



PENGARUH SOSIALISASI KESADARAN PAJAK, KETEGASAN SANKSI PAJAK, DAN PEMAHAMAN TARIF PAJAK PELAKU E-COMMERCE TERHADAP KINERJA PENERIMAAN PAJAK DENGAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS DI KARESIDENAN SURAKARTA)

Nisrina Amaya^{a*}, Indra Lila Kusuma^b, Rukmini^c

^a Program Studi Akuntansi, amayathalib@gmail.com, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, Surakarta, Jawa Tengah

^b Program Studi Akuntansi, lilasofyan79@gmail.com, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, Surakarta, Jawa Tengah

^c Kebijakan dan Manajemen Pajak, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, Surakarta, Jawa Tengah

* Korespondensi

ABSTRACT

This research aims to determine whether there is an influence of socialization of tax awareness, strictness of tax sanctions, and understanding of e-commerce tax rates on tax revenue performance through taxpayer compliance as an intervening variable. The population that is the object of this research is MSMEs who run their business through e-commerce in the Surakarta Residency, with a sample of 97 respondents. The data collection method in this research use a questionnaire with certain criteria (purposive sampling). The data analysis technique used to test direct and indirect effects uses path analysis with SPSS 26 software. The research results show that the socialization of tax awareness and the strictness of tax sanctions directly have a significant effect on taxpayer compliance, while understanding tax rates directly does not have a significant effect on taxpayer compliance. Then, socializing tax awareness and strictness of tax sanctions directly has a significant effect on tax revenue performance, but understanding tax rates directly does not have a significant effect on tax revenue performance. Taxpayer compliance is unable to mediate the influence of the relationship between socialization of tax awareness, strictness of tax sanctions, and understanding of tax rates on tax revenue performance in the Surakarta Residency.

Keywords: Socialization of tax awareness, strictness of tax sanctions, understanding of tax rates, tax revenue performance, taxpayer compliance.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh sosialisasi kesadaran pajak, ketegasan sanksi pajak, dan pemahaman tarif pajak pelaku *e-commerce* terhadap kinerja penerimaan pajak melalui kepatuhan wajib pajak sebagai variabel intervensi. Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang menjalankan bisnisnya melalui *e-commerce* di Karesidenan Surakarta, dengan sampel sebanyak 97 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner dengan skala likert. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu (*purposive sampling*). Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan *software* SPSS 26 dan uji sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi kesadaran pajak dan ketegasan sanksi pajak secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan pemahaman tarif pajak secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kemudian, sosialisasi kesadaran pajak dan ketegasan sanksi pajak secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak, namun pemahaman tarif pajak secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak. Kepatuhan wajib pajak tidak mampu memediasi pengaruh hubungan antara sosialisasi kesadaran pajak, ketegasan sanksi pajak, dan pemahaman tarif pajak terhadap kinerja penerimaan pajak di Karesidenan Surakarta.

Kata Kunci: Sosialisasi kesadaran pajak, ketegasan sanksi pajak, pemahaman tarif pajak, kinerja penerimaan pajak, kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*.

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan perwujudan dari kewajiban kenegaraan yang bersifat memaksa dan dilakukan secara berkala serta tidak mendapatkan imbalan langsung untuk kemakmuran dan kemajuan negara. Menurut Tawas *et al.* (2016) terdapat Fungsi pajak yaitu fungsi *budgetair* (penerimaan) dan fungsi *regulerend* (mengatur). Pendapatan negara yang berasal dari sektor perpajakan tidak terlepas dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut surat kabar bisnis.tempo.co Pebrianto (2020), dari sekitar 60 juta unit usaha UMKM di Indonesia, hanya 2 juta yang taat membayar pajak, menurut Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan. Ini menunjukkan bahwa banyak pengusaha UMKM yang kesadaran dalam membayar dan melaporkan pajaknya tergolong kurang. Karena tingkat kepatuhan wajib pajak yang rendah dalam membayar dan melaporkan pajaknya, Indonesia belum mampu mencapai batas tertinggi untuk meningkatkan penerimaan dan pendapatan negara dari pajak. Oleh karena itu, pemerintah mengeluarkan Pemerintah Pusat Nomor 46 Tahun 2013 untuk mengatur pajak penghasilan dari wajib pajak yang memiliki usaha dengan peredaran bruto tertentu. Namun, Indonesia telah memasuki fase baru dalam dunia bisnis, karena kemajuan teknologi yang memungkinkan perdagangan *online* melalui *e-commerce* berkembang dengan sangat cepat sehingga ramai dilakukan, mulai dari menjual barang hingga jasa. Kondisi yang ada saat ini, banyak pelaku usaha *e-commerce* yang berpenghasilan tinggi belum melaporkan kegiatan usaha dan penghasilannya.

Salah satu masalah utama mengenai pembayaran pajak di Indonesia adalah jumlah orang yang enggan melaporkan pajaknya, dan masih banyak wajib pajak yang menunggak dalam membayar pajaknya. Tingkat kepatuhan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pembayaran pajaknya masih cukup rendah di Indonesia, menurut Nugraha (2015). Rendahnya tingkat kepatuhan pajak di Indonesia disebabkan karena banyaknya masyarakat yang menganggap membayar pajak bukan suatu kewajiban, serta banyaknya pengusaha yang berusaha menutupi usahanya agar tidak terlihat oleh petugas pajak. Jika tingkat kepatuhan pajak rendah, maka akan mengakibatkan munculnya upaya penghindaran dan penggelapan pajak, yang secara tidak langsung menunjukkan bahwa pemerintah menyerap pajak dengan buruk (Yuesti, 2018). Para Wajib Pajak terutama pelaku UMKM yang memiliki *e-commerce* seharusnya mengetahui kewajibannya sebagai warga negara yang patuh dalam membayar pajak. Akan tetapi, banyak dari pelaku usaha yang belum menghitung laporan keuangannya dengan benar, sehingga masih menganggap belum memiliki kewajiban untuk melaporkan pajak. Tingkat kepatuhan wajib pajak yang menjalankan UMKM masih tergolong cukup rendah, disebabkan beberapa hal seperti belum sadarnya akan kewajiban perpajakan, belum mengerti administrasi perpajakan, hingga masalah belum memahami aturan dan sanksi perpajakan yang berlaku di Indonesia.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan pajaknya adalah tingkat sosialisasi dan pemahaman mereka akan kewajiban dalam membayar pajaknya. Kesadaran wajib pajak tentang kewajiban perpajakannya adalah bagian penting dalam perpajakan (Hendro Subroto, 2017). Wajib pajak bukan tidak ingin patuh pajak, namun terkadang wajib pajak masih kurang paham mengenai cara menghitung, membayar dan melaporkan pajaknya, terkhusus bagi para pelaku UMKM. Pengusaha harus memahami ketentuan perpajakan sehingga mereka dapat mengetahui keuntungan dalam usahanya dengan tepat dan menghitung pajak yang harus disetorkan [7]. Faktor lain yang mempengaruhi rendahnya kepatuhan pajak adalah sanksi perpajakan. Namun, sanksi perpajakan yang sudah ada ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku belum maksimal membuat para pelaku *e-commerce* yang ada di negara Indonesia taat membayar pajak.

Menurut Alya (2016), kepatuhan wajib pajak bisa dikatakan kondisi dimana wajib pajak dapat memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Jika wajib pajak tidak mematuhi peraturan pajak, upaya penghindaran pajak secara tidak langsung akan meningkat (Le *et al.*, 2021). Ini dapat menyebabkan penurunan penerimaan pajak. Sebaliknya, upaya untuk meningkatkan penerimaan negara menghadapi banyak tantangan, salah satunya adalah tingkat kepatuhan wajib pajak yang masih rendah [10]. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel yang dapat mempengaruhi tingkat kinerja penerimaan pajak negara melalui kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka diangkat penelitian dengan judul “Pengaruh Sosialisasi Kesadaran Pajak, Ketegasan Sanksi Pajak, dan Pemahaman Tarif Pajak Pelaku *E-Commerce* terhadap Kinerja Penerimaan Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Karesidenan Surakarta)”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Menurut Ajzen, ahli Psikologi *University Of Massachussets* (1991), Teori perilaku terencana adalah gambaran antara kepatuhan atau ketidakpatuhan Wajib Pajak yang timbul akibat niat dan tujuan perilaku itu sendiri terhadap Undang-Undang Perpajakan. *Theory Planned Behavior* memberi penjelasan tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku kepatuhan pajak seorang Wajib Pajak yang dilihat dari sudut pandang psikologis. Menurut teori ini, niat atau tujuan dapat mempengaruhi bagaimana seseorang berperilaku, terutama pelaku wajib pajak *e-commerce* dalam kepatuhan aturan perpajakan Hasanudin Agus Ismaya et al. (2020). *Theory of Planned Behavior* adalah teori yang mampu memperkirakan perilaku manusia dan mengenali jenis keyakinan seseorang tentang kontrol atas apa yang akan terjadi sebagai akibat dari perilaku mereka. Oleh karena itu, perilaku individu yang berkehendak dan individu yang tidak berkehendak dapat dibedakan [12].

2.2 Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Milgram (1963) menemukan bahwa teori kepatuhan merupakan dorongan dari individu, kelompok atau organisasi agar dapat bertindak sesuai dengan peraturan. Teori ini memberikan penjelasan tentang situasi dimana seseorang mengikuti aturan atau perintah yang diberikan. Aturan dibuat agar setiap elemen dapat hidup dengan selaras dan harmonis. Semakin tegas aturan dan sanksi yang berlaku maka akan semakin meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan [13]. Mardiasmo mengatakan bahwa teori kepatuhan dapat dibagi menjadi dua teori, yaitu teori konsensus dan teori paksaan [14]. Teori konsensus dalam perpajakan memiliki keterkaitan antara kesadaran dari wajib pajak dengan pengetahuan perpajakan terhadap pentingnya fungsi pajak. Menurut teori paksaan, orang mematuhi hukum karena adanya paksaan, jika wajib pajak tidak mematuhi peraturan yang berlaku maka akan dikenakan sanksi perpajakan.

2.3 Teori Atribusi

Atribusi adalah proses mencari jawaban apa sebabnya perilaku seseorang atau orang lain terjadi. Proses atribusi ini membantu pemahaman kita akan penyebab perilaku dan menjadi mediator penting bagi reaksi kita terhadap dunia sosial [15]. Teori atribusi menjelaskan bagaimana perilaku seseorang dapat diamati dan diputuskan apakah itu dipengaruhi oleh faktor internal atau eksternal. Dalam penelitian ini, variabel sosialisasi perpajakan dan sanksi pajak termasuk dalam kategori faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku individu wajib pajak dalam hal ini. Di sisi lain, variabel pemahaman tarif perpajakan dan kesadaran wajib pajak merupakan komponen yang berasal dari pengaruh internal atau dari dalam wajib pajak itu sendiri. Menurut teori atribusi, dijelaskan bahwa baik pihak internal ataupun pihak eksternal berperan aktif dalam melaksanakan kepatuhan wajib pajak.

2.4 Pajak *E-Commerce*

Pajak merupakan pengungkapan atau perwujudan dari kewajiban kenegaraan yang bersifat memaksa dan dilakukan secara berkala serta tidak mendapatkan imbalan langsung untuk kemakmuran dan kemajuan negara. Pajak *E-Commerce* yaitu pajak yang mengatur mengenai transaksi perdagangan secara *online*. Di dalam PMK Nomor 60/PMK.03/2022 yang ditetapkan pada tanggal 30 Maret 2022 ini mengatur mengenai Pajak *e-commerce*, peraturan terbaru sebelum 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. Tarif pajak yang digunakan pada PP nomor 23 tahun 2018 adalah Pph final dengan tarif 0,5% dari penghasilan bruto wajib pajak yang tidak melebihi 4,8 miliar.

2.5 Kinerja Penerimaan Pajak

Penerimaan perpajakan adalah semua pemasukan negara yang terdiri atas pendapatan pajak dalam negeri dan pendapatan pajak perdagangan internasional. Penerimaan pajak dipengaruhi oleh faktor internal seperti pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, serta nilai tukar rupiah dan faktor eksternal seperti tarif pajak itu sendiri. Sumber penerimaan negara dari sektor perpajakan yang potensial untuk dapat terus ditingkatkan adalah PPh dan PPN. Kinerja perpajakan dinilai baik dan mengalami peningkatan apabila telah melampaui target pajak yang ditetapkan. Untuk mencapai target pajak, kesadaran dan kepatuhan wajib pajak harus ditingkatkan secara konsisten untuk memenuhi kewajiban pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2.6 Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan pajak adalah hal yang sangat berpengaruh dalam penerimaan pendapatan yang dapat juga digunakan untuk mengukur kemampuan pemerintah untuk mencapai target penerimaan pajak. Kepatuhan

pajak merupakan penilaian kinerja Wajib Pajak sebagai dasar pertimbangan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam melaksanakan pembinaan, pengawasan, pengelolaan dan tindak lanjut terhadap Wajib Pajak (Hasanudin Agus Ismaya *et al.*, 2020:73). Kepatuhan wajib pajak merupakan pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi untuk membantu pembangunan negara. Dan dengan demikian dapat disimpulkan bahwa apabila semakin banyak pembayar pajak yang menyetorkan dan melaporkan pajaknya, maka akan meningkat juga rasio kepatuhan pajak dan semakin baik pula kinerja penerimaan pendapatan negara dari segi perpajakan.

2.7 Sosialisasi Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran Wajib Pajak adalah ketika Wajib Pajak ingin melakukan kewajiban dengan sendirinya, seperti mendaftarkan diri, menghitung, membayar dan melaporkan jumlah pajak terutanganya [16]. Menurut Widyani (2016), sosialisasi perpajakan didefinisikan sebagai upaya Dirjen Pajak untuk memberikan informasi dan instruksi kepada masyarakat umum, khususnya wajib pajak, tentang hal-hal yang berkaitan dengan peraturan perpajakan dan pemungutan pajak.

2.8 Ketegasan Sanksi Pajak

Sanksi pajak merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan akan ditaati dan dipatuhi. Sanksi pajak juga dapat digunakan sebagai upaya preventif dalam mencegah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan (Mardiasmo, 2016:62). Sanksi pajak bersifat tegas yang dapat digunakan sebagai pemaksa agar wajib pajak taat akan melaporkan pajaknya dan patuh terhadap aturan perpajakan. Apabila wajib pajak semakin paham terhadap peraturan perpajakan, maka akan semakin paham pula mengenai sanksi yang akan diterima jika tidak melaporkan pajaknya, dan berarti akan berdampak serta mempengaruhi juga terhadap penerimaan pajak negara yang akan meningkat.

2.9 Pemahaman Tarif Pajak

Tarif pajak merupakan dasar pengenaan pajak (dalam bentuk presentase) yang dikenakan atas objek pajak yang menjadi tanggung jawab pelapor dalam hal pemenuhan kewajiban perpajakannya. Pemahaman tarif pajak adalah bagaimana Wajib Pajak dapat mengetahui, memahami, dan menghitung pengenaan pajaknya yang akan disetor. Dapat disimpulkan bahwa pelaku *e-commerce* yang paham mengenai tarif pajak *e-commerce*, maka secara *self assessment* wajib pajak dapat menghitung, membayar, dan melaporkan pajaknya sesuai prosedur dan tarif yang sesuai dengan peraturan perpajakan.

2.10 Penulisan Referensi

Permasalahan mengenai kepatuhan pajak pelaku *e-commerce* sudah ada beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Mochamad Wahyu Sarwedy (2021) dengan variabel pengetahuan pajak, tarif pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Surakarta, dan penelitian dari Julia Fransiska (2021) dengan judul pengaruh jumlah pemeriksaan pajak dan sanksi perpajakan terhadap penerimaan pajak penghasilan dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel intervening pada KPP Pratama Medan Timur, dan Anindita Rizki Hapsari, dan Riska Ramayanti (2022) dengan judul Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM serta penelitian dari Mawaddah *et al.*, (2023) mengenai kepatuhan wajib pajak dengan variabel sosialisasi kesadaran pajak dan pemahaman tarif pajak pelaku *e-commerce* di kota Pekanbaru. Juga ada penelitian yang berkaitan dengan Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan WP Pelaku *E-Commerce* Pada Platform *Online Marketplace* dari Ira Oktaviana, dan Dekar Urumsah (2023).

2.11 Pengembangan Hipotesis

2.11.1. Pengaruh Sosialisasi Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Pelaku *E-Commerce* di Karesidenan Surakarta

Upaya Dirjen Pajak melalui sosialisasi perpajakan dilaksanakan untuk memberikan segala informasi mengenai pelaporan perpajakan dengan tepat kepada masyarakat umum, khususnya wajib pajak. Berkaitan dengan teori atribusi, salah satu faktor eksternal dalam meningkatkan kesadaran dan keterampilan wajib pajak adalah sosialisasi. Karena dengan cara memberikan pengetahuan serta pemahaman perpajakan oleh DJP kepada wajib pajak untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar dan melaporkan pajaknya. Siahaan & Halimatusyadiah (2019) dalam penelitiannya mengenai variabel ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Disisi lain, pada penelitian Indriyani & Jayanto (2020) mengemukakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak dapat secara signifikan memengaruhi kepatuhan wajib pajak.

H1: Terdapat pengaruh secara signifikan sosialisasi kesadaran pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta terhadap kepatuhan wajib pajak

2.11.2. Pengaruh Ketegasan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Pelaku E-Commerce di Karesidenan Surakarta

Sanksi perpajakan menjamin bahwa peraturan perundang-undangan perpajakan akan ditaati dan dipatuhi, dengan kata lain sanksi perpajakan dapat digunakan sebagai alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan (Mardiasmo, 2016:62). Sanksi perpajakan digunakan jika terdapat pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan perpajakan, sehingga apabila terjadi pelanggaran maka wajib pajak akan dihukum sesuai kebijakan peraturan dan undang-undang perpajakan (Resmi, 2008:71 yang dikutip oleh Mawaddah *et al.*, 2023). Penelitian yang dilakukan tentang sanksi perpajakan oleh Sandra & Chandra (2021) menemukan bahwa ketegasan sanksi perpajakan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Andriani (2019) menemukan bahwa sanksi perpajakan tidak berdampak signifikan pada kepatuhan wajib pajak.

H2: Terdapat pengaruh secara signifikan ketegasan sanksi pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta terhadap kepatuhan wajib pajak

2.11.3. Pengaruh Pemahaman Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Pelaku E-Commerce di Karesidenan Surakarta

Tarif pajak diperuntukkan mengatur jumlah uang yang diterima negara dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penggunaan anggaran negara. Tarif pajak didasarkan pada pemahaman bahwa setiap orang memiliki hak yang sama sehingga akan tercipta tarif pajak proporsional, berkaitan dengan hal tersebut jumlah pajak yang dibayar oleh wajib pajak berhubungan dengan tarif pajak [25]. Pemahaman tarif pajak memiliki konsep bahwa wajib pajak harus mengetahui dan memahami sistem administrasi perpajakan yang berlaku di Indonesia agar dapat membayarkannya dengan tepat. Menurut Tri Wahyuningsih (2019), tingkat kepatuhan wajib pajak akan meningkat seiring dengan bertambahnya pengetahuan dan pemahaman tentang pajak. Studi yang dilakukan oleh Muhammad & Dewi (2018) menemukan bahwa tarif pajak tidak berdampak signifikan pada kepatuhan wajib pajak.

H3: Terdapat pengaruh secara signifikan pemahaman tarif pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta terhadap kepatuhan wajib pajak

2.11.4. Pengaruh Sosialisasi Kesadaran Pajak Pelaku E-Commerce di Karesidenan Surakarta Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak

Sosialisasi sangat penting bagi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya melaporkan pajak. Karena apabila wajib pajak sadar untuk membayar pajaknya, maka kepatuhan dalam pelaporan pajak akan terpenuhi, sehingga pembayaran pajak akan terus meningkat dan tidak ada lagi wajib pajak yang enggan membayar pajaknya [28]. Semakin tingginya kepatuhan pajak pelaku *e-commerce*, maka akan berdampak signifikan dan mempengaruhi kinerja penerimaan pajak yang semakin meningkat pula. Maxuel *et al.* (2021) dalam penelitiannya mengenai variabel ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kinerja penerimaan pajak. Disisi lain, pada penelitian Indriyani & Jayanto (2020) mengemukakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak dapat secara signifikan memengaruhi kinerja penerimaan pajak.

H4: Sosialisasi kesadaran pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta secara langsung dapat berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja penerimaan pajak

2.11.5. Pengaruh Ketegasan Sanksi Pajak Pelaku E-Commerce di Karesidenan Surakarta Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak

Semakin banyak pemahaman yang dimiliki Wajib Pajak tentang peraturan perpajakan, maka akan semakin banyak pula pemahaman yang dimiliki Wajib Pajak tentang sanksi yang akan diterima jika mereka tidak memenuhi kewajiban perpajakan dengan patuh. Dengan demikian hal tersebut juga dapat membantu meningkatkan kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* dalam membayar dan melaporkan pajaknya yang secara langsung berpengaruh terhadap kinerja penerimaan pajak. Penelitian yang dilakukan tentang sanksi perpajakan oleh Nainggolan & Pinem (2019) menemukan bahwa ketegasan sanksi perpajakan meningkatkan kinerja penerimaan pajak. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Fransiska (2021) menemukan bahwa sanksi perpajakan tidak berdampak signifikan pada kinerja penerimaan pajak.

H5: Ketegasan sanksi pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta secara langsung dapat berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja penerimaan pajak

Pengaruh Sosialisasi Kesadaran Pajak, Ketegasan Sanksi Pajak, Dan Pemahaman Tarif Pajak Pelaku E-Commerce Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening (Nisrina Amaya)

2.11.6. Pengaruh Pemahaman Tarif Pajak Pelaku *E-Commerce* di Karesidenan Surakarta Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak

Pemahaman tarif pajak adalah bagaimana wajib pajak dapat mengetahui, memahami, dan menghitung pengenaan pajaknya yang akan disetorkan. Apabila pelaku *e-commerce* mengetahui tarif pajak, terutama dalam hal menghitung dan melaporkan pajaknya, maka dengan mudah wajib pajak pelaku *e-commerce* dapat melaksanakan kewajiban perpajakannya sehingga kepatuhan pajak akan meningkat dan dapat berdampak pula pada penerimaan pendapatan negara. Menurut Elda Mareta (2023), kinerja penerimaan pajak akan meningkat seiring dengan bertambahnya pengetahuan dan pemahaman tentang pajak. Studi yang dilakukan oleh Alhusna Nursheha et al. (2014) menemukan bahwa tarif pajak tidak berdampak signifikan pada kinerja penerimaan pajak.

H6: Pemahaman tarif pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta secara langsung dapat berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja penerimaan pajak

2.11.7. Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce* di Karesidenan Surakarta Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak

Tindakan yang diambil oleh Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya disebut Kepatuhan Wajib Pajak. Nurmantu (2005:148) mendefinisikan kepatuhan pajak merupakan adalah situasi ketika semua kewajiban dan hak perpajakan terpenuhi. Penerimaan pajak adalah segala pemasukan yang diterima oleh pemerintah dari sektor pajak. Ekstensifikasi dan intensifikasi dapat digunakan untuk meningkatkan penghimpunan pajak yang lebih maksimal. Semakin banyak wajib pajak yang melaporkan pajaknya, maka penerimaan pajak akan meningkat, yang membuat pemerintah lebih baik mengelola penerimaan pajak untuk membiayai pengeluaran negara. Menurut penelitian Razi (2019), kinerja penerimaan pajak akan meningkat seiring dengan bertambahnya kepatuhan wajib pajak. Studi yang dilakukan oleh Nirvana et al. (2020) menemukan bahwa tarif pajak tidak berdampak signifikan pada kinerja penerimaan pajak.

H7: Kepatuhan Wajib pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta secara langsung dapat berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja penerimaan pajak

2.11.8. Kepatuhan Pajak Pelaku *E-Commerce* di Karesidenan Surakarta Memediasi Hubungan antara Sosialisasi Kesadaran Pajak dengan Kinerja Penerimaan Pajak

Kesadaran wajib pajak adalah sebuah keinginan dalam hati seseorang untuk memenuhi kewajiban perpajakannya dengan tulus dan ikhlas tanpa paksaan dari siapapun. Sosialisasi kesadaran pajak merupakan upaya dalam membangkitkan dan membangun jiwa kesadaran pajak pada wajib pajak dan dalam penelitian ini merujuk pada pelaku *e-commerce*. Sosialisasi sangat penting bagi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya melaporkan pajak. Karena apabila wajib pajak sadar untuk membayar pajaknya, maka kepatuhan dalam pelaporan pajak akan terpenuhi, sehingga pembayaran pajak akan terus meningkat dan tidak ada lagi wajib pajak yang enggan membayar pajaknya [28]. Sari et al. (2020) dalam penelitiannya mengenai variabel ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kinerja penerimaan pajak melalui kepatuhan wajib pajak. Disisi lain, pada penelitian Sulfi Rahyu Salsabila (2024) mengemukakan bahwa sosialisasi perpajakan secara signifikan memengaruhi kinerja penerimaan pajak melalui kepatuhan wajib pajak.

H8: Sosialisasi kesadaran pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta secara langsung dapat berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja penerimaan pajak

2.11.9. Kepatuhan Pajak Pelaku *E-Commerce* di Karesidenan Surakarta Memediasi Hubungan antara Ketegasan Sanksi Pajak dengan Kinerja Penerimaan Pajak

Dengan adanya sanksi perpajakan yang tujuannya untuk menguji kepatuhan wajib pajak orang pribadi maka akan berdampak pada penerimaan pajak penghasilan yang ditargetkan. Semakin banyak pemahaman yang dimiliki Wajib Pajak tentang peraturan perpajakan, maka akan semakin banyak pula pemahaman yang dimiliki Wajib Pajak tentang sanksi yang akan diterima jika mereka tidak memenuhi kewajiban perpajakan dengan patuh. Dengan demikian hal tersebut juga dapat membantu meningkatkan kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* dalam membayar dan melaporkan pajaknya yang secara langsung hal tersebut dapat berpengaruh terhadap kinerja penerimaan pajak. Penelitian yang dilakukan tentang sanksi perpajakan oleh Erik Takhir Mizan (2016) menemukan bahwa ketegasan sanksi perpajakan meningkatkan kinerja penerimaan pajak melalui kepatuhan wajib pajak. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Priyance

Nababan (2019) menemukan bahwa sanksi perpajakan tidak berdampak signifikan pada kinerja penerimaan pajak melalui kepatuhan wajib pajak.

H9: Kepatuhan pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta berpengaruh positif dan signifikan memediasi hubungan antara ketegasan sanksi pajak dengan kinerja penerimaan pajak

2.11.10. Kepatuhan Pajak Pelaku E-Commerce di Karesidenan Surakarta Memediasi Hubungan antara Pemahaman Tarif Pajak dengan Kinerja Penerimaan Pajak

Jika wajib pajak belum mempunyai pengetahuan maka kemungkinan besar mereka belum mengerti betapa penting melaksanakan kewajiban dan hak pajaknya. Jika wajib pajak mempunyai pengetahuan yang baik mengenai ketentuan pajak yang relevan maka wajib pajak akan lebih secara sukarela patuh pada kewajiban pajak mereka, yang dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak yang akan berdampak pada kinerja penerimaan pajak. Menurut Shifa Nada Barokah (2022), menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan hubungan administrasi pajak terhadap penerimaan pajak melalui kepatuhan wajib pajak. Studi yang dilakukan oleh Ridani Wiyani Putri (2020) menemukan bahwa tarif pajak tidak berdampak signifikan pada kinerja penerimaan pajak melalui kepatuhan wajib pajak.

H10: Kepatuhan pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta berpengaruh positif dan signifikan memediasi hubungan antara pemahaman tarif pajak dengan kinerja penerimaan pajak

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Objek Penelitian

Pemilihan Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini menjangkau area di Karesidenan Surakarta, Termasuk daerah Kabupaten Boyolali, Sragen, Klaten, Sukoharjo, dan Karanganyar. Sedangkan untuk objek penelitian yang menjadi bahan dalam penelitian ini adalah Pelaku usaha UMKM yang menggunakan platform *marketplace* dengan penghasilan bruto Rp50.000.000-Rp4.800.000.000 setahun.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tidak dapat diketahui jumlahnya dengan detail dan jelas, yang mana termasuk populasi tidak terbatas. Dikarena para pelaku *e-commerce* yang menjalankan usahanya di Karesidenan Surakarta masih belum semua terdata. Kemudian untuk pengambilan sampel dengan teknik *non probability sampling* jumlah yang didapat yaitu 97 responden menggunakan rumus Lemmishow.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu penelitian *eksplanatory* yang bersifat kausalitas (menganalisis hubungan dan pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat) dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini melalui data primer dan data sekunder. Data primer dari penelitian ini yaitu kuesioner yang disebarakan secara online kepada pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta dengan *G-Form* dan dikumpulkan langsung oleh peneliti dari objek penelitian. Data sekunder dari penelitian ini, yaitu literatur penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian yang dilakukan.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode dalam pengumpulan data ini menggunakan metode survei melalui kuesioner dengan teknik *purposive sampling* yang dibagikan secara *online* menggunakan *google form* kepada pelaku *e-commerce* di wilayah Karesidenan Surakarta yang diukur dengan skala *likert* 1-5. Skala *likert* bertujuan untuk mengukur sebuah pendapat dan persepsi responden mengenai sosialisasi kesadaran wajib pajak, ketegasan sanksi pajak, dan pemahaman tarif pajak pelaku *e-commerce* terhadap kepatuhan wajib pajak yang berpengaruh pada kinerja penerimaan pajak.

3.5. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.5.1. Variabel terikat atau dependen

Kinerja penerimaan perpajakan adalah semua penerimaan negara yang terdiri atas pendapatan pajak dalam negeri dan pendapatan pajak perdagangan internasional. Faktor internal, seperti pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, dan nilai tukar rupiah, serta faktor eksternal, seperti tarif pajak dan kepatuhan wajib pajak, memengaruhi penerimaan pajak.

3.5.2. Variabel Intervening

Kepatuhan wajib pajak adalah ukuran kinerja wajib pajak sebagai dasar pertimbangan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam melakukan pembinaan, pengawasan, pengelolaan dan tindak lanjut terhadap Wajib Pajak (Hasanudin Agus Ismaya *et al.*, 2020:73). Dengan demikian, kepatuhan wajib pajak adalah

memenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan negara

3.5.3. Variabel bebas atau independen

a. Sosialisasi Kesadaran Wajib Pajak

Sosialisasi kesadaran perpajakan didefinisikan sebagai upaya Dirjen Pajak untuk memberikan informasi dan instruksi kepada masyarakat umum, khususnya wajib pajak, tentang hal-hal yang berkaitan dengan kesadaran membayar pajak, pentingnya kewajiban lapor pajak, peraturan perpajakan atau sanksi dan pemungutan pajak serta tujuannya.

b. Pemahaman Tarif Pajak

Pemahaman tarif pajak adalah kondisi dimana wajib pajak dapat menghitung, membayar, dan melaporkan pajaknya sesuai prosedur dan tarif yang sesuai peraturan perpajakan. Administrasi perpajakan adalah cara wajib pajak mengetahui, memahami, dan menghitung jumlah pajak yang akan dibayarkan.

c. Ketegasan Sanksi Pajak

Ketegasan sanksi pajak adalah jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/dipatuhi. Sanksi pajak juga dapat digunakan sebagai alat pencegah (preventif) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan [42].

3.6. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data pada penelitian ini, teknik yang digunakan yaitu teknik statistik induktif. Langkah-langkah yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif, kemudian uji instrumen berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Disambung dengan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis yaitu uji R^2 , uji F, dan uji t. Kemudian dari analisis linier berganda dilanjutkan ke uji jalur memakai *software* SPSS untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada objek penelitian yaitu para pelaku UMKM yang menjalankan usahanya menggunakan *e-commerce* dengan omzet 50 Juta sampai 4,8 Miliar di Karesidenan Surakarta. Total kuesioner yang disebar dan dibagikan secara *online* melalui *G-Form* sebanyak 130, dan kuesioner yang kembali dan direspon sebanyak 103, jadi ada 27 pelaku *e-commerce* yang tidak memberikan respon. Kemudian dari 103 respon, diambil sebanyak 97 data yang diolah, karena 5 hasil data lainnya tidak memenuhi kualifikasi.

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memiliki tujuan untuk mendeskripsikan data berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari jawaban responden pada masing-masing indikator pengukur variabel. Pada hasil pengujian statistik deskriptif dari 97 jawaban responden terhadap item pernyataan, variabel sosialisasi kesadaran pajak (X1) diperoleh skor tertinggi yaitu 25 dan skor terendah 15 dengan rata-rata skor sebesar 22,96 serta standar deviasi sebesar 2,134. Kemudian pada item pernyataan variabel ketegasan sanksi pajak (X2) diperoleh skor tertinggi yaitu 25 dan skor terendah 12 dengan rata-rata skor sebesar 22,25 serta standar deviasi sebesar 2,859. Selanjutnya pada item pernyataan variabel pemahaman tarif pajak (X3) menunjukkan skor tertinggi yaitu 25 dan skor terendah 16 dengan rata-rata skor sebesar 22,65 serta standar deviasi sebesar 2,324. Dan pada item pernyataan variabel kinerja penerimaan pajak (Y) memiliki skor tertinggi yaitu 25 dan skor terendah 15 dengan rata-rata skor sebesar 22,49 serta standar deviasi sebesar 2,489, serta pada item pernyataan variabel kepatuhan wajib pajak (Z) dapat dilihat dari table bahwa skor tertingginya yaitu 25 dan skor terendah 16 dengan rata-rata skor sebesar 22,63 serta standar deviasi sebesar 2,350.

4.1.2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner dengan menggunakan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan kriteria pengujian apabila nilai *pearson correlation* > r-tabel (0,1996) maka butir pertanyaan bisa dikatakan valid. Dan menurut hasil pengujian validitas menggunakan *software* SPSS V26 menunjukkan bahwasannya seluruh kuesioner yang digunakan sebagai instrumen untuk mengukur tingkat

kinerja penerimaan pajak adalah valid, sebab semua nilai *pearson correlation* untuk masing-masing pernyataan variabel independen, dependen dan *intervening* disimpulkan valid, karena lebih besar dari 0,1996 dengan variasi nilai signifikan 0,000 adalah lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

b. Uji Realiabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang, atau dengan kata lain jika kuesioner tersebut dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama dan bisa diandalkan. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS V26 dengan melihat nilai koefisien *Cronbach Alpha* instrumen masing-masing variabel. Instrumen dikatakan andal apabila memenuhi syarat reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Dapat disimpulkan dari hasil pengujian bahwasanya seluruh instrumen kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini adalah reliabel dengan masing-masing nilai *Cronbach Alpha* 0,645, 0,825, 0,743, 0,816, dan 0,784 yang mana lebih besar dari 0,600.

4.1.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah kedua variabel yang dianalisis mempunyai hubungan linier atau tidak secara signifikan. Hasil uji analisa regresi berganda model pertama yang mana variabel dependennya adalah kepatuhan wajib pajak dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (*Step 1*)

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
<i>Constant</i>	5,056	1,752		2,887	0,005
Sosialisasi Kesadaran Pajak	0,300	0,099	0,288	3,026	0,003
Ketegasan Sanksi Pajak	0,347	0,071	0,439	4,888	0,000
Pemahaman Tarif Pajak	0,135	0,096	0,138	1,414	0,161

Sumber: Data primer (Diolah)

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, maka persamaan analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan sebagai berikut:

$$Z = 5,056 + 0,288X_1 + 0,439X_2 + 0,138X_3 + er \quad (1)$$

$$\text{Nilai } er = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,566} = 0,65$$

Berdasarkan persamaan regresi model 1 di atas dapat diketahui bahwa:

- Nilai konstanta 5,056 artinya apabila variabel sosialisasi kesadaran pajak (X1), ketegasan sanksi pajak (X2), pemahaman tarif pajak (X3), sama dengan 0, maka kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta meningkat sebesar 5,056.
- Nilai koefisien regresi sosialisasi kesadaran pajak (X1) adalah 0,288 artinya, apabila Sosialisasi kesadaran pajak (X1) meningkat sebesar 1 satuan, sementara ketegasan sanksi pajak (X2) dan pemahaman tarif pajak (X3) diasumsikan tetap, maka kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta akan meningkat, sebesar 0,288 satuan dengan nilai signifikansi 0,003.
- Nilai koefisien regresi ketegasan sanksi pajak (X2) adalah 0,439 artinya, apabila ketegasan sanksi pajak (X2) meningkat sebesar 1 satuan, sementara sosialisasi kesadaran pajak (X1) dan pemahaman tarif pajak (X3) diasumsikan konstan, maka kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta akan meningkat sebesar 0,439 satuan dengan nilai signifikansi 0,000.
- Nilai koefisien regresi pemahaman tarif pajak (X3) adalah 0,138 artinya, apabila pemahaman tarif pajak (X3) meningkat sebesar 1 satuan, sementara sosialisasi kesadaran pajak (X1) dan ketegasan sanksi pajak (X2) diasumsikan konstan, maka kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta akan meningkat sebesar 0,138 satuan dengan nilai signifikansi 0,161.
- Residual (*error*) variabel sosialisasi kesadaran pajak, ketegasan sanksi pajak dan pemahaman tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak adalah 0,65 atau 65%. Berarti bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini sebesar 65%.

Kemudian untuk hasil uji analisa regresi berganda model kedua dengan variable dependennya yaitu kinerja penerimaan pajak dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (*Step 2*)

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
<i>Constant</i>	1,532	1,978		0,770	0,443
Sosialisasi Kesadaran Pajak	0,510	0,113	0,448	4,533	0,000
Ketegasan Sanksi Pajak	0,195	0,086	0,225	2,266	0,026
Pemahaman Tarif Pajak	0,035	0,105	0,033	0,335	0,739
Kepatuhan Wajib Pajak	0,285	0,117	0,189	1,989	0,003

Sumber: Data primer (Diolah)

Berdasarkan tabel 3.2 diatas, maka persamaan regresi linier berganda model kedua dapat disimpulkan sebagai berikut:

$$Y = 1,532 + 0,448X_1 + 0,225X_2 + 0,033X_3 + 0,189Z + er \quad (2)$$

$$\text{Nilai er} = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,580} = 0,66$$

Berdasarkan persamaan regresi model 1 di atas dapat diketahui bahwa:

- Nilai konstanta 1,532 artinya apabila variabel sosialisasi kesadaran pajak (X1), ketegasan sanksi pajak (X2), pemahaman tarif pajak (X3), dan kepatuhan wajib pajak (Z), sama dengan 0, maka kinerja penerimaan pajak (Y) di Karesidenan Surakarta meningkat sebesar 1,532.
- Nilai koefisien regresi sosialisasi kesadaran pajak (X1) adalah 0,448 artinya, apabila Sosialisasi kesadaran pajak (X1) meningkat sebesar 1 satuan, sementara ketegasan sanksi pajak (X2), pemahaman tarif pajak (X3), dan kepatuhan wajib pajak (Z) diasumsikan tetap, maka kinerja penerimaan pajak (Y) di Karesidenan Surakarta akan meningkat, sebesar 0,448 satuan dengan nilai signifikansi 0,000.
- Nilai koefisien regresi ketegasan sanksi pajak (X2) adalah 0,225 artinya, apabila ketegasan sanksi pajak (X2) meningkat sebesar 1 satuan, sementara sosialisasi kesadaran pajak (X1), pemahaman tarif pajak (X3) dan kepatuhan wajib pajak (Z) diasumsikan konstan, maka kinerja penerimaan pajak (Y) di Karesidenan Surakarta akan meningkat sebesar 0,225 satuan dengan nilai signifikansi 0,026.
- Nilai koefisien regresi pemahaman tarif pajak (X3) adalah 0,033 artinya, apabila pemahaman tarif pajak (X3) meningkat sebesar 1 satuan, sementara sosialisasi kesadaran pajak (X1), ketegasan sanksi pajak (X2), dan kepatuhan wajib pajak (Z) diasumsikan konstan, maka kinerja penerimaan pajak (Y) di Karesidenan Surakarta akan meningkat sebesar 0,033 satuan dengan nilai signifikansi 0,739.
- Nilai koefisien regresi kepatuhan wajib pajak (Z) adalah 0,189 artinya, apabila kepatuhan wajib pajak (Z) meningkat sebesar 1 satuan, sementara sosialisasi kesadaran pajak (X1) dan ketegasan sanksi pajak (X2), dan pemahaman tarif pajak (X3) diasumsikan konstan, maka kinerja penerimaan pajak (Y) di Karesidenan Surakarta akan meningkat sebesar 0,189 satuan dengan nilai signifikansi 0,003.
- Residual (*error*) variabel sosialisasi kesadaran pajak, ketegasan sanksi pajak dan pemahaman tarif pajak serta kepatuhan wajib pajak terhadap kinerja penerimaan pajak adalah 0,66 atau 66%. Berarti bahwa kinerja penerimaan pajak dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini sebesar 66%.

4.1.4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur besarnya tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen (Willy Abdillah, 2015:197). Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara 0 mendekati 1, apabila mendekati 1, maka akan semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel bebas. Hasil analisis koefisien determinasi model 1 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3
Hasil Uji Koefisien Determinasi (*step 1*)

Model	R	R Square	Adjust Square	R	Std. Error of the Estimate
1	0,752	0,566	0,552		1,471

Sumber: Data primer (Diolah)

Hasil analisis SPSS model *summary* menunjukkan bahwa besarnya *adjusted R square* adalah 0,552 atau 55%, sedangkan sisanya sebesar 45% dipengaruhi oleh variabel lainya diluar penelitian ini. Kemudian hasil analisis R^2 model 2 disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Step 2)

Model	R	R Square	Adjust Square	R	Std. Error of the Estimate
2	0,762	0,580	0,562		1,591

Sumber: Data primer (Diolah)

Hasil analisis SPSS model *summary* menunjukkan besarnya *adjusted R square* adalah 0,562 atau 56%, sisanya sebesar 44% dipengaruhi oleh variabel lainya diluar penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian determinasi kedua model tersebut dapat disimpulkan bahwa 90% variabel kepatuhan pajak dan kinerja penerimaan pajak dapat dijelaskan oleh variabel sosialisasi kesadaran pajak, ketegasan sanksi pajak, dan pemahaman tarif pajak sedangkan sisanya sebesar 10 persen dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya diluar penelitian ini.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara simultan. Dari hasil uji F, maka pada tabel Anova dapat diketahui nilai dari *level of significant*. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari *alpha* 5% maka secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikatnya, begitu pula sebaliknya. Berikut ini hasil ringkasan uji F model pertama yang dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS:

Tabel 4.5
Hasil Uji F (Step 1)

Model	F	Sig.
1	40,421	0,000

Sumber: Data primer (Diolah)

Berdasarkan regresi simultan model satu, tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan model regresi signifikan secara statistik dan diperoleh nilai F-hitung sebesar 40,421 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,70, menunjukkan hipotesis diterima dan secara simultan X1, X2, X3 berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berikut ini hasil ringkasan uji F model kedua yang dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS:

Tabel 4.6
Hasil Uji F (Step 2)

Model	F	Sig.
2	31,748	0,000

Sumber: Data primer (Diolah)

Berdasarkan regresi simultan model dua, tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan model regresi signifikan secara statistik dan diperoleh nilai F-hitung sebesar 31,748 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,49, yang berarti dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan secara simultan X1, X2, X3 berpengaruh terhadap kinerja penerimaan pajak.

c. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel-variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitupun sebaliknya. Dan apabila nilai t-hitung $< t$ -tabel, maka hipotesis ditolak yang menunjukkan tidak ada pengaruh secara parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel regresi parsial 4.1 model pertama, maka pengujiannya dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Pengaruh sosialisasi kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak

Diketahui dari hasil uji t, besarnya nilai t-hitung X1 sebesar 3,026 lebih besar dibandingkan t-tabel 1,985. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sosialisasi kesadaran pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak, dan dapat diketahui bahwa H1 **diterima**.

2) Pengaruh ketegasan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak

Diketahui dari hasil uji t, besarnya nilai t-hitung X2 sebesar 4,888 lebih besar dibandingkan t-tabel 1,985. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ketegasan sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak, dan dapat diketahui bahwa H2 **diterima**.

3) Pengaruh pemahaman tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak

Diketahui dari hasil uji t, besarnya nilai t-hitung X3 sebesar 1,414 lebih kecil dibandingkan t-tabel 1,985. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,161 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman tarif pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan pajak, dan dapat diketahui bahwa H3 **ditolak**.

Kemudian berdasarkan tabel regresi parsial 4.2 model kedua, maka pengujian variabel-variabel bebas dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Pengaruh sosialisasi kesadaran pajak terhadap kinerja penerimaan pajak

Hasil dari uji t diketahui nilai thitung X1 sebesar 4,533, lebih besar dari t-tabel 1,986 dan nilai sig $0,000 < 0,05$ berarti variabel sosialisasi kesadaran pajak berpengaruh signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak, berarti H4 **diterima**.

2) Pengaruh ketegasan sanksi pajak terhadap kinerja penerimaan pajak

Hasil dari uji t dapat diketahui nilai thitung X2 sebesar 2,266, lebih besar dari pada t-tabel 1,986 dan nilai sig $0,026 < 0,05$ berarti variabel ketegasan sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak, dan berarti H5 **diterima**.

3) Pengaruh pemahaman tarif pajak terhadap kinerja penerimaan pajak

Hasil dari uji t dapat diketahui nilai thitung X3 sebesar 0,335, lebih kecil dari pada t-tabel 1,986 dan nilai sig $0,739 > 0,05$ berarti variabel pemahaman tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak, dan menunjukkan bahwa H6 **ditolak**.

4) Pengaruh kepatuhan wajib pajak terhadap kinerja penerimaan pajak

Hasil dari uji t dapat diketahui nilai t-hitung Z sebesar 1,989, lebih besar dari pada t-tabel 1,986 dan nilai sig $0,003 < 0,05$ berarti variabel pemahaman tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak, maka menunjukkan bahwa H7 **diterima**.

d. Uji Jalur

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda dan digunakan untuk menaksirkan hubungan kausalitas antar variabel serta dipakai untuk mengukur pengaruh mediasi dari suatu variabel yang telah ditetapkan. Dalam mengukur pengaruh tidak langsung antar variabel independen terhadap variabel dependen, dapat dihitung dengan uji jalur seperti dibawah ini:

1) Pengaruh sosialisasi kesadaran pajak (X1) terhadap kinerja penerimaan pajak (Y)

Pengaruh langsung (X1 terhadap Y) = 0,488

Pengaruh tidak langsung (X1 terhadap Y melalui Z) = $0,288 \times 0,189 = 0,054$

Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa hubungan antara sosialisasi kesadaran pajak bisa langsung berpengaruh terhadap kinerja penerimaan pajak tanpa dimediasi melalui kepatuhan pajak. Hal ini disebabkan nilai *direct effect* lebih besar dari *indirect effect* ($0,488 > 0,054$).

2) Pengaruh ketegasan sanksi pajak (X2) terhadap kinerja penerimaan pajak (Y)

Pengaruh langsung (X1 terhadap Y) = 0,225

Pengaruh tidak langsung (X1 terhadap Y melalui Z) = $0,439 \times 0,189 = 0,082$

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan antara ketegasan sanksi pajak bisa langsung berpengaruh terhadap kinerja penerimaan pajak tanpa dimediasi melalui kepatuhan pajak. Hal ini disebabkan nilai *direct effect* lebih besar dari *indirect effect* ($0,225 > 0,082$).

3) Pengaruh pemahaman tarif pajak (X3) terhadap kinerja penerimaan pajak (Y)

Pengaruh langsung (X1 terhadap Y) = 0,138

Pengaruh tidak langsung (X1 terhadap Y melalui Z) = $0,033 \times 0,189 = 0,006$

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan hubungan antara pemahaman tarif pajak bisa langsung berpengaruh terhadap kinerja penerimaan pajak tanpa dimediasi melalui kepatuhan pajak. Hal ini disebabkan nilai *direct effect* lebih besar dari *indirect effect* ($0,138 > 0,006$).

Berdasarkan uraian diatas, maka sosialisasi kesadaran pajak (X1), ketegasan sanksi pajak (X2), dan pemahaman tarif pajak (X3) secara tidak langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak (Y) melalui kepatuhan pajak (Z), dengan demikian H8, H9, dan H10 **ditolak**.

4.2 Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Sosialisasi Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-commerce Di Karesidenan Surakarta

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Siahaan & Halimatusyadiah (2019) yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Akan tetapi penelitian ini berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Indriyani (2020). Dari hasil uji statistik yang telah dilakukan terlihat bahwa variabel sosialisasi kesadaran pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di karesidenan Surakarta, dengan nilai signifikan sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil regresi linear berganda sosialisasi kesadaran pajak mempunyai nilai koefisien positif sebesar 0,288, menunjukkan bahwa **H1** dalam penelitian ini **diterima**.

4.2.2. Pengaruh Ketegasan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-commerce Di Karesidenan Surakarta

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sandra & Chandra (2021). yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriani (2019) yang menyimpulkan bahwa sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak tidak berpengaruh signifikan. Dari hasil uji statistik yang telah dilakukan terlihat bahwa variabel sosialisasi kesadaran pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di karesidenan Surakarta, dengan nilai signifikan sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil regresi linear berganda sosialisasi kesadaran pajak mempunyai nilai koefisien positif sebesar 0,439, menunjukkan bahwa **H2** dalam penelitian ini **diterima**.

4.2.3. Pengaruh Pemahaman Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-commerce Di Karesidenan Surakarta

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Muhammad & Dewi (2018). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Wahyuningsih (2019) yang menyimpulkan bahwa pemahaman tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dari hasil uji statistik yang telah dilakukan terlihat bahwa variabel sosialisasi kesadaran pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di karesidenan Surakarta, dengan nilai signifikan sebesar 0,161 lebih besar dari 0,05. Dari hasil regresi linear berganda sosialisasi kesadaran pajak mempunyai nilai koefisien positif sebesar 0,138, menunjukkan bahwa **H3** dalam penelitian ini **ditolak**.

4.2.4. Pengaruh Sosialisasi Kesadaran Pajak Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak Pelaku E-commerce Di Karesidenan Surakarta

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Maxuel *et al.* (2021). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Indriyani & Jayanto (2020) yang menyatakan bahwa sosialisasi kesadaran wajib pajak tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak. Dari hasil uji statistik yang telah dilakukan terlihat bahwa variabel sosialisasi kesadaran pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di karesidenan Surakarta, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil regresi linear berganda sosialisasi kesadaran pajak mempunyai nilai koefisien positif sebesar 0,488, menunjukkan bahwa **H4** dalam penelitian ini **diterima**.

4.2.5. Pengaruh Ketegasan Sanksi Pajak Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak Pelaku E-commerce Di Karesidenan Surakarta

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nainggolan & Pinem (2019). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fransiska (2021) yang menyimpulkan bahwa sanksi pajak terhadap kinerja penerimaan pajak tidak berpengaruh signifikan. Dari hasil uji statistik yang telah dilakukan terlihat bahwa variabel sosialisasi kesadaran pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di karesidenan Surakarta, dengan nilai signifikan sebesar 0,026 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil regresi linear berganda sosialisasi kesadaran pajak mempunyai nilai koefisien positif sebesar 0,225, menunjukkan bahwa **H5** dalam penelitian ini **diterima**.

4.2.6. Pengaruh Pemahaman Tarif Pajak Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak Pelaku E-commerce Di Karesidenan Surakarta

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Alhusna Nursheha et al. (2014). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Elda Mareta (2023) yang menyimpulkan bahwa pemahaman tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak. Dari hasil uji statistik yang telah dilakukan terlihat bahwa variabel sosialisasi kesadaran pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di karesidenan Surakarta, dengan nilai signifikan sebesar 0,739 lebih besar dari 0,05. Dari hasil regresi linear berganda sosialisasi kesadaran pajak mempunyai nilai koefisien positif sebesar 0,033, menunjukkan bahwa **H6** dalam penelitian ini **ditolak**.

4.2.7. Pengaruh Kepatuhan Pajak pelaku E-commerce Di Karesidenan Surakarta Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Razi (2019). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nirvana et al. (2020) yang menyimpulkan bahwa kepatuhan pajak tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja penerimaan pajak. Dari hasil uji statistik yang telah dilakukan terlihat bahwa variabel sosialisasi kesadaran pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di karesidenan Surakarta, dengan nilai signifikan sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil regresi linear berganda sosialisasi kesadaran pajak mempunyai nilai koefisien positif sebesar 0,189, menunjukkan bahwa **H7** dalam penelitian ini **diterima**.

4.2.8. Pengaruh Sosialisasi Kesadaran Pajak pelaku E-commerce Di Karesidenan Surakarta Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sulfi Rahyu Salsabila (2024). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2020) yang menyimpulkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap realisasi penerimaan pajak dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel *intervening*. Dari hasil uji statistik yang telah dilakukan terlihat bahwa variabel sosialisasi kesadaran pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di karesidenan Surakarta, dengan nilai signifikan sebesar 0,157 lebih besar dari 0,05. Dari hasil regresi linear berganda sosialisasi kesadaran pajak mempunyai nilai koefisien sebesar 0,054, menunjukkan bahwa **H8** dalam penelitian ini **ditolak**.

4.2.9. Ketegasan Sanksi Pajak pelaku E-commerce Di Karesidenan Surakarta Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Priyance Nababan (2019). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Erik Takhir Mizan (2016) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan sanksi perpajakan terhadap penerimaan pajak dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel *intervening*. Dari hasil uji statistik yang telah dilakukan terlihat bahwa variabel sosialisasi kesadaran pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di karesidenan Surakarta, dengan nilai signifikan sebesar 0,118 lebih besar dari 0,05. Dari hasil regresi linear berganda sosialisasi kesadaran pajak mempunyai nilai koefisien sebesar 0,082, menunjukkan bahwa **H9** dalam penelitian ini **ditolak**.

4.2.10. Pemahaman Tarif Pajak pelaku E-commerce Di Karesidenan Surakarta Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ridani Wiyani Putri (2020). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Shifa Nada Barokah (2022)[36] yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan hubungan administrasi pajak terhadap penerimaan pajak dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel *intervening*. Dari hasil uji statistik yang telah dilakukan terlihat bahwa variabel sosialisasi kesadaran pajak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di karesidenan Surakarta, dengan nilai signifikan sebesar 0,288 lebih besar dari 0,05. Dari hasil regresi linear berganda sosialisasi kesadaran pajak mempunyai nilai koefisien sebesar 0,006, menunjukkan bahwa **H10** dalam penelitian ini **ditolak**.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian dengan judul “Pengaruh Sosialisasi Kesadaran Pajak, Ketegasan Sanksi Pajak, dan Pemahaman Tarif Pajak Pelaku *E-commerce* terhadap Kinerja Penerimaan Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak sebagai variabel intervening (Studi Kasus di Karesidenan Surakarta)” ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa Sosialisasi kesadaran pajak secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak para pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta terbukti dengan nilai koefisien korelasi yaitu 0,288 dan nilai t hitung sebesar 3,026 dengan signifikansi 0,003. Ketegasan sanksi pajak secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak para pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta terbukti dengan nilai koefisien korelasi yaitu 0,439 dan nilai t hitung sebesar 4,888 dengan signifikansi 0,000. Pemahaman tarif pajak secara langsung tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak para pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta terbukti dengan nilai koefisien korelasi yaitu 0,138 dan nilai t hitung sebesar 1,414 dengan signifikansi 0,161. Dalam pengujian tersebut tidak dapat berpengaruh signifikan dikarenakan beberapa faktor, salah satunya karena banyak wajib pajak pelaku *e-commerce* lebih memilih untuk memakai jasa konsultan pajak untuk menyelesaikan kewajiban perpajakannya sehingga tingkat pengetahuan perpajakan yang dimiliki wajib pajak akan semakin rendah karena mereka lebih mengandalkan bantuan konsultan pajak dan dapat disimpulkan tingkat kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* tidak tergantung pada paham atau tidaknya wajib pajak terhadap pengetahuan tarif pajak.

Sosialisasi kesadaran pajak secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak di Karesidenan Surakarta terbukti dengan nilai koefisien korelasi yaitu 0,488 dan nilai t hitung sebesar 4,533 dengan signifikansi 0,000. Ketegasan sanksi pajak secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak di Karesidenan Surakarta terbukti dengan nilai koefisien korelasi yaitu 0,225 dan nilai t hitung sebesar 2,266 dengan signifikansi 0,026. Pemahaman tarif pajak secara langsung tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak di Karesidenan Surakarta terbukti dengan nilai koefisien korelasi yaitu 0,033 dan nilai t hitung sebesar 0,355 dengan signifikansi 0,739. Dalam pengujian tersebut tidak dapat berpengaruh signifikan dikarenakan beberapa faktor, salah satunya karena banyak wajib pajak pelaku *e-commerce* lebih memilih untuk memakai jasa konsultan pajak untuk menyelesaikan kewajiban perpajakannya sehingga tingkat pengetahuan perpajakan yang dimiliki wajib pajak akan semakin rendah karena mereka lebih mengandalkan bantuan konsultan pajak dan dapat disimpulkan Tingkat kinerja penerimaan pajak pelaku *e-commerce* tidak tergantung pada paham atau tidaknya wajib pajak terhadap pengetahuan tarif pajak. Kepatuhan wajib pajak secara langsung dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak di Karesidenan Surakarta terbukti dengan nilai koefisien korelasi yaitu 0,189 dan nilai t hitung sebesar 1,989 dengan signifikansi 0,003.

Sosialisasi kesadaran pajak secara tidak langsung tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak di Karesidenan Surakarta dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel intervening terbukti dengan nilai koefisien korelasi yaitu 0,054 dan nilai t hitung sebesar 1,412 dengan signifikansi 0,157. Kesadaran wajib pajak yang dimiliki oleh pelaku *e-commerce* sebagai wajib pajak tidak mempengaruhi jumlah pajak yang disetor ataupun kepatuhan seseorang terhadap pajak, karena merupakan sebuah kewajiban bagi pelaku *e-commerce* dalam menyetorkan pajak pada negara sesuai dengan jumlah terhutang tanpa harus disosialisasi terlebih dahulu mengenai kesadaran membayar pajak. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa sosialisasi kesadaran pajak tidak berpengaruh terhadap kinerja penerimaan pajak melalui kepatuhan wajib pajak sebagai variabel intervening. Ketegasan sanksi pajak secara tidak langsung tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak di Karesidenan Surakarta dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel intervening terbukti dengan nilai koefisien korelasi yaitu 0,082 dan nilai t hitung sebesar 1,562 dengan signifikansi 0,118. Masih terdapatnya wajib pajak yang tidak melaporkan pajak dan akhirnya mendapat kiriman surat teguran dan atau surat paksa dari KPP. Namun hal tersebut tidak selalu membuat wajib pajak membayar dan menjadi patuh dalam melaporkan pajaknya. Banyak yang tidak menghiraukan sanksi tersebut, sehingga tegasnya sanksi pajak tidak selalu membuat wajib pajak pelaku *e-commerce* patuh dalam melaporkan pajaknya dan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak.

Pemahaman tarif pajak secara tidak langsung tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penerimaan pajak di Karesidenan Surakarta dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel intervening terbukti dengan nilai koefisien korelasi yaitu 0,006 dan nilai t hitung sebesar 1,060 dengan signifikansi 0,288. Dalam pengujian tersebut tidak dapat berpengaruh signifikan dikarenakan pemahaman tarif pajak yang rendah tidak selalu menurunkan kepatuhan pajak, begitupun sebaliknya tingkat pemahaman tarif

pajak bagi wajib pajak pelaku *e-commerce* tidak selalu menaikkan kepatuhan pajak. Selain itu juga dapat disebabkan karena adanya perbedaan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan profesi. Berdasarkan hasil kesimpulan dan keterbatasan penelitian adapun saran yang dapat diberikan terhadap wajib pajak pelaku *e-commerce* adalah diharapkan wajib pajak pengusaha *e-commerce* di Karesidenan Surakarta, perlu ditingkatkan kesadaran dalam memenuhi kewajibannya. Dikarenakan pengusaha *e-commerce* sama halnya dengan pengusaha biasa yang berpenghasilan dan sudah seharusnya membayar pajak terutangnya. Diharapkan wajib pajak terus berusaha meningkatkan pengetahuan terhadap peraturan perpajakan yang berlaku dan yang diperbarui dengan mengikuti kegiatan seminar ataupun penyuluhan perpajakan serta pelatihan pajak. Dan diharapkan wajib pajak UMKM dapat meningkatkan kedisiplinan dan kepatuhan membayar pajak untuk meningkatkan penerimaan negara dari sektor perpajakan. Serta diharapkan wajib pajak jujur dalam melakukan pelaporan jumlah pendapatan, jumlah aset yang dimiliki dan kondisi usaha sesuai dengan yang sebenarnya.

Kemudian saran untuk fiskus/petugas pajak yaitu Diharapkan petugas penyuluhan pajak agar terus meningkatkan sosialisasi pajak terkait pentingnya pajak dan pengetahuan tarif serta tata cara pembayaran pajak yang benar terhadap wajib pajak terutama pelaku usaha di Karesidenan Surakarta dengan penyampaian yang mudah dipahami. Diharapkan petugas pajak KPP untuk meningkatkan kualitas pelayanan perpajakan yang berlaku sehingga dapat meningkatkan persepsi positif Wajib Pajak pelaku *e-commerce* terhadap kinerja penerimaan perpajakan. Diharapkan petugas pajak lebih fokus lagi dalam meningkatkan pemeriksaan pajak pada wajib pajak UMKM secara merata agar wajib pajak patuh membayar dan melaporkan pajaknya. Dan diharapkan petugas pajak KPP lebih tegas dalam memberikan sanksi kepada wajib pajak yang melanggar peraturan perpajakan tanpa toleransi karena peningkatan kedisiplinan pada wajib pajak sangat diperlukan. Serta saran untuk penelitian selanjutnya yaitu Diharapkan dapat memperluas penelitian dari segi lokasi, periode dan objek yang digunakan serta jumlah sampel yang digunakan, sehingga lebih memungkinkan mendapat hasil yang lebih bagus dan akurat. Menambah metode wawancara dengan responden dalam pengambilan data kuesioner, karena dengan hal tersebut dapat diketahui seberapa paham responden dengan pernyataan yang ada. Disarankan untuk menemui dan tatap muka langsung dengan responden, agar pendapat dan jawaban dari responden dapat diawasi sehingga lebih terkontrol dalam mengisi dan menjawab kuesioner penelitian. Penambahan beberapa variabel penelitian lain serta teori yang berbeda yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Hal tersebut memungkinkan berpengaruh dalam memberikan hasil yang lebih baik, dan atau menghasilkan temuan baru yang lebih bermanfaat untuk penelitian tentang pajak UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andriani, G. R. *Pengaruh Sanksi Pajak dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Membayar Pajak Penghasilan*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta. 2019.
- [2] Anita, Afeni Maxuel., & P. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Perpajakan dan Sanksi Pajak, Terhadap Kepatuhan Wajib Riset, Umkm E-commerce. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2021, 16 (1), 21–29.
- [3] Anshari Masud, A., & Randa Payangan, O. *Determinant Factors of E-Commerce and Impacts on Increasing Company Performance*. 2020. 8(6), 2111–2123.
- [4] Dandi. *Theory Of Planned Behavior*. 2022. 74–75.
- [5] Elda Mareta. Analisis Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak, Pelayanan Pajak, Dan Sistem Administrasi Perpajakan Modern Terhadap Penerimaan Pajak (Studi Kasus Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandar Lampung Satu). In *Repository UIN Raden Intan Lampung*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG. 2023.
- [6] Erik Takhir Mizan. *Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dan Implikasinya Pada Penerimaan Pajak Penghasilan Pasal 21 (Studi Pada Kpp Pratama Kota Bandung)*. Universitas Pasundan Bandung. 2016.
- [7] Fauzi, A. R., & Maula, K. A. Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Tarif Pajak dan Pelayanan Perpajakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Karawang. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, 2020, 16(2), 88–103. <https://doi.org/10.24127/akuisisi.v16i2.505>
- [8] Febrini, I., & Fadhila, N. Pemahaman Pajak E-Commerce Pada Pemilik Bisnis Online Shop. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 2022, 1(3), 301–308. <https://doi.org/10.59086/jam.v1i3.206>
- [9] Fransiska, J. Pengaruh Jumlah Pemeriksaan Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Penerimaan

- Pajak Penghasilan Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening Pada KPP Pratama Medan Timur. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*. 2021.
- [10] Ghozali. *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Univ. Diponegoro Press. 2016.
- [11] Ghozali. *Aplikasi analisis multivariete SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro. 2018.
- [12] Ghozali. *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV Pustaka Setia. 2019.
- [13] Herawan, L., & Waluyo, W. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Wajib Pajak Terhadap Penggunaan E-Filing. *Jurnal ULTIMA Accounting*, 2014, 6(2), 77–96. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v6i2.187>
- [14] Hidayat, R., & Wati, S. R. Pengaruh kesadaran Wajib Pajak dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar Pajak bumi dan Bangunan di kota Bandung. *Owner*, 2022, 6(4), 4009–4020. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1068>
- [15] HTN Le, MT Bui, G. N. Factors Affecting Electronic Tax Compliance of Small and Medium Enterprises in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 2021, 8(1), 823–832.
- [16] Indrayani et al. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Kharisma*, 2022, 4(2), 115–125.
- [17] Indriyani, P. D., & Jayanto, P. Y. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan WPOP Pelaku E-Commerce di Kota Semarang pada Platform Online Marketplace Blibli.com. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2020, 7(1), 113–122. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7703>
- [18] Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada Bandung. 2021.
- [19] Kundalini, P. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Pelayanan Pegawai Pajak terhadap Kesadaran Wajib Pajak. *Jurnal Profita*, 2016, 1–13.
- [20] Mardiasmo. *Perpajakan*. Yogyakarta : Andi. 2016.
- [21] Mardiasmo. *Perpajakan Edisi Terbaru 2018*. Yogyakarta : Andi. 2018.
- [22] Marisa Herryanto, A. A. T. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan Di KPP Pratama Surabaya Sawahan. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2022, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.53866/jimi.v3i1.216>
- [23] Mawaddah, I., Zirman, Z., & Abdurrahman, R. 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*, 2023, 4(1), 24. <https://doi.org/10.35314/iakp.v4i1.3214>
- [24] Mochamad Wahyu Sarwedy, dan S. Surakarta Accounting Review (SAREV). *Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*. 2021. 3(2), 89–100.
- [25] Muhammad, N., & Dewi, S. Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing, E-Billing dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Surabaya Tegalsari. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*. 2018. 3(2), 41–54.
- [26] Nainggolan, B. R. M., & Pinem, S. J. P. Analisis Pengaruh Sosialisasi Pajak, Sanksi Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak terhadap Penerimaan Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Madya Medan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*. 2019. 2(2), 256–262. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.565>
- [27] Nirvana Nirvana, Cornelius Rantelangi, R. R. *Pengaruh pemeriksaan pajak, kepatuhan wajib pajak dan kualitas pelayanan pajak terhadap penerimaan pajak pada kantor pelayanan pajak pratama samarinda*. Universitas Mulawarman. 2020.
- [28] Nugraha, S. W. *Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Masih Rendah*. 2015.
- [29] Oktaviana, I., & Urumsah, D. Determinan faktor yang mempengaruhi kepatuhan WP pelaku e-commerce pada platform online marketplace. 2023. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art1>
- [30] Oladipupo, A. O., & Obazee, U. Tax Knowledge, Penalties and Tax Compliance in Small and Medium Scale Enterprises in Nigeria. *Ibusiness*. 2016. 08(01), 1–9. <https://doi.org/10.4236/ib.2016.81001>
- [31] Pebrianto, F. *58 Juta Pelaku UMKM Belum Bayar Pajak*. 2020.
- [32] Pemerintah Pusat. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. *Jakarta*. 2013.
- [33] Priyance Nababan, S. D. PENGARUH SOSIALISASI PAJAK, PELAYANAN FISKUS DAN

- SANKSI PAJAK TERHADAP KINERJA KANTOR PELAYANAN PAJAK (KPP) DENGAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 2019, 2.
- [34] Rahayu, N. PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, KETEGASAN SANKSI PAJAK, DAN TAX AMNESTY TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK. *Akuntansi Dewantara*. 2017. 1(1), 211–226.
- [35] Ramdhani, D., Wibowo, W. Y., Suryani, P., & Prabowo, B. Pengaruh Moral, Frekuensi Pelatihan Pelaporan Perpajakan, dan Norma Subjektif terhadap Kepatuhan Pajak Melalui Pemahaman Akuntansi pada Pelaku Usaha Mikro KPP Pratama Cilegon. *STATERA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. 2019. 1(2), 14–31. <https://doi.org/10.33510/statera.2019.1.2.14-31>
- [36] Razi, M. F. PENGARUH KEPATUHAN WAJIB PAJAK DAN PEMERIKSAAN PAJAK TERHADAP PENERIMAAN PAJAK DI KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA MAKASSAR SELATAN. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR MAKASSAR. 2019.
- [37] Ridani Wiyani Putri. PENGARUH PEMERIKSAAN PAJAK , BIAYA KEPATUHAN PENERIMAAN PAJAK DENGAN KEPATUHAN PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING SKRIPSI Oleh : Nama : Ridani Wiyani Putri FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2020.
- [38] Rorong, E. N., Kalangi, L., & Runtu, T. Pengaruh Kebijakan Tax Amnesty, Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Manado. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*. 2017. 12(2), 175–187. <https://doi.org/10.32400/gc.12.2.17480.2017>
- [39] Sandra, A., & Chandra, C. Pengaruh Tarif Pajak, Sanksi Pajak dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan. *Jurnal Online Insan Akuntan*. 2021. 5(2), 153. <https://doi.org/10.51211/joia.v5i2.1435>
- [40] Sanjaya, R. PENGARUH PENERAPAN PENAGIHAN PAJAK DENGAN SURAT PAKSA TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK (Studi Empiris pada KPP Pratama Tampan Pekanbaru). *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau*. 2014.
- [41] Sari, H. A. Y., Makaryanawati, M., & Edwy, F. M. Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Realisasi Penerimaan Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*. 2020. 4(2), 603. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.289>
- [42] Shifa Nada Barokah. PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK, KUALITAS PELAYANAN DAN SISTEM ADMINISTRASI PERPAJAKAN MODERN TERHADAP PENERIMAAN PAJAK DENGAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cibino). UNIVERSITAS DJUANDA BOGOR. 2022.
- [43] Sholikah, T., & Praptiestrini. Surakarta Accounting Review (SAREV). *Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*. 2021. 3(2), 89–100.
- [44] Siahaan, S., & Halimatusyadiah, H. Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi*. 2019. 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.8.1.1-14>
- [45] Siregar, D. L. PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA BATAM. *Journal of Accounting & Management Innovation*. 2017. 1 No.2, 119–128. <https://doi.org/10.47860/economicus.v14i2.196>
- [46] Siti Masruroh, Z. Z. *Pengaruh Kemanfaatan NPWP, Pemahaman Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. Diponegoro Journal Of Accounting. 2014.
- [47] Suarni dan Marlina. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Pajak, dan Tarif Pajak, Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Padang Satu. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP*. 2018.
- [48] Sudrajat, A., & Parulian Ompusunggu, A. Pemanfaatan teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Kepatuhan Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*. 2015. 2(02), 193–202. <https://doi.org/10.35838/jrap.v2i02.110>
- [49] Christopher S. Goldenstein, et. al. “Infrared laser-absorption sensing for combustion gases.” *Progress in Energy and Combustion Science*, Volume 60, May 2017, Pages 132-176, <https://doi.org/10.1016/j.pecs.2016.12.002>.
- [50] Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif*. 2017.

- [51] Sugiyono. Metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan. *Bandung: Alfabeta*, 2018, 15, 170–182.
- [52] Sugiyono. *Metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan)*. 2019.
- [53] Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. 2020.
- [54] Sulfi Rahyu Salsabila. (2024). PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK DAN SANKSI PAJAK TERHADAP PENERIMAAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR DENGAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris di UPT.Samsat Bangkinang). In Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Repository. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU PEKANBARU.
- [55] Syamsudin, M. (2021). Mahir Meneliti Permasalahan Hukum. 74–75.
- [56] Tawas, V. B. J., Poputra, A. T., & Lambey, R. (2016). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Spt Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Pada Kpp Pratama Bitung). *Jurnal EMBA*, 4(4), 912–921.
- [57] Tri Wahyuningsih. (2019). Analisis Dampak Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Preferensi Risiko Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen (JSAM)*, 1(3), 192–241. <https://www.journals.segce.com/index.php/JSAM/article/view/63/66>
- [58] Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008). Jakarta.
- [59] Undang-undang (UU) Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. (2008). Jakarta.
- [60] Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358>
- [61] Widayani, I. A. D. dan K. A. S. (2016). Pengaruh Sosialisasi, Sanksi dan Persepsi Akuntabilitas Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- [62] Widyaningsih. (2014). *Hukum Pajak dan Perpajakan: Dengan Pendekatan Mind Map*.
- [63] Willy Abdillah, J. H. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif pemodelan persamaan struktural (SEM) dalam penelitian bisnis. 197.
- [64] Winerungan, O. L. (2014). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wpop Di Kpp Manado Dan Kpp Bitung. 1(3), 960–970.
- [65] Wong, J. (2016). *Internet Marketing for Beginners*.
- [66] Yuesti, A., & Author, C. (2018). Taxpayer Compliance Analysis of Tax Amnesty Application as Effort Improvement of Increasing On Countryincomeand Development through Tax Sector. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI) ISSN*, 7(5), 29–36. www.ijbmi.org
- [67] Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian.
- [68] Kementerian Keuangan. (2020). Peraturan Menteri Keuangan Nomor 48/PMK.03/2020 Tahun 2020 tentang Tata Cara Penunjukan Pemungut, Pemungutan, Dan Penyetoran, Serta Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai Atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud Dan/Atau Jasa Kena Pajak Dari Luar Daer. *Jakarta*.