

## Determinan faktor yang mempengaruhi kepatuhan WP pelaku e-commerce pada platform online marketplace

Ira Oktaviana, Dekar Urumsah

Universitas Islam Indonesia  
e-mail: 18919033@students.uii.ac.id

---

### Abstrak

Pajak penghasilan merupakan salah satu sumber penerimaan negara dari sektor pajak, selain sektor migas, dan sektor non-pajak lainnya. Berdasarkan sumber penerimaan negara sektor pajak merupakan sumber penerimaan utama dalam memenuhi anggaran negara. Diera digital pemanfaatan teknologi diadopsi oleh organisasi dengan tujuan meningkatkan produktifitas dalam menjalankan operasional perdagangan secara online (E-Commerce). Kegiatan bisnis di E-Commerce mendatangkan keuntungan tentunya tidak akan terlepas dari pengenaan pajak penghasilan pihak penjual. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak pelaku E-Commerce. Objek dalam penelitian ini adalah wajib pajak E-Commerce yang memasarkan produknya pada platform online marketplace. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis structural equation modeling (SEM). Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku E-Commerce untuk memenuhi kepatuhan dalam perpajakan sehingga penerimaan negara juga meningkat.

*Kata kunci:* Kepatuhan Wajib Pajak, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pajak E-Commerce, Online Marketplace.

DOI: [10.20885/ncaf.vol5.art1](https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art1)

---

### PENDAHULUAN

Pemanfaatan teknologi di era digital tidak hanya untuk berkomunikasi, tetapi juga telah banyak diadopsi oleh organisasi dalam rangka meningkatkan produktifitas dalam menjalankan operasional, termasuk pada transaksi perdagangan barang atau jasa secara *online* (Amornkitvikai *et al.*, 2022). Kegiatan jual beli barang atau jasa melalui media internet sering disebut dengan *electronic commerce* (*e-commerce*). Transaksi *e-commerce* dapat diakses dengan mudah dimanapun dan kapanpun melalui media elektronik seperti laptop, komputer, bahkan *gadget*, sehingga pelaku bisnis *online* berbasis *e-commerce* terus meningkat dengan drastis (Phan, 2021). Kegiatan bisnis termasuk transaksi *e-commerce* yang mendatangkan keuntungan tentunya tidak akan terlepas dari pengenaan pajak, khususnya pajak penghasilan pihak penjual dan tidak menutup kemungkinan pengenaan pajak yang lain (Indriyani & Jayanto, 2020).

Kepatuhan wajib pajak merupakan keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan menggunakan hak perpajakannya (Alya & Iqbal, 2020). Bagi wajib pajak yang tidak patuh terhadap peraturan pajak maka secara tidak langsung akan menumbuhkan upaya penghindaran wajib pajak (Le *et al.*, 2021). Jika hal tersebut terjadi maka dapat menyebabkan berkurangnya penerimaan pajak daerah maupun negara (Masud *et al.*, 2020).

Sosialisasi perpajakan merupakan hal yang penting dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak dalam hal ini berupa seminar ataupun pelatihan pelaporan perpajakan. Pengetahuan pajak mengacu pada proses dimana pembayar pajak menjadi lebih sadar akan peraturan pajak dan informasi terkait pajak lainnya (Oladipupo & Obazee, 2017). Penelitian yang dilakukan Indriyani & Jayanto (2020) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Pemahaman ketentuan dalam perpajakan penting karena dengan memahami ketentuan perpajakan maka para pengusaha akan tahu tata cara menghitung dan membayar pajak yang benar dan tepat. Sehingga pengusaha dapat mengetahui keuntungan dalam usahanya dengan tepat dan dapat menghitung pajak yang akan disetorkan dengan benar (Ramdhani, *et al.*, 2019). Tawas *et al.*, (2017)

menyatakan bahwa pemahaman perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Kualitas pelayanan adalah penilaian seseorang terhadap kinerja aktual dari penyedia layanan yang dibandingkan dengan harapan yang diinginkan (Shatnawi, *et al.*, 2020). Kualitas pelayanan berperan besar terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak (Nasution *et al.*, 2020). Cimberly *et al.*, (2018) dalam penelitiannya kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat (motivasi wajib pajak).

Tinggi rendahnya kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah kesadaran wajib pajak. Danarsi *et al.*, (2017) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak merupakan hal yang penting dalam perpajakan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian Suryanti & Sari (2018) menunjukkan bahwa kesadaran perpajakan, pelayanan fiskus, dan tingkat pemahaman memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Indikator dari variabel kesiapan teknologi informasi wajib pajak adalah kesiapan menerima perkembangan teknologi (koneksi, *software*, *hardware*) dan Sumber daya manusia yang memadai (Daryatno, 2020; Santioso *et al.*, 2018). Penelitian yang dilakukan Santioso *et al.*, (2018) hasilnya kesiapan teknologi informasi juga berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *e-filling*.

Pemanfaatan teknologi informasi khususnya dalam administrasi pajak yaitu dengan penggunaan teknologi informasi dalam modernisasi perpajakan yang berbasis *e-system*. Diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan pajak juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap administrasi perpajakan. Menurut Wahyuni dalam Lestari & Kholis (2020) Penelitian yang dilakukan Nopiana & Erni (2018) menyatakan bahwa sosialisasi pajak dan pemanfaatan teknologi informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan bagi wajib pajak terhadap kepatuhan pelaporan SPT.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan Indriyani & Jayanto (2020), perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel yang diteliti. Pada penelitian ini menambahkan variabel kesiapan teknologi dan pemanfaatan teknologi karena peneliti tertarik untuk mengetahui apakah teknologi telah disiapkan dan dimanfaatkan oleh wajib pajak. penelitian ini menguji faktor niat wajib pajak untuk melakukan pembayaran pajak, faktor niat pembayaran pajak atas transaksi *e-commerce* dalam penelitian menggunakan 2 (dua) aspek yaitu internal dan eksternal. Pengaruh internal berupa pemahaman perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan pemanfaatan teknologi informasi. Pengaruh eksternal berupa kualitas pelayanan pajak, sosialisasi perpajakan dan adanya penarikan PMK-210/PMK.010/2018 tentang perlakuan perpajakan atas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik.

## TINJAUAN LITERATUR

### *Theory of Planned Behaviour (TPB)*

Beberapa model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer di antaranya yang tercatat dalam berbagai literatur dan referensi hasil riset dibidang teknologi informasi adalah seperti *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya adalah persepsi pengguna terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan TI sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam konteks pengguna teknologi sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan TI menjadikan tindakan/perilaku orang tersebut sebagai tolok ukur dalam penerimaan sebuah teknologi.

Model TPB menjelaskan bahwa perilaku yang ditimbulkan oleh individu timbul karena adanya niat untuk melakukan perilaku dan niat untuk berperilaku ditentukan oleh tiga faktor. Pertama *behavioral beliefs* merupakan keyakinan individu mengenai hasil dari suatu perilaku dan evaluasi akan hasil yang diperoleh. Kedua *normative beliefs* merupakan keyakinan mengenai harapan normatif orang lain dan memiliki motivasi yang tinggi untuk memenuhi harapan tersebut. Ketiga *control beliefs* merupakan keyakinan mengenai keberadaan sesuatu hal yang mendukung atau menghambat tindakan yang akan ditampilkan dan persepsinya tentang seberapa besar sesuatu hal yang mendukung dan menghambat tindakannya tersebut (*perceived power*).

### **Kepatuhan Wajib Pajak**

Kepatuhan wajib pajak merupakan pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan negara. Kepatuhan wajib pajak muncul ketika wajib pajak berusaha untuk mematuhi peraturan hukum perpajakan yang berlaku baik memenuhi kewajiban atau melaksanakan hak perpajakan. Berdasarkan keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 wajib pajak patuh diantaranya yaitu :

1. Tepat waktu dalam penyampaian SPT untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir.
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak.
3. Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan dalam jangka waktu 10 tahun terakhir.

### **Sosialisasi Perpajakan**

Sosialisasi jika dikaitkan dengan bidang perpajakan adalah upaya DJP dalam memberikan informasi dan pembinaan kepada Wajib Pajak mengenai segala sesuatu yang ada korelasinya dengan bidang perpajakan. Ada beberapa poin terkait indikator sosialisasi Ditjen Pajak dimana kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan kesadaran dan rasa peduli pajak (Cynthia & Djauhari, 2020). Yaitu dengan cara melakukan Penyuluhan, Berdiskusi langsung dengan fiskus, Informasi langsung dari petugas (fiskus) ke Wajib Pajak, Pemasangan *billboard* dan memaksimalkan Website Ditjen Pajak sebagai media sosialisasi dalam bentuk website yang dapat diakses internet setiap saat, cepat, mudah, dan lengkap serta *up to date*.

### **Pemahaman Perpajakan**

Menurut Widayanti & Nurlis dalam Mahfud *et al.*, (2017) terdapat beberapa indikator bahwa wajib pajak mengetahui dan memahami peraturan perpajakan. Pertama kepemilikan NPWP setiap wajib pajak yang memiliki penghasilan sebagai salah satu sarana pengadministrasian pajak. Kedua wajib pajak yang telah mengetahui dan memahami kewajiban sebagai wajib pajak maka akan melakukan kewajiban seperti pelaporan SPT dan membayar pajak. Ketiga apabila wajib pajak semakin paham terhadap peraturan perpajakan maka akan semakin paham pula mengenai sanksi yang akan diterima jika melalaikan perpajakan. Keempat pengetahuan dan pemahaman mengenai PTKP, PKP dan tarif pajak. Kelima wajib pajak mengetahui dan memahami peraturan perpajakan melalui sosialisasi yang dilakukan oleh KPP. Keenam wajib pajak mengetahui dan memahami peraturan pajak melalui *training* perpajakan.

### **Kualitas Pelayanan Perpajakan**

Persepsi wajib pajak tentang kualitas pelayanan fiskus dapat diukur dengan indikator sebagai berikut (Cimberly *et al.*, 2018): (1) Kualitas interaksi bagaimana cara fiskus dalam mengkomunikasikan pelayanan pajak kepada wajib pajak sehingga wajib pajak puas dengan pelayanannya. (2) Kualitas lingkungan bagaimana peranan kualitas lingkungan dari kantor pajak sendiri dalam melayani pajak. (3) Hasil kualitas pelayanan, pelayanan fiskus dapat memberikan kepuasan terhadap wajib pajak sehingga persepsi wajib pajak terhadap fiskus akan baik dan berdampak meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

### **Kesadaran Wajib Pajak**

Kesadaran wajib pajak adalah kondisi dimana wajib pajak mengetahui, memahami dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela. Menurut Halawa & Saragih (2017) ada beberapa hal yang perlu menjadi perhatian Direktorat Jenderal Pajak dalam membangun kesadaran dan kepedulian wajib pajak antara lain melakukan sosialisasi perpajakan, memberikan kemudahan dalam segala hal pemenuhan, kewajiban perpajakan, dan meningkatkan mutu pelayanan kepada wajib pajak dan meningkatkan citra *good governance*.

### **Kesiapan Teknologi Informasi**

Kesiapan teknologi informasi wajib pajak berarti individu siap menerima perkembangan teknologi termasuk yang berkaitan dengan pajak. Kesiapan teknologi informasi juga dapat mempengaruhi kemajuan pola pikir individu. Semakin siap menerima teknologi yang baru berarti semakin maju pemikiran individu tersebut yaitu bisa beradaptasi dengan teknologi yang semakin lama semakin berkembang (Santioso *et al.*, 2018).

### **Pemanfaatan Teknologi Informasi**

Teknologi informasi merupakan sekumpulan sumber daya informasi organisasi, peran penggunaannya serta manajemen yang menjalankannya (Santioso *et al.*, 2018). Semua bentuk penggunaan teknologi informasi harus bisa dimanfaatkan dengan baik terutama dalam pelaporan pajak. Penggunaan teknologi informasi dalam modernisasi perpajakan yang berbasis *e-system* diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan pajak dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap administrasi perpajakan.

### **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Sosialisasi adalah suatu konsep umum yang dimaknakan sebagai proses belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berfikir, merasakan dan bertindak dimana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif (Putra *et al.*, 2019). Penelitian mengenai variabel ini dilakukan oleh Aprilia *et al.*, (2020) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap pemahaman perpajakan.

H1: Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap pemahaman perpajakan.

Sosialisasi dapat diterapkan dalam kegiatan praktis dilapangan yang dilakukan secara berkesinambungan dengan tujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kesadaran dan kepatuhan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Penelitian mengenai variabel ini dilakukan oleh Wardani & Wati (2018); Boediono *et al.*, (2018) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak.

H2: Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran WP.

Meningkatnya pemahaman perpajakan baik formal dan non formal akan berdampak positif terhadap kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak (Meutia *et al.*, 2021). Pemahaman tentang peraturan perpajakan merupakan suatu proses dimana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan tersebut untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Penelitian mengenai variabel ini dilakukan oleh Riyanto & Ningsih (2021); Subarkah & Dewi (2021) menyatakan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak.

H3: Pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap Kesadaran WP.

Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan tetap dalam batas memenuhi standar pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan serta harus dilakukan secara terus menerus. Peningkatan kualitas pelayanan diharapkan akan menumbuhkan rasa kesadaran kepada masyarakat untuk mau membayar pajak yang kemudian akan membawa dampak positif pada pendapatan negara. Penelitian mengenai variabel ini dilakukan oleh Riadita & Saryadi (2019); Fitria (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak.

H4: Kualitas Pelayanan Perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran WP.

Kesadaran wajib pajak yang rendah seringkali menjadi salah satu sebab banyaknya potensi pajak yang tidak terpungut. Sikap kesadaran yang tinggi mengenai pemahaman akan manfaat dan pentingnya pajak bagi kesejahteraan masyarakat dan dalam memajukan pembangunan daerah maupun pembangunan secara menyeluruh dapat mendorong seseorang untuk turut serta mewujudkan tanggung jawabnya dalam

memenuhi kewajiban perpajakannya. Penelitian terkait dilakukan oleh Halawa & Saragih (2017); Fitria (2017) yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

H5: Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan WP pelaku *e-commerce* pada *platform online marketplace*.

Standar kualitas pelayanan prima kepada wajib pajak akan terpenuhi, jika SDM melakukan tugasnya secara profesional, disiplin dan transparan. Wajib pajak merasa puas atas pelayanan yang diberikan cenderung akan membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Kumala & Renisya, 2019). Penelitian terkait dilakukan oleh Kumala & Renisya (2019); Hadi & Mahmudah (2018) yang menyatakan kualitas pelayanan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis keempat dapat dirumuskan:

H6: Kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan WPOP pelaku *e-commerce* pada *platform online marketplace*.

Indikator kesiapan teknologi informasi wajib pajak adalah kesiapan menerima perkembangan teknologi (koneksi, *software*, *hardware*) dan SDM memadai. Kesiapan wajib pajak dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi berpengaruh terhadap pemanfaatan teknologi informasi. Penelitian terkait dilakukan oleh Juditha (2020); Kaswarina & Adiputra (2021) yang menyatakan kesiapan teknologi informasi berpengaruh terhadap pemanfaatan teknologi informasi.

H7: Kesiapan teknologi informasi berpengaruh terhadap pemanfaatan teknologi informasi.

Peran teknologi informasi secara *online* dalam pelaporan pajak sangat membantu dan bermanfaat bagi wajib pajak terutama sistem *e-filling (usere-filling)* yang diterapkan oleh Direktorat Jendral Pajak. Pelaporan pajak dengan adanya teknologi informasi diharapkan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak, karena diberikannya kemudahan dari sistem *e-filling*, mudah dipahami dan dipelajari. Penelitian terkait dilakukan oleh Rohhanang *et al.*, (2020); Annisah & Susanti (2021) yang menyatakan pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap kepatuhan WP.

H8: Pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap kepatuhan WPOP pelaku *e-commerce* pada *platform online marketplace*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam menguji dan membuktikan hipotesis dengan cara melakukan berbagai pengujian dan pengolahan data. Pendekatan kuantitatif ini menggunakan instrumen yang nantinya akan menghasilkan data numerikal (angka) (Sugiyono, 2017).

Objek dalam penelitian ini adalah wajib pajak *e-commerce* di Indonesia yang memasarkan produknya pada *platform online marketplace* Shopee. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *purposive sample* ukuran sampel yang digunakan dalam berbagai penelitian minimal 30 sampel sampai dengan 500 sampel (Sekaran, 2017).

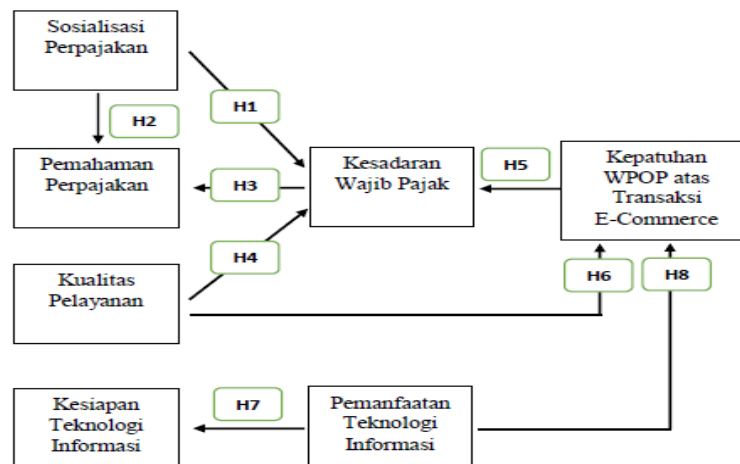
Jenis dan sumber data penelitian ini, yaitu data primer. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung tangan pertama oleh peneliti. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM).

Berdasarkan teori-teori yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik kerangka berfikir yang bertujuan mempermudah analisis dengan model konseptual. Model konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1.

Penelitian yang dilakukan Indriyani & Jayanto (2020) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan pelaku *e-commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Akan tetapi hasil penelitian Nopiana & Erni (2018) menunjukkan bahwa sosialisasi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan bagi wajib pajak terhadap kepatuhan pelaporan SPT.

Tawas *et al.*, (2017) menyatakan bahwa pemahaman perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Suardana & Gayatri (2020)

yang menyatakan bahwa pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan tidak terlalu berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak.



**Gambar 1.** Kerangka Konseptual

Kualitas pelayanan berperan besar terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak (Nasution *et al.*, 2020). Petugas pajak harus memberikan pelayanan yang baik kepada wajib pajak sehingga memotivasi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Cimberly *et al.*, (2018) dalam penelitiannya kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat (motivasi wajib pajak). Desiva & Kholis (2022) mengatakan bahwa untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dapat dilakukan melalui kualitas pelayanan.

Danarsi *et al.*, (2017) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak merupakan hal yang penting dalam perpajakan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Kesadaran wajib pajak dapat dilihat dari kesungguhan dan keinginan wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya yang ditunjukkan dalam pemahaman wajib pajak terhadap fungsi pajak dan kesungguhan wajib pajak dalam membayar dan melaporkan pajak. Hasil penelitian Suryanti & Sari (2018) menunjukkan bahwa kesadaran perpajakan, pelayanan fiskus, dan tingkat pemahaman memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Indikator dari variabel kesiapan teknologi informasi wajib pajak adalah kesiapan menerima perkembangan teknologi (koneksi, *software*, *hardware*) dan Sumber daya manusia yang memadai (Daryatno, 2020; Santioso *et al.*, 2018). Penelitian yang dilakukan Santioso *et al.*, (2018) hasilnya kesiapan teknologi informasi juga berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *e-filing*.

Menurut Wahyuni dalam Lestari & Kholis (2020) apabila persepsi kebermanfaatan seseorang wajib pajak terhadap sistem *e-filing* semakin kuat maka wajib pajak akan bersedia menggunakan fasilitas *e-filing* dalam melaporkan kewajiban perpajakan. Penelitian yang dilakukan Nopiana & Erni (2018) menyatakan bahwa sosialisasi pajak dan pemanfaatan teknologi informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan bagi wajib pajak terhadap kepatuhan pelaporan SPT.

## SIMPULAN

Internet kebutuhan utama di era modern terutama dalam transaksi perdagangan barang atau jasa secara online. Transaksi *e-commerce* dapat diakses dengan mudah dimanapun dan kapanpun melalui media elektronik sehingga pelaku bisnis online berbasis *e-commerce* terus meningkat. Transaksi *e-commerce* yang mendatangkan keuntungan tentunya tidak akan terlepas dari pengenaan pajak, khususnya pajak penghasilan pihak penjual. Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kesiapan Teknologi Informasi, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Kepatuhan WPOP atas Transaksi E-Commerce sangat penting dalam hal pelaporan pajak penghasilan. Upaya dalam membantu pemerintah untuk menangani masalah yang dapat meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel biaya pajak, pengetahuan perpajakan, *tax amnesty*, *sunset policy*, dan sanksi pajak.

**DAFTAR REFERENSI**

- Amornkitvikai, Y., Tham, S. Y., Harvie, C., & Buachoom, W. W. (2022). *Barriers and Factors Affecting the E-Commerce Sustainability of Thai Micro-, Small- and Medium-Sized Enterprises (MSMEs)*. 1–28.
- Andika, K. D., & Yasa, I. N. P. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Penggunaan e-Filing (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Singaraja). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 10(3), 267–275.
- Annisah, C., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(2), 262–272.
- Aprilia, S., Marlina, S., Nurani, S., & ... (2020). Pengaruh sosialisasi dan pemahaman peraturan perpajakan terhadap kepatuhan wajib Pajak orang pribadi (Studi kasus kpp pratama serpong).
- Alya, N., & Iqbal, S. (2021). Pengaruh Pemeriksaan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Berdasarkan Ukuran Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Boediono, G. T., Sitawati, R., & Semarang, D. (2018). Analisis Pengaruh Sosialisasi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 22–38.
- Cimberly, P., Manossoh, H., & Wokas, H. R. N. (2018). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Motivasi Dalam Membayar Pajak Penghasilan (Studi Pada Wpop di Kec. Wanea Kota Manado). *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 14(1), 46–55.
- Cynthia, N. P., & Djauhari, S. (2020). Pengaruh Pendapatan Wajib Pajak, Sosialisasi, Kualitas Pelayanan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(4), 352–362.
- Daryatno, A. B. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-Filling pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Jakarta Barat. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 97.
- Danarsi, Nurlaela, S., & Subroto, H. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Mobil dengan diberlakukannya Pajak Progresif di Kota Surakarta. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. VOL. 18, NO. 01.
- Desiva, A. H., & Kholis, N. (2022). *Pengaruh sosialisasi, fasilitas, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor kep.* KINERJA : Jurnal Ekonomi dan Manajemen 19(2), 233–240. 2528-1127 ( Online )
- Fitria, D. (2017). Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan dan Pemahaman Perpajakan, Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak. *Journal of Applied Business and Economics*, 4(1), 30–44.
- Halawa, J., & Saragih, J. L. (2019). Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, dan Sikap Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib di KPP Pratama Lubuk Pakam. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 3(2), 243–256.
- Indriyani, P. D., & Jayanto P. Y. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan WPOP Pelaku E-Commerce di Kota Semarang pada Platform Online Marketplace Blibli.Com. *Jurnal Moneter7 (1): 113-122*.
- Juditha, C. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Desa. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(1), 16–30.
- Kumala, R., & Ayu, R. (2019). Pengaruh Kesadaran Membayar Pajak, Pengetahuan dan Pemahaman Peraturan Perpajakan dan Kualitas Layanan terhadap Kemauan Membayar Pajak Wajib Orang Pribadi. *Jurnal Eksekutif 16 (2): 256-278*.

- Lestari, A., & Kholis, N. (2020). Pengaruh Persepsi Pemahaman Pajak, Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Faktor Sosial dan Kesiapan Teknologi Informasi terhadap Penggunaan E-Filing (Studi pada Wajib Pajak Badan di KPP Pratama Surakarta). *Akuntoteknologi*, 1, 1–15.
- Le, H. T. D., Bui, M. T., & Nguyen, G. T. C. (2021). Factors Affecting Electronic Tax Compliance of Small and Medium Enterprises in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 823–832.
- Mahfud, Arfan, M., & Abdullah, S. (2017). Kepatuhan Wajib Pajak Badan (Studi Empiris Pada Koperasi Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Akuntansi*, 6(2), 32–40.
- Masud, A. A., & Payangan, O. R., & Jusni. (2020). Factors Determinant of E-Commerce and Impacts on Increasing Company Performance. *Global Scientific Journal*, 8(6), 2111–2123.
- Meutia, T., Ray, S. A., & Rizal, Y. (2021). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Membayar Pajak, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kota Langsa). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (Jmas)*, 2(3), 216–229.
- Nasution, M. K., Santi, F., Husaini, Fadli, & Pirezada, K. (2020). Determinants of tax compliance: A study on individual taxpayers in Indonesia. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 1401–1418.
- Nopiana, P. R., & Natalia, E. Y. (2018). Analisis Sosialisasi Pajak dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Wajib Pajak di Kepulauan Riau. *Jurnal Benefita* 3(2): 277-290.
- Oladipupo, A. O., & Obazee, U. (2017). Tax Knowledge, Penalties and Tax Compliance in Small and Medium Scale Enterprises in Nigeria. *IBusiness2* (1): 1-9.
- Phan, S. T. (2021). The effect of pestle factors on development of e-commerce. *International Journal of Data and Network Science*, 5(1), 37–42.
- Putra, W. E., Kusuma, I. L., & Dewi, M. W. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak ( Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi dan Badan di Wilayah Kota Jambi. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(1), 43.
- Riyanto, E. A., & Ningsih, T. W. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 589–596.
- Riadita, F.A., & Saryadi (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 105–113.
- Ramdhani, D., Wibowo, W. Y., Suryani, P., & Jayanto, B. (2019). Pengaruh Moral, Frekuensi Pelatihan Pelaporan Perpajakan, dan Norma Subjektif terhadap Kepatuhan Pajak melalui Pemahaman Akuntansi pada Pelaku Usaha Mikro KPP Pratama Cilegon. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan I* (2): 104-121.
- Rohhanang, H.D., Neno, Mutliha, S., Pereira, S.D., Meliantri, S., & Suropto. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak, dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Prosiding PIM*.
- Santioso, L., Daryatno, A. B., dan Aristha, A. J. (2018). Analisis Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kesiapan Teknologi Informasi, Keamanan dan Kerahasiaan terhadap Minat Perilaku Penggunaan E-Filing. *Jurnal Akuntansi* 18 (2): 247-268.
- Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanti, H., & Sari, I.E. (2018). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Pancoran). *Ilmu Kuntansi*, 16(2), 14–26.



- Shatnawi, S. A., Hanefah, M. M., Anwar, N. A. B. M., & Eldaia, M. (2020). The Factors Influencing The Enterprise Risk Management Practices and Firm Performance in Jordan and Malaysia. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(5), 687–702.
- Suardana, K. P., & Gayatri, G. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan dan Perhitungan Tarif Pajak pada Kepatuhan Pajak Mahasiswa Pelaku UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(9), 2311.
- Subarkah, J., & Dewi, M. W. (2017). Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Kualitas Pelayanan, dan Ketegasan Sanksi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 17(02), 61–72.
- 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, ISSN 2303-1174*, 4(4), 912–921.
- 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).