pengusaha kena pajak (PKP) dikenakan pajak pertambahan nilai (PPN) dengan tarif sebesar 11% atas transaksi penyerahan barang kena pajak (BKP) dan/atau jasa kena pajak (JKP). Namun jika pelaku *e-commerce* memiliki omzet tidak lebih dari Rp 4,8 milyar, akan dikenakan PPh final UMKM sebesar 0,5%. Jika omzet *e-commerce* tidak mencapai Rp 500 juta, akan terbebas dari pungutan pajak penghasilan tersebut. Sementara bagi penyedia *platform marketplace* diwajibkan untuk memungut, menyetor, serta melaporkan rekapitulasi transaksi yang dilakukan pedagang pengguna *platform*.

Meskipun pendapatan di sektor pajak lebih besar dibandingkan dari pendapatan di sektor lain, tetapi dalam penerimaan pajak *e-commerce* belum mencapai 100%. Belum tercapainya target ini dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhi ialah kurang patuhnya wajib pajak yang dikarenakan rendahnya kemauan membayar pajak. Kepatuhan yang dimaksud ialah wajib pajak memahami semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, mengisi formulir pajak

dengan lengkap dan jelas, menyeter kembali SPT dan kepatuhan dalam menghitung tunggakan pajak yang harus dibayarkan. Kepatuhan pajak terbagi menjadi dua macam yaitu, kepatuhan material dan kepatuhan formal. Kepatuhan material adalah kondisi wajib pajak mematuhi seluruh ketentuan perpajakan yang sesuai dengan isi dan jiwa undang-undang perpajakan. Kepatuhan formal adalah kondisi wajib pajak memenuhi kewajiban sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan.

Kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan dan membayarkan pajak terutangnya dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya sosialisasi perpajakan, modernisasi administrasi perpajakan, religiusitas, dan norma subjektif. Pengetahuan dan pemahaman mengenai perpajakan yang benar sangat diperlukan bagi wajib pajak, karena dengan itu wajib pajak dapat melakukan kewajibannya dengan benar.

Pemerintah sudah melakukan upaya untuk menambah pengetahuan bagi wajib pajak. Salah satunya adalah mengadakan sosialisasi perpajakan. Melalui Direktorat Jenderal Pajak, pemerintah melakukan kegiatan sosialisasi atau penyuluhan yang bermaksud memberikan pemahaman bagi wajib pajak mengenai aturan perpajakan. Dengan adanya sosialisasi pajak maka wajib pajak akan memahami perpajakan dan memiliki pengetahuan mengenai perpajakan maka akan semakin meningkat kepatuhan wajib. Penelitian yang telah dilakukan oleh Mawaddah *et al.*, (2023) mengatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak, hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan

wajib pajak. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Yulia *et al.*, (2020), kegiatan sosialisasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak.

Selain melalui sosialisasi perpajakan, kepatuhan wajib pajak juga dipengaruhi oleh modernisasi administrasi perpajakan. Dengan memanfaatkan teknologi sebagai upaya untuk memberikan kemudahan bagi wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Modernisasi ini diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban, meningkatkan tanggung jawab aparatur pemerintah dalam melayani masyarakat sehingga meningkatkan penerimaan pajak secara optimal, serta dengan adanya reformasi administrasi ini kecurangan dapat dikendalikan (Lestari *et al.*, 2022)

Pemanfaatan modernisasi sistem pembayaran membawa keunggulan teknologi baru, seperti kemampuan untuk memanfaatkan informasi sistem pembayaran melalui *case management system* untuk menciptakan sistem administrasi pembayaran dalam alur kerja dan berbagai layanan pembayaran berdasarkan sistem pembayaran (*E-System*), seperti pendaftaran *online* NPWP, MP3 (Monitoring Pelaporan Pembayaran Pajak), *E-Filing* (Pelaporan Surat Pemberitahuan), *E-Form* (SPT bentuk elektronik dalam format file atau dokumen) E-SPT (Elektronik SPT), Faktur (Faktur Pajak Elektronik), dan sebagainya. Guna mempermudah wajib pajak dalam mengurus pajak dapat dilakukan secara online melalui OnlinePajak. Selain itu, tetap dapat menggunakan fitur e-faktur untuk membuat faktur pajak atas transaksi bisnis selama bekerja, dan juga dapat menggunakan OnlinePajak untuk menghitung gaji karyawan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Nisaak & Khasanah (2022) menunjukkan bahwa modernisasi sistem perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Modernisasi sistem perpajakan juga berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi ditunjukkan dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Lestari *et al* (2022). Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Primastiwi & Dwi C (2022) menunjukan bahwa modernisasi sistem perpajakan tidak berpengaruh atau berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Religiusitas merupakan faktor lain yang bisa mempengaruhi perilaku etis atau pembentukan moral dan perilaku yang baik (Karlina, 2020). Agama dianggap dapat mengontrol perilaku negatif manusia dan mendorong seseorang untuk berperilaku positif dalam kehidupan sehari-hari. Religiusitas berpengaruh terhadap perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Dapat diartikan juga, jika seorang wajib pajak memiliki religiusitas yang tinggi maka akan berusaha meningkatkan pengetahuan perpajakan karena melanggar agama akan berdosa. Sehingga kepatuhan pajak akan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2017), Maulida, (2019), Faridzi *et al.*, (2022) menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap perilaku wajib pajak. Hasil yang berbeda dikemukakan oleh Primastiwi & Dwi C (2022) menyatakan tingkat religiusitas tidak berpengaruh terhadap wajib pajak.

Norma subjektif menjadi salah satu hal yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, Suryani & Yushita (2017) menjelaskan bahwa norma subjektif adalah pandangan orang lain atau kelompok lain yang dapat mempengaruhi seseorang untuk

melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Jika orang lain melihat perilaku tersebut sebagai sesuatu yang positif, seseorang akan berani mengambil keputusan dan berperilaku. Orang lain disini seperti keluarga, teman, pasangan, rekan kerja, dan sebagainya. Jika orang-orang di sekitar wajib pajak dalam melaksanakan kepatuhan pajak memiliki sikap patuh, maka wajib pajak tersebut mungkin akan patuh dalam membayar pajak. Sebaliknya, jika orang-orang di sekitar wajib pajak dalam melaksanakan kepatuhan pajak memiliki sikap tidak patuh, wajib pajak tersebut mungkin juga melakukan hal yang sama seperti menghindari pajak bahkan dapat menggelapkan pajak.

Dalam hal kepatuhan pajak, norma subjektif dapat digunakan sebagai acuan karena seorang wajib pajak dapat menentukan apakah dia patuh atau tidak berdasarkan persepsi mereka tentang orang lain. Penelitian yang dilakukan Sanita *et al* (2018) menyebutkan bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sementara menurut Ernawati & Purnomosidhi (2010) norma subjektif tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti termotivasi untuk meneliti kembali variabel-variabel tersebut dengan judul penelitian “**Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Modernisasi Administrasi Perpajakan, Religiusitas, dan Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual E-Commerce**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Apakah Sosialisasi Perpajakan Berpengaruh Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*?
- 2) Apakah Modernisasi Administrasi Berpengaruh Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*?
- 3) Apakah Religiusitas Berpengaruh Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*?
- 4) Apakah Norma Subjektif Berpengaruh Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk Mengetahui Adanya Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*.
- 2) Untuk Mengetahui Adanya Pengaruh Modernisasi Administrasi Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*.
- 3) Untuk Mengetahui Adanya Pengaruh Religiusitas Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*.

- 4) Untuk Mengetahui Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Akademik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

- 2) Bagi Pembaca

Dapat menambah wawasan mengenai Pengaruh Sosialisasi, Modernisasi Administrasi, Religiusitas, dan Norma Subjektif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce* khususnya di Kota Surakarta.

- 3) Bagi Wajib Pajak

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak penjual *E-Commerce* dalam membayarkan kewajiban pajaknya.

- 4) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai perpajakan atau akuntansi pajak serta sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan saat KBM di bangku perkuliahan dan memenuhi kewajiban tugas akhir dalam pembuatan skripsi pada tingkat S1.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Yang Relevan

Tinjauan pustaka merupakan penjabaran yang sistematis mengenai teori-teori yang terpilih dan relevan dengan pokok permasalahan yang sudah mencakup seluruh variabel yang digunakan dengan pendekatan penulis dalam mengkaji dan memecahkan masalah yang diteliti. Tinjauan pustaka merupakan hasil dari penelitian kepustakaan yang digabungkan dengan pemikiran penulis sendiri, juga sebagai dasar dalam membuat alternatif pemecahan masalah. Oleh karena itu, pada bab ini penulis memaparkan beberapa teori menurut para ahli dan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel penelitian yang dilakukan.

1. *Grand Theory*

b. *Theory Of Planned Behavior (TPB)*

Menurut Rositayani & Purnamawati (2022) *Theory Of Planned Behavior* Merupakan teori yang menyatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan yang baik apabila ada suatu motivasi yang mendorong untuk bertindak. Seseorang yang dimaksud disini adalah wajib pajak. Perilaku wajib pajak dalam mematuhi peraturan pajak ditentukan oleh keinginannya sendiri untuk berperilaku (Salmah, 2018). *Theory*

Of Planned Behavior mengatakan bahwa jika ada sesuatu yang mendorong wajib pajak untuk bertindak maka wajib pajak akan bertindak dengan baik, wajib pajak juga tidak akan merasa keberatan untuk membayar pajak karena mereka akan lebih termotivasi dan sadar bahwa membayar pajak akan meningkatkan penerimaan negara (Ermawati, 2018).

Teori ini terpusat terhadap tujuan atau kehendak wajib pajak untuk melakukan perilaku tertentu. Tujuan tersebut dianggap dapat melihat hal-hal yang mempengaruhi wajib pajak melakukan sesuatu. Ajzen (1991) menjelaskan *Theory Of Planned Behavior* mencakup tiga hal yaitu, *behavioral beliefs* yaitu keyakinan mengenai kemungkinan hasil dan evaluasi dari perilaku, *normative beliefs* yakni keyakinan yang memotivasi dan diharapkan memenuhi harapan, dan yang terakhir *control beliefs* yaitu keyakinan mengenai adanya faktor yang dapat mendukung atau menghalangi perilaku kesadaran akan ketakutan.

Maulida, (2019) menjelaskan berdasarkan penjelasan teori di atas, *Theory Of Planned Behavior* relevan untuk menjelaskan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya mematuhi pajak. Wajib pajak akan patuh terhadap pajak apabila memiliki keyakinan mengenai hasil dari suatu tindakan serta penilaian yang kemudian akan membentuk sikap (*behavioral belief*). Adanya keyakinan tersebut, dapat membentuk suatu variabel dalam penelitian ini, yaitu religiusitas. Wajib pajak juga dapat patuh akan pajak apabila terdapat harapan normatif dari orang-orang disekitarnya yang dijadikan acuan, seperti keluarga, teman, konsultan pajak, institusi tempat wajib

pajak bekerja, dan sebagainya (*normative belief*). Dari hal tersebut dapat membentuk variabel dalam penelitian ini yaitu variabel norma subjektif. Seorang wajib pajak juga dapat patuh akan pajak jika memiliki keyakinan yang diperoleh dari pengalaman, baik pengalaman sendiri maupun orang lain. Seperti misalnya pengalaman sendiri atau teman dalam membayar pajak yang terasa mudah karena sistem administrasinya sudah modern atau sebaliknya, faktor tersebut dapat membentuk control perilaku atau biasa disebut *control belief*.

2. Pengertian Pajak

Melaksanakan pembangunan nasional merupakan wujud dari pengamalan Pancasila yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kemampuannya, untuk mewujudkan tujuan pembangunan nasional salah satu sumber penerimaan negara yang sangat membantu kemakmuran dan kesejahteraan rakyat ialah Pajak. Pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian kekayaan ke dalam kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan umum pengertian ini dikemukakan oleh S.I. Djajadiningrat dalam buku yang berjudul “Teori Perpajakan dan Kasus” (Resmi, 2017).

Sedangkan definisi pajak menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH., dalam buku “Teori Perpajakan dan Kasus”, (2017) menyatakan bahwa pajak adalah iuran

rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dipaksakan) dengan tidak mendapatkan jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Adapun definisi pajak secara resmi yang dimuat dalam UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dari definisi yang telah dijabarkan dapat disimpulkan bahwa pajak adalah peralihan kekayaan dari rakyat kepada kas negara yang bersifat memaksa serta tidak memberikan imbal baik secara langsung kepada rakyat melainkan untuk membiayai pengeluaran rutin negara dan sisanya digunakan untuk tabungan publik sebagai sumber dana utama pembiayaan investasi publik.

3. Fungsi Pajak

Fungsi pajak Siti Resmi (2017:3) dalam bukunya yang berjudul “Perpajakan: Kasus dan Teori” menyatakan terdapat dua fungsi pajak, yaitu:

a) Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak mempunyai fungsi *budgetair*, artinya pajak sebagai salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran, baik rutin maupun

pembangunan. Sebagai sumber utama keuangan negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara.

b) Fungsi *Regulated* (Pengatur)

Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan.

4. **Wajib Pajak**

Menurut UU No. 28 tahun 2007 Pasal 1 angka 2 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, wajib pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Wajib pajak yang telah terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak terdiri dari Wajib Pajak efektif dan Wajib Pajak non efektif

5. **Kepatuhan Wajib Pajak**

Kepatuhan wajib pajak dapat diawali dengan adanya niatan wajib pajak untuk memahami hukum perpajakan dan kewajiban perpajakan yang telah melekat pada diri wajib pajak. Kepatuhan dapat diartikan sebagai ketaatan atau kedisiplinan, yakni ketaatan atau kedisiplinan atas kewajiban pajak yang melekat pada dirinya sebagai wajib pajak untuk membayar pajak terutang dan atau mendaftarkan diri menjadi wajib pajak.

a) Definisi Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, berarti tunduk atau patuh pada ajaran atau aturan. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 544/KMK.04/2000 menyatakan bahwa kepatuhan perpajakan adalah tindakan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara. Suryani & Yushita (2017) menyatakan, wajib pajak dapat dikatakan patuh apabila wajib pajak paham dan berusaha untuk memahami semua ketentuan perpajakan sesuai peraturan perundang-undangan perpajakan yang dapat diukur dengan tiga kategori yaitu Kepatuhan dalam pengisian SPT, Kepatuhan dalam Pembayaran serta Kepatuhan dalam Pelaporan.

b) Macam-macam Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Nabila & Rahmawati (2021) kepatuhan wajib pajak terbagi menjadi dua macam yaitu,

- (1) Kepatuhan Formal, adalah suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi kewajiban secara formal sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan.
- (2) Kepatuhan Material, adalah suatu keadaan di mana Wajib Pajak secara substantif atau hakekatnya memenuhi ketentuan material perpajakan yakni

sesuai isi dan jiwa undang-undang perpajakan. Kepatuhan material dapat juga meliputi kepatuhan formal.

c) Indikator Kepatuhan Wajib Pajak

Adapun indikator kepatuhan wajib pajak menurut Maulida (2019):

- (i) Tepat waktu dalam pembayaran pajak
- (ii) Bebas dari tunggakan pajak
- (iii) Membayar pajak sesuai dengan kewajiban pembayaran
- (iv) Mengisi SPT sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- (v) Bebas dari tindak kecurangan saat proses pembayaran pajak

Menurut Devi & Purba (2019) kepatuhan wajib pajak dapat menjadi sangat penting karena semakin tinggi tingkat kepatuhan maka hal tersebut dapat mengidentifikasi pemerintahan yang kondusif. Kemudian menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 dalam pasal 1 ayat (1), bahwa kriteria Kepatuhan Wajib Pajak adalah:

- (1) Tepat waktu dalam menyampaikan SPT untuk semua jenis pajak dalam 2 tahun terakhir
- (2) Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda membayar pajak
- (3) Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana dibidang perpajakan dalam jangka 10 tahun terakhir

- (4) Dalam 2 tahun terakhir menyelenggarakan pembukuan dan dalam hal terhadap Wajib Pajak pernah dilakukan pemeriksaan, koreksi pada pemeriksaan terakhir untuk masing-masing jenis pajak yang terutang paling banyak 5%
- (5) Wajib Pajak yang laporan keuangannya untuk 2 tahun diaudit oleh Akuntan Publik dengan pendapat wajar tanpa pengecualian, atau pendapat dengan pengecualian sepanjang tidak mempengaruhi laba rugi fiskal

Berdasarkan dari sumber-sumber diatas maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu indikator yang dikemukakan Maulida (2019) oleh karena Wajib Pajak harus mendaftarkan diri dan mengisi SPT dengan jujur dan benar dan harus menyetorkan kembali surat pemberitahuan pajak (SPT) dan wajib pajak harus patuh dalam perhitungan dan pembiayaan pajak terutangnya.

6. *E-Commerce*

a) *Pengertian E-Commerce*

E-Commerce merupakan singkatan dari *electronic commerce* adalah penyebaran, penjualan, pemasaran dan pembelian barang atau jasa melalui sistem elektronik, singkatnya dapat didefinisikan sebagai mekanisme transaksi jual beli dengan memanfaatkan internet sebagai media komunikasi (Aprilianto & Hidayat, 2020). Menurut Hasanudin *et al.*, (2020) *E-Commerce* adalah pertukaran melalui elektronik suatu informasi bisnis tanpa kertas (*the paperless exchange of business information*), menggunakan teknologi seperti EDI (*Electronic Data Exchange*), Email,

EBB (*Electronic Bulletin Board*), EFT (*Electronic Fund-Transfer*), dan alat elektronik lainnya, menggunakan platform digital.

b) Kategori Aplikasi E-Commerce

E-commerce dibedakan menjadi tujuh jenis berdasarkan kepada siapa saja pelaku (penjual dan pembeli) yang terlibat, bagaimana interaksi antar pelaku, serta proses yang terjadi didalamnya. Dalam tulisan online yang berjudul *Types of E-Commerce* karya Ajeet Khurana, dituliskan terdapat empat jenis kategori di dalam *e-commerce* saat ini, yaitu:

(1) E-Commerce Business to Business (B2B)

E-Commerce Business to Business merupakan bentuk interaksi antar *e-commerce* secara online yang terjadi antara produsen dengan distributor dan pengecer. Distributor dan pengecer ini kemudian menyalurkan produk tersebut kepada konsumen. Interaksi ini bersifat umum dan tidak langsung berinteraksi dengan konsumen akhir yang memerlukan barang atau jasa.

(2) E-Commerce Retail atau Business to Customer (B2C)

Retail atau Business to Customer merupakan bagian dari *e-commerce* yang menitikberatkan pada proses pemesanan, pembelian, dan penjualan produk atau jasa melalui akses internet. Yang berarti penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi secara elektronik atau *online* dengan memanfaatkan fitur-fitur yang telah tersedia. *E-Commerce Retail* (B2C) yang dilakukan secara *online* melibatkan beberapa

pelaku transaksi seperti Customer, *Business Organization*, dan Website. Pada *Business Organization* terdapat pemasok yang berfungsi sebagai proses penyaluran atau distribusi produk yang akan dijual. Kemudian, antara *Business Organization* dan Website terjadi proses transaksi jual beli berupa pemrosesan pesanan *online*. Customer ke Website terdapat proses pemesanan (*order*) yang menyatakan kondisi dimana konsumen dapat melakukan pemesanan produk yang diinginkan secara *online*.

(3) *E-Commerce Customer to Business (C2B)*

E-Commerce Customer to Business merupakan bentuk *e-commerce* yang berkebalikan dengan jenis *e-commerce* pada umumnya, yang mana konsumen berperan aktif dengan cara memberitahukan kepada pengguna internet mengenai kebutuhannya, untuk kemudian satu atau beberapa perusahaan atau pelayanan publik dan jasa akan mencoba menawarkan produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

(4) *E-Commerce Customer to Customer (C2C)*

E-Commerce Customer to Customer muncul akibat kemajuan teknologi website, sehingga antar pengguna dapat saling berinteraksi satu sama lain dan konten disediakan oleh pengguna itu sendiri. Bentuk interaksi ini dapat mempengaruhi bentuk *e-commerce* yang terjadi. Pada jenis *e-commerce* ini tersedia sebuah *website e-commerce* yang dapat digunakan para penggunanya untuk menjual produk dan jasa yang diinginkan dan melakukan transaksi.

Terdapat tiga tambahan jenis *E-Commerce* menurut Tutorial Point, adalah sebagai berikut:

(1) *Business to Government (B2G)*

Sebagai bentuk penyelesaian dari *E-Commerce Business to Business (B2B)* yang telah dijelaskan sebelumnya. Yang memberi perbedaan adalah pada jenis ini pemerintah bekerjasama dengan bisnis (perusahaan swasta) dalam bentuk penyediaan regulasi (aturan yang disepakati bersama) penyedia media untuk aplikasi bagi pemerintah dan dunia bisnis, serta pemberian akreditasi bagi website *e-commerce* yang digunakan oleh pihak atau kelompok bisnis (perusahaan swasta) untuk kegiatan *e-commerce* ini.

(2) *Government to Business (B2B)*

Merupakan bentuk *E-Commerce* yang melibatkan pemerintah (*Government*) dengan pihak bisnis (*Business*). Bentuk kerjasama ini akan melibatkan transaksi penjualan barang, jasa, maupun keduanya dalam skala kecil, skala menengah, hingga skala besar. Pemerintah ikut terlibat langsung didalamnya melalui hubungan dengan pihak swasta, agar tercipta sebuah bentuk kerjasama yang saling menguntungkan antara dua pihak. Perantara hubungan antar pemerintah dengan swasta tersebut adalah melalui website yang dilakukan secara *online* dan *mobile*.

(3) *Government to Citizen (G2C)*

Pemerintah ke warga, dalam kondisi ini pemerintah menyediakan layanan yang dapat digunakan oleh warga melalui teknologi, sehingga warga dapat memperoleh jasa layanan yang baik dan cepat.

c) Perpajakan atas Penghasilan *E-Commerce*

Terdapat tiga prinsip yang dikembangkan dalam mengantisipasi perpajakan atas transaksi *E-Commerce*, yaitu:

- (1) Perpajakan atas transaksi yang dilakukan secara elektronik tidak bisa diperlakukan secara berbeda dengan transaksi yang dilakukan secara elektronik.
- (2) Jika ketentuan perpajakan yang berlaku saat ini masih relevan dengan transaksi *E-Commerce*, maka ketentuan inilah yang diterapkan,
- (3) Adanya kesepakatan antara rezim pajak masing-masing negara untuk menghindari konflik pajak.

Pemerintah telah menerbitkan peraturan mengenai pajak *e-commerce*. Peraturan mengenai pajak *e-commerce* tertuang pada Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang kemudian dicabut dengan PMK 31/PMK.010/2019. Pada tanggal 30 Maret 2022 secara resmi Kementerian Keuangan melalui Direktorat Jenderal Pajak menetapkan dan mengundang peraturan terbaru mengenai pengenaan pajak bagi para pelaku *e-commerce* yang tertulis dalam PMK Nomor 60/PMK.03/2022.

d) Ruang Lingkup

Peraturan perlakuan perpajakan atas transaksi perdagangan melalui *e-commerce* dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) meliputi:

- (1) Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan dan Barang Mewah, Pajak Penghasilan, atas transaksi di dalam daerah pabean
- (2) Bea masuk dan/atau pajak dalam rangka impor (PDRI) atas barang impor.

7. Sosialisasi Perpajakan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sosialisasi adalah usaha memasyarakatkan sesuatu sehingga dikenal, dipahami, dan dihayati masyarakat. Sosialisasi merupakan suatu proses individu memahami sistem nilai, norma, dan pola perilaku yang diinginkan oleh suatu kelompok, yang bertujuan mengubah mereka dari individu luar menjadi bagian efisien dari organisasi (Mawaddah *et al.*, 2023). Sosialisasi perpajakan merupakan salah satu upaya yang dilakukan Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan pada masyarakat kepada masyarakat khususnya wajib pajak mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan (Arief & KH, 2023)

Melalui sosialisasi yang dilakukan secara teratur, wajib pajak memperoleh pemahaman mengenai peran pajak di Indonesia, meningkatkan kesadaran untuk mematuhi kewajibannya, dan memahami prosedur perpajakan di negara ini. Keputusan

direktorat jenderal pajak KEP-30/PJ/2008 menjelaskan bahwa: Program-program yang telah dilakukan berkaitan dengan kegiatan penyuluhan antara lain:

- (1) Mengadakan penyuluhan tentang perpajakan
- (2) Mengadakan seminar di berbagai profesi serta pelatihan-pelatihan baik untuk pemerintah maupun swasta.
- (3) Memasang spanduk bertemakan pajak.
- (4) Memasang iklan layanan masyarakat di berbagai media massa.
- (5) Mengadakan acara *to tax goes campus* yang diisikan dengan berbagai acara yang menarik mulai dari debat pajak sampai dengan seminar pajak dimana acara tersebut bertujuan guna menimbulkan pemahaman tentang pajak ke mahasiswa yang dinilai sangat kritis. Selain mahasiswa, para pelajar juga perlu dibekali tentang dasar-dasar pajak melalui acara "*tax education roadshow*".

8. Modernisasi Administrasi Perpajakan

Modernisasi merupakan sebuah proses transformasi dari suatu perubahan kearah yang lebih baik atau meningkat di berbagai aspek kehidupan (Putra, 2020). Menurut Amalia & Widyawati (2021) modernisasi adalah suatu proses perubahan dalam berbagai hal dari sistem lama ke sistem yang baru, penyempurnaan sistem administrasi perpajakan atau perbaikan kinerja baik secara individu atau kelembagaan agar lebih efektif dan efisien. Modernisasi sistem administrasi perpajakan adalah perubahan pada sistem administrasi perpajakan yang bertujuan untuk mengubah pola pikir dan perilaku wajib pajak, serta mewujudkan transparansi dan akuntabilitas bagi

aparatus petugas pajak dengan memanfaatkan sistem teknologi yang handal dan terkini (Arrum et al., 2021)

Contoh implementasi modernisasi administrasi perpajakan di Indonesia saat ini yang dikemukakan dalam penelitian Maulida (2019) yaitu, *E-Filing* dan E-SPT. *E-Filing (Electronic Filing)* atau Pengajuan Elektronik merupakan bentuk modernisasi penyampaian SPT dari yang semula *offline* menjadi *online*. Proses pengajuan SPT dilakukan melalui internet secara *real-time* melalui situs Direktorat Jenderal Pajak. Dengan adopsi *E-Filing*, efisiensi dalam penanganan pajak dapat ditingkatkan, mengurangi antrian di Kantor Pelayanan Pajak. Selain itu, melalui modernisasi dengan E-SPT, wajib pajak dapat lebih mudah dalam mengisi SPT, dan sistem ini memungkinkan perhitungan pajak yang cepat dan akurat berbasis komputer. Modernisasi sistem administrasi perpajakan merupakan langkah proaktif dari implementasi *good corporate governance* (GCG), yang mencakup penerapan sistem perpajakan yang lebih terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan melalui penggunaan teknologi informasi. Strategi penerapan GCG ini melibatkan penyediaan layanan berkualitas tinggi dan pengawasan yang ketat terhadap wajib pajak.

9. Religiusitas

Religiusitas, menurut definisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, mengacu pada sifat atau karakter yang bersifat keagamaan. Menurut Faisal & Yulianto, (2019) Religiusitas bertujuan mengatur tindakan seseorang dengan meyakinkan mereka untuk berperilaku positif dan menghindari perilaku negatif sesuai ajaran agama. Hal ini

melibatkan peraturan hubungan antara Tuhan dan manusia, antar manusia, serta manusia dengan lingkungan. Keyakinan terhadap agama dianggap memiliki kemampuan untuk mengatur tindakan seseorang agar lebih etis. Seseorang yang tingkat religiusitasnya tinggi cenderung menunjukkan perilaku yang etis dan patuh terhadap aturan agama serta penguasa, termasuk kewajiban membayar pajak (Dwi *et al.*, 2019).

Religiusitas mencakup keyakinan individu dalam mempercayai Tuhan, yang menghasilkan rasa takut terhadap pelanggaran aturan. Dalam konteks kewajiban perpajakan, religiusitas dapat mempengaruhi perilaku wajib pajak, karena wajib pajak akanberupaya menghindari pelanggaran perpajakan (Dwi *et al.*, 2019). Tingkat religiusitas seorang wajib pajak dapat tercermin dalam sikapnya terhadap kewajiban perpajakan. Religiusitas tersebut muncul karena rasa takut melakukan pelanggaran terhadap ajaran agama, Wajib pajak akan berupaya untuk memahami secara mendalam regulasi perpajakan, sesuai dengan ketentuan yang telah diatur. Dengan kata lain, seorang wajib pajak yang memiliki pemahaman yang mendalam tentang agama cenderung lebih mendalami pengetahuan mengenai perpajakan, sebagai langkah antisipasi terhadap potensi pelanggaran akibat kelalaian dalam mencari informasi mengenai kewajibannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa religiusitas merupakan kepercayaan atau keyakinan terhadap nilai-nilai agama yang dianut oleh seseorang. Agama, pada umumnya, memiliki tujuan yang serupa dalam mengendalikan perilaku individu, yakni mendorong perilaku positif dan mencegah perilaku negatif.

Agama juga membentuk hubungan antara manusia dengan Tuhan, manusia dengan lingkungan sekitarnya, dan manusia dengan sesama. Oleh karena itu, seorang wajib pajak yang memiliki keyakinan agama meyakini bahwa agamanya mengajarkan individu untuk tidak hanya mematuhi kewajiban terhadap Tuhan, tetapi juga mematuhi kewajiban terhadap sesama, dalam hal ini, membayar pajak.

10. Norma Subjektif

Menurut Suryani & Yushita (2017) norma subjektif adalah pandangan orang lain atau kelompok yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Norma subjektif (*normative belief*) adalah pandangan pribadi seseorang yang berasal dari acuan orang lain yang dianggapnya penting dalam mendukung atau menentang suatu tindakan (Baswara, 2021). Seseorang cenderung menjalankan suatu tindakan apabila mendapatkan petunjuk atau rekomendasi dari individu yang dianggapnya berpengaruh. Orang yang umumnya memiliki dampak besar dalam mendorong seseorang untuk melaksanakan suatu perilaku termasuk teman dekat, rekan pajak, atau konsultan pajak.

Dalam konteks perpajakan, norma subjektif merujuk pada keyakinan Wajib Pajak mengenai sejauh mana pengaruh seseorang atau faktor-faktor lain dalam lingkungannya dapat menjadi motivasi untuk patuh atau tidak dalam kewajiban pajak (Sanita *et al.*, 2018). Apabila lingkungan di sekitar Wajib Pajak menunjukkan sikap patuh terhadap kewajiban perpajakan, maka Wajib Pajak tersebut akan cenderung mematuhi pembayaran pajak. Sebaliknya, jika lingkungan sekitar Wajib Pajak tidak

menunjukkan kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan, maka Wajib Pajak juga cenderung menghindari kewajiban perpajakan (Khansa & Masripah, 2023).

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa seseorang dapat melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan karena adanya pengaruh sosial. Pengaruh dari orang lain atau faktor lain di sekitarnya dapat menjadi motivasi bagi seseorang untuk bertindak atau membuat keputusan. Jika orang-orang di sekitar seorang Wajib Pajak menunjukkan sikap positif dalam mematuhi kewajiban pajak, kemungkinan besar wajib pajak tersebut akan patuh dalam membayar pajak. Sebaliknya, jika orang-orang di sekitar wajib pajak memiliki sikap negatif terhadap kewajiban pajak, maka mungkin wajib pajak tersebut akan melakukan hal serupa, yaitu menghindari atau bahkan menggelapkan pajak. Dalam konteks kepatuhan pajak, norma subjektif dapat menjadi pedoman karena seorang wajib pajak mungkin bersikap patuh atau tidak patuh tergantung pada sikap orang-orang di sekitarnya.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang telah membahas faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dapat dilihat pada Tabel 1.1:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis dan Tahun	Judul	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1.	Eky Dwi Hartanti, Masfar Gazali (2023)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak Pemilik Online Shop Marketplace	X ₁ : Pengetahuan Pajak X ₂ : Modernisasi Perpajakan X ₃ : Kualitas Pelayanan X ₄ : Lingkungan Sosial X ₅ : Religiusitas Y: Kepatuhan Wajib Pajak	Analisis SEM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Modernisasi Perpajakan dan Lingkungan Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Tetapi Pengetahuan Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
2.	Nisrina Maulida (2019)	Pengaruh Sistem Administrasi Perpajakan, Norma Subjektif, Religiusitas, dan Self Esteem Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	X ₁ : Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan X ₂ : Norma Subjektif X ₃ : Religiusitas X ₄ : <i>Self Esteem</i> Y:	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil analisis menunjukkan hasil bahwa Modernisasi Sistem Perpajakan dan Religiusitas wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan Norma Subjektif

			Kepatuhan Wajib Pajak		dan <i>Self Esteem</i> Tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
3.	Adika Baswara (2021)	Pengaruh Kontrol Perilaku, Norma Subjektif, Religiusitas, dan Modernisasi Sistem Perpajakan (<i>E-filing</i>) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi KPP Sleman	X ₁ : Kontrol Perilaku X ₂ : Norma Subjektif X ₃ : Religiusitas X ₄ : Modernisasi Sistem Perpajakan Y: Kepatuhan Pajak	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kontrol Perilaku, Norma Subjektif, Religiusitas, dan Modernisasi Sistem Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
4.	Muhammad Arief, Iman Indrafana KH (2023)	Pengaruh Penerapan Sistem e-filing, Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Pajak, Sosialisasi Pajak dan Insentif Pajak, dan Religiusitas terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	X ₁ : Penerapan Sistem <i>E-Filling</i> X ₂ : Pengetahuan Perpajakan X ₃ : Kesadaran Pajak X ₄ : Sosialisasi Pajak X ₅ : Insentif Pajak	Analisis Regresi Linier Berganda	Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa penerapan sistem E-Filling dan Pengetahuan Perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan Kesadaran Pajak berpengaruh

		dengan <i>Account Representative</i> sebagai Variabel Moderating di Kanwil DJP Sumatera Utara 1	X6: Religiusitas Z: <i>Account Representative</i> Y: Kepatuhan Wajib Pajak		signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Diadakannya Sosialisasi Perpajakan dan besarnya Insentif Pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penerapan E- Filing secara signifikan berpengaruh memperkuat hubungan antara <i>Account Representative Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak</i>
5.	Putu Wahyu Eka Budi, Ida Bagus Putra	Religiusitas Wajib Pajak dan Sosialisasi Perpajakan pada Kepatuhan	X ₁ : Religiusitas X ₂ : Sosialisasi Perpajakan Y:	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian membuktikan bahwa Religiusitas dan Sosialisasi Perpajakan

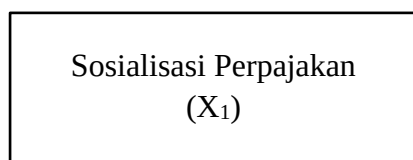
	Astika (2023)	Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Menengah	Kepatuhan Wajib Pajak		memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yang ada di KPP Pratama Denpasar Timur.
6.	Vina Amalia (2021)	Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi, Sosialisasi, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	X ₁ : <i>E-Registration</i> X ₂ : <i>E-Filing</i> X ₃ : <i>E-Billing</i> , X ₄ : Sosialisasi Perpajakan X ₅ : Sanksi Perpajakan Y: Kepatuhan Wajib Pajak	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa penerapan modernisasi administrasi perpajakan seperti <i>E-Registration</i> , <i>E-Filing</i> , <i>E-Billing</i> , dan penerapan Sosialisasi Perpajakan serta adanya Sanksi Perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
7.	Muchamad Faisal, Agung Yulianto (2019)	Religiusitas, Norma Subjektif Dan Persepsi Pengeluaran Pemerintah Dalam Mendukung Kepatuhan Wajib Pajak	X ₁ : Religiusitas X ₂ : Norma Subjektif X ₃ : Persepsi Pengeluaran Pemerintah Y:	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Religiusitas dan Persepsi Pengeluaran Pemerintah tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan

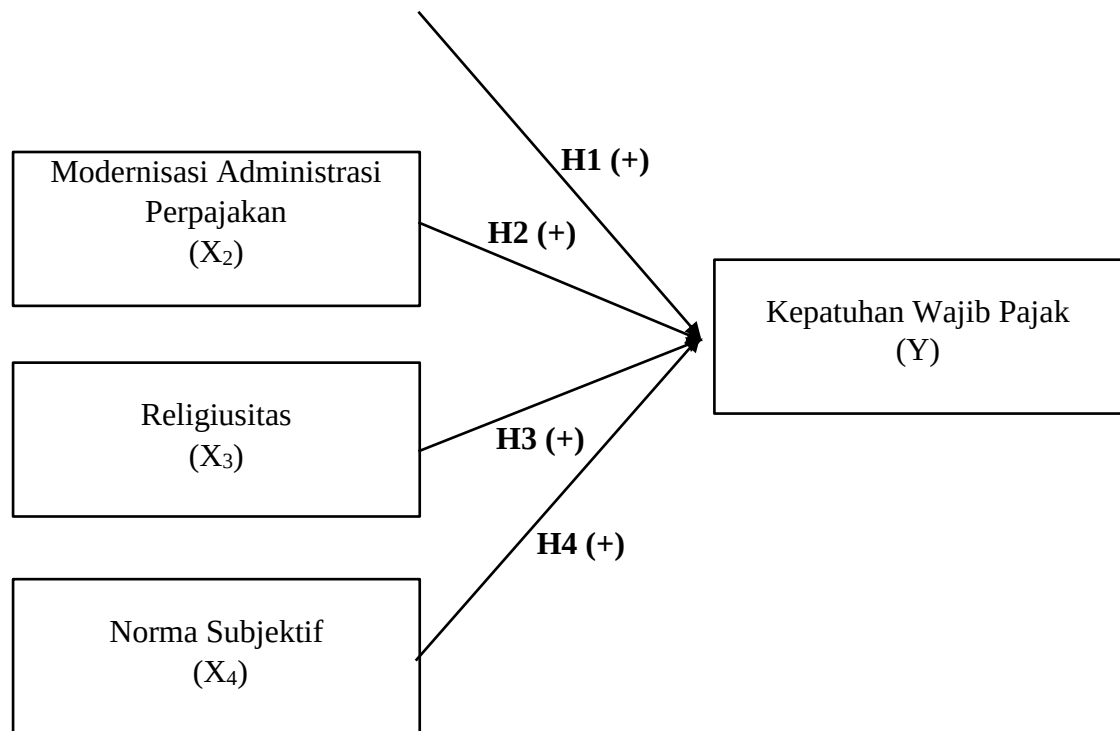
			Kepatuhan Wajib Pajak		norma Subjektif berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
--	--	--	--------------------------	--	---

C. Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka berpikir adalah hasil gabungan dari hubungan dan perbedaan antar variabel yang dirangkai berdasarkan berbagai teori yang telah diuraikan Prof. Dr. Sugiyono (2013). Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak berjualan di *e-commerce*. Gambar berikut merupakan kerangka teoritis untuk pengembangan hipotesis dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan 5 variabel, 4 variabel independen (X) dan 1 variabel dependen (Y). Variabel independen terdiri dari Sosialisasi Perpajakan (X1), Modernisasi Administrasi Perpajakan (X2), Religiusitas (X3), dan Norma Subjektif (X4). Variabel dependen (Y) yaitu Kepatuhan Wajib Pajak Pengusaha Penjual *E-Commerce*. Gambaran kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir





D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara untuk rumusan masalah penelitian yang rumusan masalah penelitiannya disajikan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan jawaban sementara karena karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan (Sugiyono, 2013). Landasan teori dan kerangka pemikiran yang dapat disimpulkan untuk hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*

Sosialisasi perpajakan dilakukan guna meningkatkan pengetahuan wajib pajak perihal peraturan perundang-undangan perpajakan yang diharapkan dapat dijalankan

wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya sesuai dengan tata cara yang ada (Fazri Putri *et al.*, 2021). Berdasarkan pada *Theory of Planned Behavior* Sosialisasi perpajakan dihubungkan dengan *normative beliefs*. Diselenggarakannya sosialisasi perpajakan dapat memberikan pemahaman mengenai peraturan perpajakan yang digunakan dan diperbarui sehingga wajib pajak memahami pengetahuan dalam bidang perpajakan dan merasa terdorong untuk memenuhi kewajiban pajaknya karena sadar akan pentingnya hal tersebut. Diharapkan bahwa pemberian sosialisasi pajak oleh petugas akan berdampak positif yaitu meningkatkan ketaatan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya

Widyanti *et al.*, (2021) melakukan penelitian kepatuhan pajak dengan variabel independen sosialisasi perpajakan, hasil menunjukan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil yang sama juga dilakukan oleh Maxuel dan Primastiwi, (2021) sosialisasi perpajakan berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce*. Dengan mengikuti sosialisasi perpajakan dapat meningkatkan motivasi, pengetahuan, dan pemahaman wajib pajak untuk berperilaku sesuai dengan kewajiban perpajakannya. Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₁: Sosialisasi Perpajakan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepatuhan Pajak Penjual *E-Commerce*.

2. Pengaruh Modernisasi Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, modernisasi sistem administrasi perpajakan berhubungan dengan keyakinan normatif, yang mencakup harapan dari orang lain untuk menyetujui suatu perilaku dan memotivasi seseorang untuk mematuhi kewajibannya. Modernisasi administrasi perpajakan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, sistem administrasi pajak yang telah dimodernisasi merupakan wujud pelaksanaan dari berbagai program dan kegiatan yang ditetapkan dalam reformasi administrasi perpajakan.

Dalam penelitian Maulida, (2019) mengenai kepatuhan wajib pajak dengan menggunakan variabel independen modernisasi administrasi perpajakan, hasil penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa variabel modernisasi administrasi perpajakan berpengaruh secara positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Simpulan tersebut sesuai dengan Hartanti dan Gazali, (2023) yang menyebutkan modernisasi administrasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan. Semakin baik dan terbarunya sistem administrasi perpajakan mempermudah wajib pajak untuk membayar dan melaporkan kewajiban pajaknya, serta perkembangan teknologi yang pesat mengharuskan pemerintah menerapkan sistem yang terbuka dan dapat dipercaya sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₂: Modernisasi Administrasi Perpajakan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*

2. **Pengaruh Religiusitas terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce***

Religiusitas wajib pajak merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Tingkat religiusitas yang bersifat positif akan mendorong seseorang untuk taat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Hal ini didasari pada nilai-nilai agama yang mengajarkan pentingnya memenuhi kewajiban sebagai individu yang taat (Jumriyah & Faisol, 2023). Berdasarkan *Theory Of Planned Behavior*, religiusitas merupakan *behavioral belief* yang mana wajib pajak akan patuh terhadap pajak apabila memiliki keyakinan mengenai hasil dari suatu tindakan serta penilaian yang kemudian akan membentuk sikap.

Banswara, (2021) melakukan penelitian kepatuhan pajak dengan salah satu variabel independennya pengaruh religiusitas pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi, hasil penelitian menyatakan bahwa religiusitas memiliki hubungan positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak. Hasil yang sama juga dilakukan oleh Maulida, (2019) religiusitas berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Akan tetapi, hasil berbeda ditunjukkan dalam penelitian Arief dan Indrafana KH, (2023) religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Semakin dekat wajib pajak dengan agama, maka wajib pajak akan berusaha menjalankan perintah agama sehingga wajib pajak yang taat dengan perintah agama akan taat terhadap pajak dan wajib pajak tersebut akan patuh untuk membayar pajak. Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₃: Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*

3. **Pengaruh Norma Subjektif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce***

Norma Subjektif ialah pandangan seseorang mengenai apakah perilaku tertentu didukung atau tidak oleh orang lain. Norma Subjektif diartikan sebagai faktor sosial yang mencerminkan tekanan sosial yang dirasakan seseorang untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan suatu tindakan (Samudra *et al.*, 2020). Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, norma subjektif adalah *normative beliefs*, yang mencerminkan pandangan seseorang mengenai preferensi orang lain terkait apakah suatu perilaku seharusnya dijalankan. Model ini juga menghitung keyakinan tersebut dengan mengalikan seberapa besar kemungkinan subjek yang relevan berpendapat bahwa individu tersebut seharusnya melakukan perilaku itu dengan keinginan individu tersebut untuk memenuhi apa yang dianggap penting oleh subjek tersebut.

Baswara, (2021) melakukan penelitian kepatuhan pajak dengan salah satu variabel independennya pengaruh norma subjektif pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi, hasil penelitian menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian yang sama ditunjukkan dalam penelitian Faisal dan Yulianto, (2019) yang mengatakan bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Apabila orang-orang disekitar wajib pajak dalam melaksanakan kepatuhan pajak memiliki sikap positif, maka bukan tidak

mungkin wajib pajak tersebut akan patuh dalam membayar pajak. Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₄: Norma Subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak penjual *e-commerce*. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain Sosialisasi Perpajakan, Modernisasi Administrasi Perpajakan, Religiusitas, dan Norma Subjektif. Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Hasil analisis menemukan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak penjual *e-commerce*.
2. Variabel modernisasi administrasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak penjual *e-commerce*.
3. Variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak penjual *e-commerce*.
4. Variabel norma subjektif tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak penjual *e-commerce*.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak sebagai berikut:

1. Bagi wajib pajak penjual *e-commerce*, perlu meningkatkan kesadaran dalam diri untuk mau memahami peraturan perpajakan yang ada, mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, dan memenuhi kewajibannya. Karena penjual *e-commerce* sama halnya dengan pengusaha biasa yang sama-sama memiliki penghasilan dan sudah seharusnya membayar pajak terutang.
2. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian dengan menambah variabel-variabel yang dapat memperkuat pengaruh kepatuhan wajib pajak. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan data pendukung lainnya baik berupa data primer maupun data sekunder dari pihak terorientasi agar data dapat sesuai dengan kondisi sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mukoffi, Himawan, S., Sulistyowati, Y., Sularsih, H., & Yahfetson Boru, A. (2023). Religiusitas, Moral, Budaya Lingkungan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 18(1), 19–40. <https://doi.org/10.25105/jipak.v18i1.13839>
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Orgnizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/07495978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/07495978(91)90020-T)
- Amalia, V., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi, Sosialisasi, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(7), 1–22. [http://repo.bunghatta.ac.id/3298/%0Ahttp://repo.bunghatta.ac.id/3298/3/BAB I.pdf](http://repo.bunghatta.ac.id/3298/%0Ahttp://repo.bunghatta.ac.id/3298/3/BAB%20I.pdf)
- Anggraeni, L. A. (2017). Pengaruh kesadaran wajib pajak, lingkungan wajib pajak, sikap religiusitas wajib pajak, dan kemanfaatan NPWP terhadap kepatuhan wajib pajak (Studi empiris pada wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Klaten). *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 1–25.
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>

- Aprilianto, B., & Hidayat, A. (2020). Pengaruh Bisnis E-Commerce dan Pemeriksaan Pajak terhadap Penerimaan Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak Yang Terdaftar di KPP Kelapa Gading). *EkoPreneur*, 1(2), 156. <https://doi.org/10.32493/ekop.v1i2.4796>
- Arief, M., & Indrafana KH, I. (2023). Pengaruh Penerapan Sistem e-filing, Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Pajak, Sosialisasi Pajak dan Insentif Pajak, dan Religiusitas terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Account Representative sebagai Variabel Moderating di Kanwil DJP Sumatera Utara 1. *Remik*, 7(1), 730–745. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i1.12164>
- Arrum, A., Amah, N., & Moh.Ubaidillah. (2021). Pengaruh Lingkungan Wajib Pajak Dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Annisa'. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, 3, 1–23.
- Baswara, A. (2021). *Pengaruh Kontrol Perilaku, Norma Subjektif, Religiusitas, dan Modernisasi sistem Perpajakan(E-Filling) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi KPP Sleman*. 1–141. [https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/32113%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bits/tream/handle/123456789/32113/17312322 Adika Baswara.pdf?sequence=1](https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/32113%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bits/tream/handle/123456789/32113/17312322%0AAdika%20Baswara.pdf?sequence=1)
- Devi, N., & Purba, M. A. (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Spt Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi. *ProBank*, 1(2).
- Dwi, G. S., Tanno, A., & Novel, I. (2019). Pengaruh Penerapan E-Sistem, Sanksi Pajak Dan Religiusitas Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Pribadi Pelaku Bisnis Di Kpp Pratama Bukittinggi). *Jurnal Benefita* :

- Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis & Akuntansi*, 4(3), 477–491.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4163>
- Ermawati, N. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Nanik Ermawati Jurusan Akuntansi Universitas Muria Kudus. 2018*, 106–122.
- Ernawati, D. W., & Purnomosidhi, B. (2010). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan, Dan Sunset Policy Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Niat Sebagai Variabel Intervening. *Management UB*, 1–21.
- Faisal, M., & Yulianto, A. (2019). Religiusitas, Norma Subjektif, dan Persepsi Pengeluaran Pemerintah dalam Mendukung Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 3(2), 170. <https://doi.org/10.33603/jka.v3i2.3106>
- Faridzi, M. A., Suryanto, T., & Devi, Y. (2022). Pengaruh Pemahaman Dan Religiusitas Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Dalam Membayar Pajak Pp 23 Th 2018 (Studi UMKM Kecamatan Sukarame). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 03(01), 85–107. <https://doi.org/10.1201/9781003264873-3>
- Fazriputri, N., Widiastuti, N., & Lastiningsih, N. (2021). Pengaruh Sosialisasi Dan Pemahaman Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pemilik UMKM di Kota Bekasi). *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2(2), 657–676.
- Fidyaningrum, M. (2023). Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Sosialisasi Pajak, Love Of Money, Dan Kepercayaan Pada Otoritas Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di Kantor Pelayanan. (*Doctoral*

- Dissertation, Universitas Islam Indonesia*), 19.
<http://hdl.handle.net/123456789/45949>
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, cetakan kelima. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang*.
- Hartanti, E. D., & Gazali, M. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak Pemilik Online Shop Marketplace. *Surplus: Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1).
<https://doi.org/10.31862/9785426311961>
- Haryanti, M. D., Pitoyo, B. S., & Napitupulu, A. (2022). Pengaruh Modernisasi Administrasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Wilayah Kabupaten Bekasi. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan Jayakarta*, 3(02), 108–130.
<https://doi.org/10.53825/japjayakarta.v3i02.105>
- Hasanudin, A. I., Ramdhani, D., & Giyantoro, M. D. B. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak Online Shopping Di Jakarta: Urgensi Antara E-Commerce Dan Jumlah Pajak Yang Disetor. *Tirtayasa Ekonomika*, 15(1), 65.
<https://doi.org/10.35448/jte.v15i1.7828>
- Irmawati, J., & Hidayatulloh, A. (2019). Determinan kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Yogyakarta. *Jurnal Sikap*, 3(2), 112-121.
- Jumriyah, J., & Faisol, I. A. (2023). Pengaruh Implementasi E-Filing, Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak Dan Religiusitas Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Masa Pandemi Covid-19. *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 11(01), 56–71.
<https://doi.org/10.31102/equilibrium.11.01.56-71>

- Karlina, Y. (2020). Pengaruh Love of Money, Sistem Perpajakan, Keadilan Perpajakan, Diskriminasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, Sanksi Perpajakan dan Religiusitas Terhadap Penggelapan Pajak (Berdasarkan Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di Kantor Pelayanan. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(01), 58–69.
- Kemenkeu.go.id. (2023). *Penerimaan Pajak Tembus Rp1.109,1 Triliun hingga Akhir Juli 2023*. Kemenkeu.Go.Id. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Penerimaan-Pajak-Rp1109-Triliun-Akhir-Juli-2023>
- Khansa, A. N., & Masripah. (2023). Pengaruh Tax Amnesty, Religiusitas, Dan Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Jakarta Koja. *Jurnal Akuntansi*, 12(2), 161–170. <https://doi.org/10.46806/ja.v12i2.1029>
- Kurniawansya, I., & Junaidi, A. (2023). Pengaruh Norma Subjektif, Keadilan Perpajakan, Religiusitas Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bumi Dan Bangunan Di Desa Suka Mulya Kecamatan Giri Mulya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Economic Edu*, 4(1), 66–78. <https://doi.org/10.36085/jee.v4i1.5360>
- Lestari, T. Y., Khasanah, U., & Kuntadi, C. (2022). Literature Review Pengaruh Pengetahuan, Modernisasi Sistem Administrasi Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(2), 670–681. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1129>

- Maulida, N. (2019). *Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Norma Subjetif, Religiusitas, dan Self Esteem Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. <http://hdl.handle.net/123456789/15329>
- Mawaddah, I., Zirman, Z., & 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). *Jurnal IAKP: Jurnal Inovasi Akuntansi Keuangan & Perpajakan*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.35314/iakp.v4i1.3214>
- Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM e-commerce. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 21–29.
- Nabila, S. I., & Rahmawati, M. I. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(7), 1–17.
- Nisaak, K., & Khasanah, U. (2022). Literature Review Pengaruh Tingkat Pendapatan, Perubahan Tarif Pajak Insentif Pajak dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 422–433. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.52>
- Primastiwi, A., & Dwi C, R. (2022). Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Religiusitas, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Media Akuntansi Perpajakan*, 6(2), 46–54. <https://doi.org/10.52447/map.v6i2.5125>

- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D. In *Alfabeta, CV* (Issue April).
- Putra, A. F. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM: Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, dan Modernisasi Sistem. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 7(01), 1–12. <https://doi.org/10.35838/jrap.v7i01.1212>
- Resmi, S. (2017). *Perpajakan: Teori dan Kasus Edisi 10-Buku 1*. Salemba Empat.
- Rositayani, K. D., & Purnamawati, I. G. A. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi dan Kewajiban Moral terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM pada Masa Pandemi Covid-19. *Jimat: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(2), 331–343.
- Salmah, S. (2018). Pengaruh Pengetahuan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (PBB). *Jurnal Akuntansi, Prodi. Akuntansi*, 1(2). <https://doi.org/http://doi.org/10.25273/.v1i2.2443>
- Salsabilla, P., Cahyadi, L. D. C. R., & Artaningrum, R. G. (2022). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Kontrol Keperilakuan Yang Dipersepsikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Ukm Di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata, Vol. 7*(No. 1), 40–48.
- Samba, Y. J. P. (2020). Pengaruh Kewajiban Kepemilikan NPWP , Pemeriksaan Pajak dan Penagihan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak. *Sigma: Journal of Economic and Business*, 3(79), 57–66.
- Samudra, T. B., Maslichah, & Sudaryanti, D. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Keperilakuan Yang Dipersepsikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Batu. *E-Jra*, 09(01), 47–57.

- Sanita, N. M. M., Yasa, I. N. P., & Atmadja, A. T. (2018). Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Empiris pada Kantor Bersama SAMSAT Kabupaten Buleleng). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9, 31–45. <https://doi.org/10.25077/mssb.3.2.31-45.2022>
- Suryani, L., & Yushita, A. N. (2017). Perilaku Persepsian Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Niat Mematuhi Pajak sebagai Variabel Pemoderasi. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 986(5), 1–20.
- Widyanti, Y., Erlansyah, D., Butar Butar, S. D. R., & Maulidya, Y. N. (2021). Pengaruh Tingkat Pemahaman, Sanksi, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Mbia*, 20(3), 285–294. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i3.1614>
- Yulia, Y., Wijaya, R. A., Sari, D. P., & Adawi, M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendidikan Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Umkm Dikota Padan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 305–310. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jemsi.v1>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Modernisasi Administrasi Perpajakan, Religiusitas, Dan Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penjual *E-Commerce*.

Assalamualaikum Wr. Wb.

Saya Umami Marhammah mahasiswi Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Dalam rangka penelitian guna menyelesaikan studi Strata-1, saya meminta izin kepada Bapak/Ibu/Saudara/i agar berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian skripsi saya. Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat saya harapkan demi terselesaikannya penelitian ini. Seluruh jawaban dan identitas dari Bapak/Ibu/Saudara/i akan terjamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Umami Marhammah

Bapak/Ibu/Saudara/i dimohon untuk dapat menjawab setiap pertanyaan dengan keyakinan tinggi serta tidak mengosongkan satu jawaban dan tiap pertanyaan hanya boleh ada satu jawaban. Jawaban atas pertanyaan dilakukan dengan memberikan (√) pada salah satu jawaban yang dianggap paling sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Terdapat lima alternatif jawaban yaitu:

- | | | |
|------------------------|-------|---|
| a. Sangat Tidak Setuju | = STS | 1 |
| b. Tidak Setuju | = TS | 2 |
| c. Normal | = N | 3 |
| d. Setuju | = S | 4 |
| e. Sangat Setuju | = SS | 5 |

Data Pribadi:

1. Nama :*wajib diisi
2. Lama Beroperasi : ☐ <1 Tahun
☐ 1 – 5 Tahun
☐ >5 Tahun
3. Omzet Per Tahun : ☐ ≤ 50 Juta
☐ 50 – 100 Juta
☐

>100 Juta

4. Kepemilikan NPWP : ☐ Ya
☐ Tidak

Daftar Pertanyaan:

A. SOSIALISASI PERPAJAKAN

1. Saya pernah mengikuti sosialisasi perpajakan secara langsung yang diselenggarakan oleh petugas pajak

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2. Adanya sosialisasi perpajakan membuat meningkatnya pengetahuan wajib pajak mengenai pentingnya pajak sebagai keberlanjutan pembangunan negara

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

3. Adanya sosialisasi perpajakan membuat saya paham akan tata cara pengisian SPT

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

4. Sosialisasi perpajakan merupakan sarana penyampaian informasi perpajakan bagi wajib pajak

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

5. Sosialisasi mengenai tujuan membayar pajak sangat diperlukan karena belum semua wajib pajak mengetahui tujuan dari mereka membayar pajak

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

B. MODERNISASI ADMINISTRASI PERPAJAKAN

1. Adanya modernisasi administrasi perpajakan seperti E-Filing dan E-SPT dapat memudahkan wajib pajak dalam melaksanakan pembayaran pajak.

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2. Adanya modernisasi administrasi perpajakan dapat membantu wajib pajak mengakses informasi mengenai pajak secara cepat.

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

3. Adanya modernisasi administrasi perpajakan dapat menyederhanakan prosedur pengisian formulir Surat Pemberitahuan Pajak Daerah dan Surat Sorotan Pajak Daerah

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

4. Adanya modernisasi administrasi perpajakan dapat memberikan kemudahan wajib pajak apabila terdapat keluhan mengenai perpajakan

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

C. RELIGIUSITAS

1. Saya aktif dalam organisasi keagamaan

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2. Saya menjadikan agama sebagai pedoman dalam kehidupan sehari-hari

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

3. Saya rutin dalam melakukan ibadah keagamaan

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

4. Saya memiliki keyakinan bahwa seseorang yang patuh pada agama, akan patuh juga terhadap perintah negara

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

D. NORMA SUBJEKTIF

1. Keluarga saya mendorong saya untuk melaksanakan kepatuhan pajak

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2. Teman dan orang-orang disekitar saya mempengaruhi saya dalam membayar pajak

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

3. Petugas pajak yang baik mempengaruhi saya dalam mematuhi ketentuan pajak

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

4. Konsultan pajak mendorong saya melaksanakan kepatuhan perpajakan

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

E. KEPATUHAN WAJIB PAJAK

1. Saya memiliki kesadaran dan kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan dengan membayar pajak tepat waktu

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2. Saya tidak pernah memiliki tunggakan pajak

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

3. Saya melakukan pembayaran pajak sesuai dengan kewajiban pembayaran

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

4. Saya mengisi Surat Pemberitahuan Pajak sesuai dengan peraturan atau Undang-undang yang berlaku

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

5. Saya tidak pernah melakukan kecurangan dalam melaksanakan pembayaran pajak

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐