

PEMAHAMAN ATURAN PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK, KUALITAS PELAYANAN PAJAK DAN KEPATUHAN PELAKU E-COMMERCE DI KARESIDENAN SURAKARTA

Safitri Nur Rohmah¹, Erna Chotidjah², Antin Okfitasari³

¹Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta (Safitri Nur Rohmah)

E-mail: 190416027@fhb.udb.ac.id

²Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta (Erna Chotidjah)

E-mail: erna_chotidjah@udb.ac.id

³Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta (Erna Chotidjah)

E-mail: antin_okfitasari@udb.ac.id

Abstract

The aim of this study is to empirically show the effect of understanding tax rules, awareness of taxpayers and quality of tax services on e-commerce compliance. Online trading is inseparable from a tax known as the e-commerce tax. This research method uses a descriptive approach, by collecting data from questionnaires and literature. The data used are primary data by using a Likert scale questionnaire on e-commerce actors in Karasidenan Surakarta. The results of the study prove that understanding of tax rules affects compliance with e-commerce actors, taxpayer awareness does not affect compliance with e-commerce actors and the quality of tax services affects compliance with e-commerce actors.

Keywords: *Understanding of Tax Regulations, Taxpayer Awareness, Quality of Tax Services*

1. PENDAHULUAN

Sektor perpajakan merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar di Indonesia. Pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memasa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi kemakmuran rakyat (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007).

Perkembangan dunia pajak yang terus *up to date* memunculkan inovasi baru yaitu perdagangan *online* atau disebut *e-commerce*. *Electronic commerce (e-commerce)* adalah sebuah sarana untuk melakukan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik (Tiraska, 2022). Perdagangan melalui *online* tidak terlepas dari sebuah pajak yang dikenal sebagai pajak *e-commerce*. Pajak *e-commerce* merupakan pungutan melalui sistem elektronik seperti pasar dan platform *e-commerce*. Peraturan tersebut dijelaskan dalam PMK Nomor 48/PMK 03/2020 mengenai Tata Cara Penunjukan Pemungut, Dan Penyetoran, Serta Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai Atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud Atau Jasa Kena Pajak Dari Luar Daerah Pabean Di Dalam Daerah Pabean Melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (www.jdih.kemenkeu.go.id).

Peraturan pajak *e-commerce* juga berlaku untuk pelaku Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) yang termasuk dalam kelompok menggunakan tarif PPh Final UMKM melalui PP No 55 Tahun 2022 sebesar 0,5% wajib pajak pribadi pengusaha maupun wajib pajak

badan yang memiliki peredaran bruto sampai dengan Rp500.000.000 didalam 1 tahun (Peraturan Pemerintah Nomor 55, 2022).

Fenomena terbaru mengenai *e-commerce* yaitu nilai industri digital di Indonesia semakin bertumbuh signifikan dimulai tahun 2019 41 miliar dollar, 77 miliar dollar tahun 2022 dan perkiraan menjadi 130 miliar dollar pada tahun 2025. Hal tersebut didorong dari transaksi *e-commerce* disektor UMKM (www.jdih.kemenkeu.go.id). Dilansir dari survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) didapatkan pengguna *platform e-commerce*:

Tabel 1. Pengguna Platform E-Commerce

No	Nama Platform E-Commerce	Jumlah
1	Tokopedia	73,73%
2	Lazada	38,81%
3	Shopee	34,33%
4	Media sosial	10,15%

Transaksi di *e-commerce* tidak terlepas dari pemahaman aturan perpajakan yang berlaku. Dikutip dari penelitian Eni (2022) menjelaskan hasil wawancara dengan pelaku *online shop* di Tulungagung masih belum memahami secara mendetail mengenai aturan pajak yang berlaku pada transaksi *e-commerce*. Selain pemahaman aturan pajak, keterkaitan lain mengenai kesadaran wajib pajak. Kesadaran wajib pajak merupakan kegiatan meliputi menghitung, membayar dan melaporkan perpajakan sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku (Tries Handriman, 2019). Dilansir dari penelitian Tries Handriman (2019), menjelaskan bahwa kesadaran wajib pajak masih rendah karena kurangnya kesadaran dari seorang pelaku *e-commerce* dalam melakukan kewajiban perpajakannya.

Pemahaman aturan pajak dan kesadaran wajib pajak tidak terlepas dari kualitas pelayanan pajak. Kualitas pelayanan pajak merupakan layanan yang diberikan dari petugas pajak yang bertujuan agar wajib pajak mendapatkan kepuasan atas kebutuhan dan informasi yang dibutuhkan terutama mengenai perpajakan (Dio, 2021). Dikutip dari penelitian Dio (2021), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dikarenakan kurangnya sosialisasi yang dilakukan dari pihak pajak dan kurangnya kesadaran dari wajib pajak.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pemahaman Aturan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak dan Kepatuhan Pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta”**.

HIPOTESIS

a Pengaruh pemahaman aturan pajak terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*.

Pemahaman aturan pajak merupakan kemampuan mengetahui makna atas peraturan perpajakan menjadi suatu pemahaman utuh sehingga memperluas pandangan terhadap perpajakan (Yeni, 2021). Diperkuat dari penelitian Olivia (2021), menjelaskan bahwa pemahaman aturan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce* karena pelaku usaha memahami aturan dasar peraturan perpajakan sehingga meningkatkan kepatuhan pajak. Dari uraian hasil penelitian tersebut, diperoleh hipotesis:

H₁ : Pemahaman aturan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*.

- b. Pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*.

Kesadaran wajib pajak merupakan kondisi dimana wajib pajak mengetahui, memahami dan melaksanakan perpajakan dengan tepat dan bersifat sukarela (Qisthi, 2018). Diperkuat dari penelitian Qisthi (2018), menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pelaku pajak karena faktor dari dalam diri pelaku pajak tersebut. Dari uraian hasil penelitian tersebut diperoleh hipotesis:

H₂ : Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*.

- c. Pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*.

Kualitas pelayanan pajak merupakan pelayanan yang dilakukan terhadap wajib pajak agar mendapatkan kepuasan yang dibutuhkan secara optimal (Dio, 2021). Diperkuat dari penelitian Fiqi (2022), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan pajak mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak karena kualitas pelayanan yang diberikan dari petugas pajak akan meningkatkan kepuasan wajib pajak. Dari uraian hasil penelitian tersebut diperoleh hipotesis:

H₃ : Kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian berupa angka yang akan menghasilkan sebuah hasil dan memunculkan sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2018). Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan rumusan masalah yang berkenaan dengan pernyataan variabel tanpa membuat perbandingan dan menghasilkan hubungan variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2021). Objek penelitian ini yaitu pelaku *e-commerce* yang mempunyai peredaran bruto Rp0-Rp4.800.000.000.000 selama satu tahun di Karesidenan Surakarta.

Populasi merupakan wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2022). Populasi dalam penelitian ini yaitu pelaku *e-commerce* di wilayah Karesidenan Surakarta yang berjumlah 15.677 pelaku, sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi tersebut (Sugiyono, 2022). Sampel dalam penelitian ini dengan kriteria pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta dan pelaku *e-commerce* dengan penghasilan bruto Rp0-Rp4.800.000.000.000 dalam setahun berjumlah 130.

Data dari penelitian ini yaitu kuantitatif, sedangkan sumber data dari penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer dari penelitian ini yaitu berupa kuesioner yang disebarkan melalui kuesioner dengan google form kepada pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta. Sumber data sekunder dari penelitian ini berupa Undang-Undang, jurnal, artikel yang relevan dengan topik penelitian. Metode pengumpulan data dari penelitian ini yaitu menggunakan pernyataan didalam kuesioner dengan skala *likert* 1-5. Pengukuran skala *likert* dengan kriteria:

Tabel 2. Pengukuran Skala *Likert*

Skala	1	2	3	4	5
Jawaban	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)

Metode analisis data merupakan analisa yang dilakukan untuk pengolahan agar menghasilkan suatu hasil yang dapat ditarik kesimpulan dan diinterpretasikan (Sugiyono, 2018). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan statistic deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji simultan(F) dan uji parsial (t).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Gambaran umum sampel penelitian

Populasi dalam penelitian ini yaitu pelaku e-commerce di Karesidenan Surakarta. Populasi diperoleh dari data Badan Pusat Statistik(BPS), sehingga diperoleh sampel penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. Sampel penelitian

No	Keterangan	Total
1	Kuesioner yang dihasilkan	130
2	Kuesioner tidak lengkap	0
3	Kuesioner yang dapat dianalisis dan diolah	130

3.1.2. Gambaran umum responden

Tabel 4. Kriteria Asal Responden

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Wonogiri	10	8,2%
2	Sukoharjo	32	22,1%
3	Surakarta	27	21,5%
4	Boyolali	7	5,4%
5	Karanganyar	11	11,4%
6	Sragen	34	25,1%
7	Klaten	9	6,3%
	Total	130	100%

Dari tabel diatas diperoleh bahwa pelaku *e-commerce* yang menggunakan transaksi jual beli secara *online* mayoritas berada didaerah Sukoharjo dengan asumsi persentase 22,1% sedangkan asumsi persentase terendah didaerah Boyolali 5,4%.

Tabel 5. Kriteria Pendapatan Bruto

No	Keterangan	Jmlh	Persentase
1	Rp0-Rp50.000.000	106	81,5%
2	Rp50.000.000-Rp250.000.000	17	13,1%
3	Rp250.000.000-Rp500.000.000	1	0,7%
4	>Rp500.000.000	6	4,7%
	Total	130	100%

Dari tabel diatas diperoleh bahwa pendapatan bruto selama setahun mayoritas berada diangka Rp0-50.000.000 dengan asumsi persentase 81,5%, sedangkan pendapatan bruto terendah diangka Rp250.000.000-Rp500.000.000 dengan asumsi persentase 0,7%.

Analisis Statistik Deskriptif.

Analisis deskriptif berisi mengenai gambaran umum dalam analisis ini meliputi nilai rata-rata (*means*), nilai maksimum, nilai minimum dan nilai penyimpangan atau penyebara data (standar deviasi). Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 6. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Pemahaman Aturan	130	5	25	18,03	3,721
Kesadaran WP	130	5	25	16,59	3,813
Kualitas Pelayanan	130	5	25	17,95	3,959
Kepatuhan pelaku e-commerce	130	5	25	17,26	3,877
Valid N (listwise)	130				

Dari tabel 6 diperoleh nilai maksimum 25 dan nilai minimum 5 dari setiap variabel. Nilai rata-rata tertinggi 18,03 dari variabel pemahaman aturan pajak, serta rata-rata terendah 16,59 dari variabel kesadaran wajib pajak.

Uji Kualitas Data

3.1.3. Uji Validitas

Tabel 7. Uji Validitas

Variabel		Pemahaman Aturan	Kesadaran WP	Kualitas Pelayanan	Kepatuhan pelaku e-commerce
Pemahaman Aturan	Pearson Correlation	1	,409**	,342**	,353**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	130	130	130	130
Kesadaran WP	Pearson Correlation	,409**	1	,579**	,466**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	130	130	130	130
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,342**	,579**	1	,549**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	130	130	130	130
Kepatuhan pelaku e-commerce	Pearson Correlation	,353**	,466**	,549**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	130	130	130	130

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan dari data kuesioner, pernyataan didalam kuesioner yang valid maka bisa diukur dari data tersebut (Ghozali, 2018). Kriteria didalam uji validitas yaitu nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel maka baru bisa dikatakan valid. Nilai r tabel diperoleh dari rumus df (*degree of freedom*) = $n - 2$, dimana n berasal dari jumlah sampel yang diteliti dan 2 merupakan ketetapan perhitungan, sehingga r tabel dalam penelitian ini yaitu $n - 2 = 130 - 2 = 128$ dengan $\alpha = 0,05$ didapatkan r tabel 0,1723. Dari hasil uji validitas diperoleh hasil:

- Variabel pemahaman aturan pajak memiliki nilai r hitung 0,353 dan r tabel 0,1723. Hal tersebut berarti $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ sehingga variabel pertama dikatakan valid,
- Variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai r hitung 0,466 dan r tabel 0,1723. Hal tersebut berarti $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ sehingga variabel kedua dikatakan valid.
- Variabel kualitas pelayanan pajak memiliki nilai r hitung 0,549 dan r tabel 0,1723. Hal tersebut berarti $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ sehingga variabel kedua dikatakan valid.

3.1.4. Uji Reliabilitas

Tabel 8. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,767	4

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur pernyataan dikuesioner apakah dari setiap variabel konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Kriteria yang digunakan yaitu apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha $>0,07$ baru dikatakan reliabel, namun apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha $<0,07$ tidak reliabel (Ghozali, 2018). Dari tabel diatas didapatkan nilai Cronbach's Alpha 0,767 berarti $>0,07$ dapat dikatakan bahwa data penelitian reliabel.

Uji Asumsi Klasik

3.1.5. Uji Normalitas

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,12226783
Most Extreme Differences	Absolute	,038
	Positive	,038
	Negative	-,036
Test Statistic		,038
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah didalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal atau tidak. Kriteria yang digunakan yaitu apabila nilai signifikansi $>0,05$ maka dikatakan penelitian tersebut berdistribusi normal, namun apabila dibawah 0,05 maka penelitian tersebut tidak normal (Ghozli, 2018). Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil uji normalitas mempunyai nilai signifikansi 0,200 yang berarti $>0,05$ maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini berdistribusi normal.

3.1.6. Uji Multikolinearitas

Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,573	1,652		2,768	,007		
	Pemahaman Aturan	,151	,083	,145	1,824	,071	,816	1,225
	Kesadaran WP	,181	,093	,178	1,941	,055	,615	1,626
	Kualitas Pelayanan	,388	,087	,397	4,462	,000	,652	1,534

a. Dependent Variable: Kepatuhan pelaku e-commerce

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terdapat korelasi antara variabel independen dengan kriteria yang digunakan yaitu nilai *tolerance* dan nilai VIF (Variance Inflation Factor). Nilai *tolerance* digunakan untuk mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel lainnya dengan kriteria nilai $>0,10$. Nilai VIF digunakan untuk mengukur apakah didalam variabel independen terdapat gejala multikolinearitas atau tidak dengan kriteria nilai $<10,00$. Hasil data diatas menunjukkan bahwa:

- Variabel pemahaman aturan pajak memiliki nilai *tolerance* 0,816 dan nilai VIF 1,225. Maka variabel tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas.
- Variabel pemahaman aturan pajak memiliki nilai *tolerance* 0,615 dan nilai VIF 1,626. Maka variabel tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas.
- Variabel pemahaman aturan pajak memiliki nilai *tolerance* 0,652 dan nilai VIF 1,534. Maka variabel tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3.1.7. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 11. Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,757	,967		2,852	,005
	Pemahaman Aturan	-,045	,048	-,091	-,926	,356
	Kesadaran WP	,056	,054	,117	1,035	,303
	Kualitas Pelayanan	-,020	,051	-,044	-,402	,688

a. Dependent Variable: Kepatuhan pelaku e-commerce

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018). Kriteria yang digunakan dengan nilai signifikansi $>0,05$ maka dikatakan normal, namun apabila $<0,05$ tidak normal. Dari tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi dari variabel pemahaman aturan pajak $0,356 > 0,5$ maka penelitian ini normal, variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai signifikansi $0,303 > 0,005$ maka penelitian ini normal dan variabel kualitas pelayanan pajak memiliki nilai signifikansi $0,688 > 0,05$ maka penelitian ini juga dikatakan normal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Gambar 12. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	4,573	1,652	
Pemahaman Aturan	,151	,083	,145
Kesadaran WP	,181	,093	,178
Kualitas Pelayanan	,388	,087	,397

a. Dependent Variable: Kepatuhan pelaku *e-commerce*

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dari tabel diatas didapatkan hasil regresi berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 4,573 + 0,151X_1 + 0,181X_2 + 0,388X_3 + e$$

Uji Hipotesis

3.1.8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 13. Hasil Uji R^2

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,720 ^a	,518	,507	2,243

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Pemahaman Aturan, Kesadaran WP

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen oleh nilai *adjusted R-Squared* pada tabel model *summary* dengan kriteria nilai apabila nilai mendekati 1 maka variabel independen memberikan informasi terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai *Adjusted R-Square* 0,507 atau 50,7% yang berarti mendekati 1 dapat diartikan bahwa variabel independen mampu memberikan informasi simultan terhadap variabel dependen.

3.1.9. Uji Simultan (F)

Tabel 14. Hasil Uji F

	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	681,544	3	227,181	45,154	,000 ^b
<i>Residual</i>	633,938	126	5,031		
<i>Total</i>	1315,482	129			

a. Dependent Variable: Kepatuhan pelaku e-commerce

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Pemahaman Aturan, Kesadaran WP

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen dengan menaksir nilai signifikansi $<0,05$. Dari tabel diatas diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa model regresi linear berganda layak digunakan karena variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

3.1.10. Uji Parsial (uji t)

Tabel 15. Hasil Uji t

	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	4,573	1,173		3,898	,000
Pemahaman Aturan	,151	,059	,176	2,569	,011
Kesadaran WP	,181	,093	,178	1,941	,055
Kualitas Pelayanan	,388	,062	,481	6,285	,000

a. Dependent Variable: Y1

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan $\alpha = 0,05$ (5%) dengan nilai signifikansi $<0,05$. Dari tabel diatas diperoleh hasil uji t:

- Variabel pemahaman aturan pajak mempunyai nilai signifikansi 0,011 yang berarti $<0,05$, maka H_1 diterima. Dengan demikian H_1 menyatakan bahwa adanya pengaruh antara pemahaman aturan pajak terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*.
- Variabel kesadaran wajib pajak mempunyai nilai signifikansi 0,055 yang berarti $>0,05$, maka H_2 ditolak. Dengan demikian H_1 menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*.
- Variabel kualitas pelayanan pajak mempunyai nilai signifikansi 0,000 yang berarti $<0,05$, maka H_3 diterima. Dengan demikian H_3 menyatakan bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh pemahaman aturan pajak terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*.

Dari hasil uji regresi atas variabel pemahaman aturan pajak menunjukkan bahwa pemahaman aturan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,011 yang berarti nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian, H_1 diterima. Hasil ini selaras dengan temuan Wahyu (2022), yang menjelaskan bahwa pemahaman pajak *e-commerce* berpengaruh signifikan yang berdasarkan Compliance Theory yang menjelaskan bahwa seorang individu mematuhi hukum yang mereka anggap sesuai dan konsisten dengan norma-norma yang mereka anut.

3.2.2. Pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*.

Dari hasil uji regresi atas variabel kesadaran wajib pajak menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,055 yang berarti nilai signifikansi $> 0,05$. Dengan demikian, H_2 ditolak. Hasil ini selaras dengan temuan Yeni (2021), yang menjelaskan bahwa bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dikarenakan kurangnya kesadaran dari individu mengenai perpajakan.

3.2.3. Pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*.

Dari hasil uji regresi atas variabel kualitas pelayanan pajak menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000 yang berarti nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian, H_3 diterima. Hasil ini selaras dengan temuan Yeni (2021), yang menjelaskan bahwa bahwa kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dikarenakan tingkat pelayanan yang diberikan petugas pajak memberikan kepuasan bagi wajib pajak sesuai dengan kebutuhan dan informasi yang dibutuhkan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka didapatkan kesimpulan bahwa pemahaman aturan pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta, kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta serta kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce* di Karesidenan Surakarta. Penelitian ini juga masih terdapat kekurangan diantaranya: hanya satu tempat yang diteliti, jumlah responden belum cukup banyak serta belum semua variabel mempunyai pengaruh signifikan.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan keterbatasan tersebut, yaitu untuk peneliti selanjutnya dapat menambah tempat penelitian yang akan diteliti, dapat menambah jumlah responden yang akan diteliti serta menambahkan analisis pengolahan data agar mendapatkan hasil yang cukup signifikan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan artikel ini, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Erna Chotidjah dan Ibu Antin Okfitasari selaku pembimbing skripsi sekaligus pihak yang mendukung penulis hingga terselesaikannya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreansyah, F. (2022). Analisis Pengaruh Insentif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 5 No 2*, 2097-2104.
- Asderi, T. (2022). Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus Terhadap Kepatuhan WPOP di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA*, 999-1008.
- Chanita, O. A. (2021). Peranan Pengetahuan Pajak dan Kesadaran Pajak bagi Kepatuhan Pajak Pelaku Usaha E-Commerce. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 233-238.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Pengolahan data dengan program IBM SPSS26*. Diponegoro: UNDIP.
- IAEI, I. E. (2023, Maret). *KEMENKEU RI* . Retrieved from katan Ekonomi Islam Indonesia (IAEI) : <https://djpb.kemenkeu.go.id/>
- Jamain, T. H. (2019). *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 120-128.
- Kemenkeu. (2022, Desember). *Peraturan Pemerintah*. Retrieved from Peraturan Perundang-undangan: LN.2022/No.231, TLN No.6836, jdih.setneg.go.id: 69 hlm.
- Pratama, D. N. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPATUHAN PAJAK PADA PELAKU USAHA E-COMMERCE. *UII JOURNAL*, 1-114.
- Qisthi Yoeanda, A. M. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPATUHAN WAJIB PAJAK . *E-JRA Vol. 07*, 52-64.
- Sugiyono. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan KUALITATIF R&D*. Bandung .
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif . *Jurnal Economic* , 32.
- Widhajati, E. (2022). ANALISIS PEMAHAMAN PAJAK E-COMMERCE PADA PEMILIK BISNIS ONLINE DI TULUNGAGUNG. *Journal of Accounting and Tax*, 67-75.
- Widyanti, Y. (2021). Pengaruh Tingkat Pemahaman, Sanksi, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Journl Management, Business, and Accounting*, 285-294.