

SKRIPSI

PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, SANKSI PAJAK, DAN PERSEPSI ATAS EFEKTIVITAS SISTEM PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM PADA *E-COMMERCE* DI INDONESIA

NOVITA PUTRI TESALONIKA



**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR**

2023

SKRIPSI

PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, SANKSI PAJAK, DAN PERSEPSI ATAS EFEKTIVITAS SISTEM PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM PADA *E-COMMERCE* DI INDONESIA

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

NOVITA PUTRI TESALONIKA

A031191105



Kepada

**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, SANKSI PAJAK, DAN PERSEPSI ATAS EFEKTIVITAS SISTEM PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM PADA E-COMMERCE DI INDONESIA

disusun dan diajukan oleh

NOVITA PUTRI TESALONIKA

A031191105

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 1 Agustus 2023

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Darmawati, S.E., Ak., M.Si, CA., Asean CPA
NIP 19670518 199802 2 001

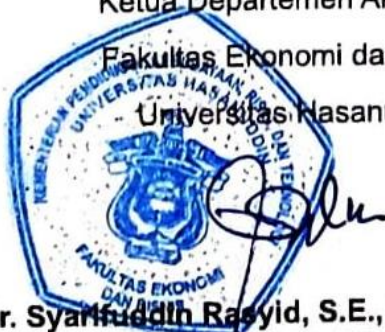


Dr. Aini Indrijawati, S.E., Ak., M.Si, CA
NIP 19681125 199412 2 002

Ketua Departemen Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Hasanuddin



Dr. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., Ak., ACPA
NIP 19650307 199403 1 003

SKRIPSI

PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, SANKSI PAJAK, DAN PERSEPSI ATAS EFEKTIVITAS SISTEM PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM PADA E-COMMERCE DI INDONESIA

disusun dan diajukan oleh

NOVITA PUTRI TESALONIKA

A031191105

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi pada tanggal 21
September dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Darmawati, S.E., M.Si, Ak., CA., Asean CPA	Ketua	1..... 
2.	Dr. Aini Indrijawati, S.E., M.Si, Ak., CA	Sekretaris	2..... 
3.	Prof.Dr.Hj. Nirwana,S.E.,M.Si.,Ak.,CA.,CRA., CRP	Anggota	3..... 
4.	Prof.Dr.Syamsuddin,S.E., Ak.,M.Si.,CA.,CRA., CRP	Anggota	4..... 

Ketua Departemen Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Hasanuddin



Dr. Syamsuddin Rasid, S.E., M.Si., Ak., ACPA
NIP 19650307 199403 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Novita Putri Tesalonika

NIM : A031191105

Jurusan/Program Studi : Akuntansi/Strata Satu

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul
**PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, SANKSI PAJAK, DAN PERSEPSI
ATAS EFEKTIVITAS SISTEM PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB
PAJAK UMKM PADA E-COMMERCE DI INDONESIA**

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 1 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Novita Putri Tesalonika

PRAKATA

Puji dan syukur peneliti sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan kasihNya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Hasanuddin.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Rahman Kadir, M.Si., CIPM, CWM, CRA., CRP selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
2. Bapak Dr. H. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., Ak., ACPA selaku ketua Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
3. Ibu Dr. Darmawati, S.E., M.Si, Ak., CA., Asean CPA selaku pembimbing I dan Ibu Dr. Aini Indrijawati, SE.Ak., M.Si.CA selaku pembimbing II dan penasehat akademik atas waktu dan ketulusannya dalam membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Porf. Dr. Hj. Nirwana, S.E., M.Si., Ak., CA., CRA., CRP dan Bapak Prof. Dr. Syamsuddin, S.E., Ak., M.Si., CA., CRA., CRP selaku penguji peneliti yang telah memberikan saran dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu/Bapak dosen, pegawai, dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin atas ilmu pengetahuan, pengalaman serta bantuan yang telah diberikan selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin.
6. Kedua orang tua peneliti Asterius Mase, S.T dan Selvince Lenggo Rindingpadang, S.E atas segala dukungan dan doa selama ini.

7. Euodia Belinda Patabang, Nurafni Hamzah dan Putri Noviyanti Khairunnisa yang telah bersama dengan peneliti mulai dari awal menjadi mahasiswa baru sampai semester akhir ini.
8. Teman-teman KKN Kelompok 47 Posko Belae Gelombang 108 yang telah bersama peneliti dalam menjalankan KKN yang menjadi pengalaman yang tidak terlupa dalam hidup peneliti.
9. Sahabat-sahabat Twilight dan grup Sudah Vaksin yang sudah bersama peneliti selama lebih dari 10 tahun dan memberikan motivasi dan semangat untuk peneliti menyelesaikan skripsi ini.
10. Fransisco Valdino R, yang telah menjadi pendamping dalam segala hal, yang menemani dan meluangkan waktunya mendukung dan menghibur kesedihan serta memberi semangat untuk terus maju.
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan serta dukungan secara langsung maupun tidak langsung selama proses perkuliahan di Universitas Hasanuddin.
12. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

Makassar, Agustus 2023

Peneliti

ABSTRAK

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Pajak, dan Persepsi atas Efektivitas Sistem Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM pada E-Commerce di Indonesia

The Effect of Taxation Socialization, Tax Sanctions, and Perceptions of the Effectiveness of the Taxation System on MSME Taxpayer Compliance in E-Commerce in Indonesia

Novita Putri Tesalonika
Darmawati
Aini Indrijawati

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan, sanksi pajak, dan persepsi atas efektivitas sistem perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada *e-commerce* di Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Indonesia yang menjalankan bisnis melalui *platform online marketplace* Shopee. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh 100 responden yang merupakan wajib pajak UMKM pada *platform online marketplace* Shopee. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan, sanksi pajak, dan persepsi atas efektivitas sistem perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada *e-commerce* di Indonesia.

Kata Kunci: sosialisasi perpajakan, sanksi pajak, persepsi atas efektivitas sistem perpajakan, kepatuhan perpajakan, wajib pajak UMKM, *e-commerce*.

This research aims to analyze the effect of tax socialization, tax sanctions, and perceptions of the effectiveness of the tax system on MSME taxpayer compliance in e-commerce in Indonesia. The population in this study are MSME players in Indonesia who run businesses through the Shopee online marketplace platform. The sampling method uses purposive sampling technique so that 100 respondents are obtained who are MSME taxpayers on the Shopee online marketplace platform. The analysis method used is multiple linear regression. The results showed that tax socialization, tax sanctions, and perceptions of the effectiveness of the tax system had an effect on MSME taxpayer compliance in e-commerce in Indonesia.

Keyword: *tax socialization, tax sanctions, tax system perception, tax compliance, MSME taxpayers, e-commerce.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)	10
2.1.2 Pemajakan atas Transaksi <i>E-commerce</i>	11
2.1.3 Teori Atribusi.....	14
2.2 Variabel Penelitian	15
2.2.1 Kepatuhan Wajib Pajak (Y).....	15
2.2.2 Sosialisasi Perpajakan (X_1).....	16
2.2.3 Sanksi Pajak (X_2).....	16
2.2.4 Persepsi atas Efektivitas Sistem Perpajakan (X_3).....	17
2.3 Penelitian Terdahulu	17
2.4 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	21
2.4.1 Kerangka Pemikiran	21
2.4.2 Hipotesis.....	22

BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Rancangan Penelitian.....	25
3.2 Tempat dan Waktu.....	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6 Variabel Penelitian dan Deskripsi Operasional.....	27
3.7 Metode Analisis Data.....	30
3.7.1 Uji Kualitas Data.....	30
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Statistik Dekriptif.....	33
4.1.2 Karakteristik Data Responden.....	34
4.1.3 Uji Kualitas Data.....	36
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	38
4.1.5 Uji Hipotesis.....	42
4.2 Pembahasan.....	47
4.2.1 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM pada <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	47
4.2.2 Pengaruh Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM pada <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	48
4.2.3 Pengaruh Persepsi atas Efektivitas Sistem Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM pada <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	52
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	17
3.1 Indikator Penelitian	29
4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif	33
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha.....	35
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet	36
4.5 Uji Validitas	36
4.6 Uji Reliabilitas	38
4.7 Uji Normalitas	39
4.8 Uji Multikolinearitas.....	40
4.9 Uji Heteroskedastisitas	41
4.10 Uji F	42
4.11 Uji Koefisien Determinasi.....	44
4.12 Uji T	44
4.13 Model Regresi Uji T	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	Biodata	58
2	Kuesioner Penelitian	59
3	Tabulasi Data Penelitian Variabel X1.....	64
4	Tabulasi Data Penelitian Variabel X2.....	67
5	Tabulasi Data Penelitian Variabel X3.....	70
6	Tabulasi Data Penelitian Variabel Y.....	73
7	Uji Validitas	76
8	Uji Reliabilitas	82
9	Uji Asumsi Klasik	84
10	Uji Regresi	86

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara oleh perseorangan atau kelompok, pajak bersifat memaksa, berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan timbal balik secara langsung dan digunakan untuk kepentingan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak dipergunakan sebagai sumber dana yang diperuntukkan bagi pembiayaan pengeluaran pemerintah, misalnya pajak dimasukkan dalam APBN sebagai penerimaan dalam negeri. Selain itu, pajak juga dapat dipergunakan sebagai alat untuk mengatur dan melaksanakan kebijakan di bidang sosial dan ekonomi. Tujuan pemerintah untuk melaksanakan pembangunan negara tentu membutuhkan dana yang relatif semakin meningkat (Khairunisa, 2018). Oleh karena itu, pemerintah terus berusaha meningkatkan pendapatan negara dari sektor pajak karena besar kecilnya anggaran belanja negara sangat dipengaruhi oleh pendapatan pajak. Karena itu, tingkat kepatuhan wajib pajak berperan sangat penting dalam meningkatkan penerimaan negara dari sumber yang ada.

Pertumbuhan dan perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara. Di banyak negara, UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan pendapatan masyarakat (Wicaksono, 2018). Kemudahan akses dan tidak adanya batasan waktu atau ruang membuat *e-commerce* sangat diminati oleh para pelaku UMKM (Wicaksono, 2018). Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, 3,79 juta usaha UMKM menggunakan *platform online* untuk mengiklankan barang mereka. Pada *platform*

marketplace Shopee yang merupakan objek pada penelitian ini, sebanyak 39,3% pelaku UMKM menggunakan Shopee untuk menjual produknya (Pahlevi, 2022). Karena manfaat dari rangkaian promosi dan faktor-faktor yang berkaitan dengan keamanan transaksi, UMKM lebih memilih Shopee sebagai *platform* pilihan mereka. Hingga 57% UMKM mengklaim bahwa Shopee adalah *marketplace* yang menghasilkan omset atau nilai penjualan terbanyak (Astutik, 2021).

Peningkatan pertumbuhan bisnis *e-commerce* di Indonesia menjadikan kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*, khususnya UMKM pada *platform online marketplace* Shopee menjadi semakin penting. Hal ini mengingat bahwa UMKM pada *e-commerce* Shopee yang memperoleh penghasilan dari bisnis yang dilakukan di *platform* tersebut juga memiliki kewajiban untuk mematuhi hukum dan peraturan perpajakan di Indonesia (Yana, 2021). Perkembangan pada sektor *e-commerce* tidak dapat dipungkiri memiliki potensi besar untuk menghasilkan penerimaan pajak yang signifikan bagi negara. Namun, peningkatan penggunaan *e-commerce* juga diikuti dengan tantangan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak di sektor ini. Dirjen Pajak telah berupaya mengeluarkan beberapa surat edaran untuk menekankan kewajiban untuk memenuhi pembayaran pajak penghasilan *e-commerce*. Namun menurut (Indriyani, 2022) penerapan dari surat edaran penegasan kewajiban pembayaran pajak tersebut tidak dapat dinilai untuk menentukan apakah sudah diberlakukan secara maksimal karena Indonesia menganut *self assessment system* dimana wajib pajak diberi wewenang untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan sendiri jumlah pajak yang terutang. Oleh karena itu, jika Dirjen Pajak tidak memiliki data selain yang disampaikan oleh wajib pajak, maka laporan wajib pajak dianggap benar. Menurut data Kementerian Keuangan, masih banyak wajib pajak *e-commerce* yang belum melaporkan penghasilan mereka (Suprihatin & Afriyanti, 2021).

Masalah lain yang dihadapi terkait dengan transaksi *e-commerce* berhubungan dengan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Asosiasi *E-Commerce* Indonesia (idEA) menyatakan hanya sedikit pelaku *e-commerce* yang memiliki NPWP, yang mengindikasikan bahwa mereka belum mendaftarkan atau melaporkan diri mereka sebagai wajib pajak, meskipun faktanya *e-commerce* di Indonesia berkembang dengan cepat (CNN Indonesia, 2019). Menurut data yang diperoleh dari Administrasi Umum Perpajakan, sebanyak 1.600 (seribu enam ratus) sampel (pelaku *e-commerce*) telah diteliti, 600 (enam ratus) diantaranya tidak teridentifikasi dan 1.000 (seribu) teridentifikasi. Dari 1.000 (seribu) pelaku usaha baru tersebut, sebanyak 620 (enam ratus dua puluh) orang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Dari total 1.600 pelaku *e-commerce* yang menjadi sampel, hanya 38,75% yang memiliki NPWP. Meskipun kepemilikan NPWP telah menjadi dasar dalam pelaksanaan tanggung jawab perpajakan, para pelaku *e-commerce* ternyata masih belum menyadari hal ini. NPWP sering kali dianggap tidak penting, dan banyak orang yang melakukan kecurangan dengan tidak mendaftarkan diri sebagai wajib pajak untuk mendapatkan NPWP. Terdapat konsekuensi yang diterima jika tidak memiliki NPWP sementara memperoleh penghasilan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku, yaitu akan dikenakan sanksi tarif pajak yang lebih tinggi dari tarif normal (Ayuningtyas, 2020). Dilansir dari (CNBC Indonesia, 2022), seorang pelaku *e-commerce* pada *platform online marketplace* Shopee ditagih pajak senilai Rp 35 juta setelah dua tahun berjualan dikarenakan belum memiliki NPWP.

Kurangnya kesadaran tentang pentingnya mendaftarkan diri sebagai wajib pajak dan melaporkan pendapatan menunjukkan rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak di kalangan pelaku *e-commerce* Indonesia, khususnya UMKM pada

platform online marketplace Shopee. Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah sosialisasi perpajakan (Indriyani, 2022), sanksi pajak (Tarigan & Suciani, 2022), dan persepsi atas efektivitas sistem perpajakan (Riandhy, 2018).

Sosialisasi perpajakan menurut (Irwansyah, 2021) merupakan upaya pemberian informasi mengenai perpajakan untuk mengedukasi individu ataupun kelompok agar paham tentang pajak sehingga akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak akan memahami pentingnya membayar pajak jika memiliki pemahaman yang baik melalui sosialisasi. Wajib pajak seharusnya wajib mengikuti sosialisasi perpajakan karena semakin sering mengikuti dan mendapatkan sosialisasi, maka semakin baik pula pemahamannya dan semakin baik pula kepatuhannya sebagai wajib pajak. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tarigan & Suciani, 2022), (Maxuel & Primastiwi, 2021), dan (Widyanti, Erlansyah, & Butar, 2021) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian dari (Indriyani, 2022) dan (Siahaan & Halimatusyadiah, 2018) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yaitu sanksi pajak. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Indriyani, 2022), sanksi pajak sangat penting karena pemerintah Indonesia telah memilih untuk menerapkan sistem *self assessment* untuk pemungutan pajak. Pemerintah telah membuat ketentuan-ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Perpajakan yang berlaku agar pelaksanaannya dapat berjalan tertib dan sesuai dengan tujuan

yang diinginkan. Sanksi pajak diterapkan untuk memastikan wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakannya. Hal ini didukung oleh penelitian (Siahaan & Halimatusyadiah, 2018), yang menunjukkan bahwa sanksi pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sebaliknya, penelitian (Widyanti, Erlansyah, & Butar, 2021) dan (Khairunisa, 2018) tidak menemukan adanya hubungan antara sanksi pajak dan kepatuhan wajib pajak.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah persepsi atas efektivitas sistem perpajakan. Dari penelitian yang dilakukan (Riandhy, 2018), dengan kemudahan akses internet, pendaftaran dan akses data perpajakan dapat lebih mudah dilakukan wajib pajak mengingat tidak ada kendala tempat dan waktu melalui sistem perpajakan baru berbasis internet. Ditjen Pajak telah membuat sistem pendukung yang diharapkan dapat mempermudah wajib pajak dalam membayar dan melaporkan kewajiban perpajakannya yaitu *e-filing*, *e-SPT*, *e-NPWP*, *drop box* dan *e-banking*. Wajib pajak memiliki pandangan tersendiri terhadap sistem yang dimiliki DJP. Semakin baik persepsi atas efektivitas sistem perpajakan maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak dalam melakukan kewajibannya. Sama halnya dengan sosialisasi perpajakan dan sanksi pajak, variabel persepsi atas efektivitas sistem perpajakan juga ditemukan adanya *research gap*. Penelitian yang dilakukan (Riandhy, 2018) menunjukkan bahwa persepsi atas efektivitas sistem perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khairunisa, 2018) yang menunjukkan bahwa persepsi atas efektivitas sistem perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan baik menggunakan teori atribusi. Teori atribusi membahas mengenai pandangan seseorang untuk membuat penilaian mengenai perilaku orang lain yang dipengaruhi oleh kondisi internal maupun kondisi eksternal orang tersebut (Prasetyana & Febriani, 2022). Dalam kaitannya dengan penelitian ini, kepatuhan wajib pajak berhubungan dengan pandangan pelaku UMKM *e-commerce* saat menentukan penilaian terhadap pajak itu sendiri. Teori atribusi membantu menilai apakah faktor eksternal seperti sosialisasi perpajakan dan sanksi pajak yang berasal dari luar berpengaruh terhadap perilaku UMKM *pada e-commerce* dalam kepatuhan wajib pajak, dan faktor internal yaitu persepsi atas efektivitas sistem perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *pada e-commerce*.

Penelitian terkait kepatuhan wajib pajak UMKM *pada e-commerce* ini merujuk pada penelitian (Indriyani, 2022), yaitu Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pelaku *E-Commerce* dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu mengganti variabel kesadaran wajib pajak menjadi persepsi atas efektivitas sistem perpajakan yang diambil dari (Riandhy, 2018). Perbedaan lain terletak pada objek penelitian, dimana objek penelitian sebelumnya adalah *platform online marketplace* Blibli.com, sedangkan objek pada penelitian ini adalah *platform online marketplace* Shopee.

Paparan fenomena dan perbedaan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas menjadi latar belakang bagi penulis sehingga tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Pajak, dan**

Persepsi atas Efektivitas Sistem Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pada *E-Commerce* di Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang yang telah diuraikan di atas menuntun pada rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada *e-commerce* di Indonesia?
2. Apakah sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada *e-commerce* di Indonesia?
3. Apakah persepsi atas efektivitas sistem perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada *e-commerce* di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada *e-commerce* di Indonesia
2. Pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada *e-commerce* di Indonesia
3. Pengaruh persepsi atas efektivitas sistem perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada *e-commerce* di Indonesia

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan teoritis dan praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana undang-undang perpajakan diterapkan pada transaksi *e-commerce*, khususnya pada *platform online marketplace* Shopee, bagi mahasiswa, masyarakat umum, dan terutama UMKM.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Direktorat Jenderal Pajak, sebagai kontribusi pemikiran untuk mengoptimalkan penerimaan pajak penghasilan atas transaksi *e-commerce*.
2. UMKM pada *e-commerce*, sebagai salah satu sumber informasi dalam pemenuhan pembayaran perpajakan sesuai dengan aturan yang berlaku.
3. Masyarakat, sebagai salah satu referensi tentang pemungutan pajak atas transaksi *e-commerce*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini disusun dalam lima bab dan mengacu pada Buku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin (2012). Adapun isi dari masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

Bab pertama dari penelitian ini, yaitu BAB I, adalah pendahuluan. Bab ini membantu pembaca untuk memahami masalah yang diteliti, untuk tujuan apa, dan alasan penelitian ini dilakukan. Latar belakang, rumusan

masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan semuanya tercakup dalam bab pendahuluan ini.

BAB II adalah Tinjauan Pustaka. Kerangka konseptual dan landasan teori disajikan dalam bab ini dan digunakan sebagai panduan untuk melakukan penelitian. Tinjauan terhadap penelitian terdahulu yang berkaitan atau berhubungan langsung dengan permasalahan yang menjadi topik penelitian juga disertakan dalam bab ini.

BAB III adalah Metode Penelitian. Desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan jumlah sampel, teknik pengumpulan data, dan jenis data, semuanya tercakup dalam bab ini. Bab ini juga menjelaskan bagaimana melakukan analisis data untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

BAB IV adalah Hasil dan Pembahasan. Untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan, bab ini mencakup temuan dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan. Temuan-temuan tersebut diuraikan, diikuti dengan penjelasan ilmiah sesuai dengan literatur yang dijadikan acuan.

BAB V adalah Penutup. Bagian terakhir dari bab ini yang berisi kesimpulan, batasan penelitian, dan saran untuk penelitian berikutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah suatu bentuk usaha atau bisnis yang memiliki kriteria tertentu berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kriteria-kriteria tersebut berdasarkan pada aset, omzet, dan jumlah karyawan.

UMKM merupakan sektor usaha yang sangat penting bagi perekonomian suatu negara, karena memberikan kontribusi yang besar terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi dan pengurangan angka pengangguran. Usaha mikro, kecil, dan menengah juga dinilai dapat membantu meningkatkan daya saing dan pemerataan ekonomi di masyarakat.

Berikut adalah kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008:

1. Usaha Mikro: memiliki total aset paling banyak Rp50 juta, atau memiliki omzet paling banyak Rp300 juta per tahun, atau memiliki jumlah karyawan paling banyak 10 orang.
2. Usaha Kecil: memiliki total aset antara Rp50 juta sampai dengan Rp500 juta, atau memiliki omzet antara Rp300 juta sampai dengan Rp2,5 miliar per tahun, atau memiliki jumlah karyawan antara 10 sampai dengan 50 orang.
3. Usaha Menengah: memiliki total aset antara Rp500 juta sampai dengan Rp10 miliar, atau memiliki omzet antara Rp2,5 miliar sampai dengan Rp50

miliar per tahun, atau memiliki jumlah karyawan antara 50 sampai dengan 250 orang.

2.1.2 Pemajakan atas Transaksi *E-commerce*

1. Pajak Penghasilan

Pajak yang pengenaannya bersifat final tidak dapat dikreditkan (dikurangkan) dari jumlah pajak penghasilan yang terutang pada akhir tahun pajak. Pajak penghasilan yang bersifat final terdiri dari hal-hal berikut ini, menurut Pasal 4 Ayat 2 Undang-Undang Pajak Penghasilan:

- a. Pendapatan yang diterima oleh koperasi dari anggotanya dalam bentuk simpanan dan tabungan lainnya, bunga obligasi dan surat utang negara, dan bunga deposito.
- b. Hasil undian berhadiah.
- c. Penghasilan yang diperoleh perusahaan modal ventura dari transaksi saham dan surat berharga lainnya, transaksi derivatif di bursa efek, dan penjualan saham atau pengalihan penyertaan modal pada perusahaan pasangan usaha.
- d. Penghasilan dari penjualan tanah atau bangunan, dari penyediaan jasa konstruksi, dari penjualan real estat, dari penyewaan tanah atau bangunan, dan
- e. Pendapatan lainnya (pendapatan dari pengungkapan ketidakbenaran, penghentian penyidikan tindak pidana, dan lain-lain).

PPh final dengan tarif 0,5% dari penghasilan bruto wajib pajak sampai dengan Rp4,8 miliar merupakan tarif pajak yang diterapkan dalam PP nomor 23 tahun 2018, dengan objek pajak sebagai berikut:

- a. Penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak dengan peredaran bruto tahunan paling sedikit Rp4.800.000.000.
- b. Penghasilan dari jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas dikecualikan dari penghasilan usaha; dan
- c. Peredaran bruto adalah peredaran bruto dari usaha, termasuk dari usaha cabang.

Subjek pajak yang dikenakan adalah:

- a. Orang pribadi
- b. Badan tidak termasuk Bentuk Usaha Tetap (BUT) yang menerima penghasilan dari usaha dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp4.800.000.000,- dalam setahun

2. Pajak Pertambahan Nilai

PPN (Pajak Pertambahan Nilai) adalah pajak yang dipungut secara bertingkat di setiap jalur produksi dan distribusi atas konsumsi barang dan jasa di Daerah Pabean. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) didefinisikan oleh Direktorat Jenderal Pajak sebagai pajak yang dikenakan atas setiap pembelian Barang Kena Pajak dan pemanfaatan Jasa Kena Pajak yang dilakukan baik di dalam Daerah Pabean maupun dari luar Daerah Pabean, dengan objek pajak sebagai berikut:

- a. Penyerahan, impor, penggunaan, dan ekspor barang kena pajak tidak berwujud, JKP, dan BKP
- b. Kegiatan membangun sendiri yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan di luar kegiatan usaha atau pekerjaan, yang hasilnya digunakan sendiri atau pihak ketiga.

- c. Pengalihan aktiva oleh PKP sesuai dengan tujuan semula, yang tidak untuk diperjualbelikan, sepanjang peraturan perundang-undangan mengizinkan pajak masukan yang dibayar pada saat perolehan dikreditkan

Subjek yang dikenai pajak adalah Pengusaha Kena Pajak, yaitu yang melakukan kegiatan produksi, impor, ekspor, perdagangan, pemanfaatan barang tidak berwujud dari luar Daerah Pabean, penyerahan jasa, dan/atau penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau Jasa Kena Pajak yang dikenai pajak berdasarkan Undang-Undang PPN.

Adapun tarif pengenaan PPN adalah sebagai berikut:

- a. Tarif PPN adalah 11%. Dikenakan atas setiap penyerahan BKP di dalam daerah pabean/impor BKP/penyerahan JKP di dalam daerah pabean/pemanfaatan BKP tidak berwujud dari luar daerah pabean di dalam pabean/pemanfaatan JKP dari luar daerah pabean di dalam daerah pabean.
- b. Tarif pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tersebut dapat diubah menjadi paling rendah 5% dan paling tinggi 15% yang perubahan tarifnya diatur dengan Peraturan Pemerintah. Hal ini dapat disebabkan berbagai faktor, misalnya pertimbangan perkembangan perekonomian Indonesia, sehingga tarif PPN bisa diturunkan. Sebaliknya, misalnya jika Pemerintah membutuhkan penerimaan pajak yang besar, sehingga tarif PPN bisa dinaikkan.

- c. Tarif PPN sebesar 0% diterapkan atas Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud, Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud, dan Ekspor Jasa Kena Pajak.

2.1.3 Teori Atribusi

Fritz Heider pertama kali mengajukan teori atribusi pada tahun 1958. Atribusi itu sendiri merupakan salah satu proses pembuatan terhadap suatu kesan. Menurut (Heider, 1958), atribusi merupakan proses menjelaskan alasan di balik perilaku seseorang atau orang lain. Dalam proses atribusi, seseorang membuat asumsi terkait faktor yang mempengaruhi perilaku orang lain. (Liza, Andreas, & Savitri, 2019).

Teori ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu menilai tingkah laku seseorang baik dari faktor internal maupun faktor eksternal. Perilaku yang ditimbulkan oleh faktor internal adalah sesuatu yang dapat diandalkan dan dikendalikan oleh individu, sedangkan perilaku yang disebabkan oleh faktor eksternal adalah perilaku yang dipengaruhi dari luar. Hal ini menunjukkan bahwa tekanan lingkungan atau situasional dapat berdampak pada perilaku manusia. (Marani, Simanjuntak, & Seralurin, 2020).

Teori atribusi digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Pandangan wajib pajak atas tanggung jawab perpajakan mereka dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Sikap wajib pajak ketika mengevaluasi pajak itu sendiri juga dapat berdampak pada kepatuhan mereka terhadap peraturan perpajakan. Faktor internal dan eksternal seseorang dapat mempengaruhi bagaimana mereka memandang sesuatu atau bagaimana mereka menilai hal tersebut (Sari V. I., 2019).

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Wajib pajak harus mematuhi semua aturan dan kewajiban perpajakan agar dapat dianggap patuh. Berdasarkan hal ini, ketidakpatuhan dapat diartikan sebagai kegagalan wajib pajak untuk membayar pajak, baik secara sengaja maupun tidak.

Kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban pajaknya menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan pasal 17 C ayat 2 didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

1. Menyerahkan surat pemberitahuan tepat waktu
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak dalam bentuk apapun, kecuali tunggakan pajak yang telah diberikan penundaan atau perintah membayar.
3. Laporan Keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dengan pendapat wajar tanpa pengecualian, atau dengan pendapat wajar dengan pengecualian apabila pengecualian tersebut tidak berdampak pada laba rugi fiskal. Penekanan tambahan diberikan pada persyaratan bahwa, dalam hal laporan keuangan diaudit, laporan audit ditulis dalam bentuk panjang (long form report) dan menyertakan rekonsiliasi laba rugi komersial dan fiskal, dan
4. Tidak pernah dinyatakan terbukti melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir.

2.2.2 Sosialisasi Perpajakan (X₁)

Menurut KBBI, sosialisasi adalah upaya agar sesuatu diketahui, dipahami, dan diasimilasi oleh masyarakat; penjara. Sosialisasi perpajakan dapat dipandang sebagai sosialisasi kepada wajib pajak atas pengetahuan, informasi, dan nasihat yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak (Liza, Andreas, & Savitri, 2019). Sosialisasi perpajakan direncanakan secara sistematis dan berkesinambungan. Pendekatan sistematis yang digunakan dalam pengembangan peraturan perpajakan utama yang berkelanjutan dan menyeluruh di sektor bisnis sehingga pihak-pihak terkait benar-benar mengetahuinya. Sementara itu, upaya terus dilakukan untuk selalu mengingatkan Wajib Pajak akan kewajiban dan haknya sebagai warga negara melalui berbagai media seperti surat kabar, brosur, dan buku (Maxuel & Primastiwi, 2021).

2.2.3 Sanksi Pajak (X₂)

Tujuan dari penegakan hukum perpajakan adalah untuk memastikan bahwa pajak dikelola dengan cara yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Adanya sanksi perpajakan merupakan salah satu cara penegakan hukum perpajakan guna memastikan wajib pajak mematuhi kewajiban perpajakannya (Riandhy, 2018). Sanksi perpajakan dapat dianggap sebagai tindakan pencegahan. Semakin berat sanksi yang dikenakan fiskus kepada wajib pajak yang melanggar peraturan perpajakan, maka semakin sadar dan patuh mereka dalam menjalani perannya sebagai wajib pajak. Karena adanya sanksi perpajakan, wajib pajak akan mematuhi semua norma perpajakan. Dalam hal perpajakan, sanksi yang diberikan dapat berupa sanksi administrasi maupun sanksi pidana.

2.2.4 Persepsi atas Efektivitas Sistem Perpajakan (X_3)

Persepsi atas efektivitas sistem perpajakan merupakan pendapat wajib pajak terhadap sistem pembayaran pajak. Persepsi positif dapat memberikan dampak yang positif terhadap suatu peristiwa yang diamatinya. Semakin baik persepsi atas efektivitas sistem perpajakan maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak dalam melakukan kewajiban pajaknya. Sedangkan persepsi negatif berpengaruh sebaliknya. Di era saat ini, efektivitas sistem perpajakan didukung dengan kemudahan internet. Internet dapat dengan mudah digunakan kapan saja, di mana saja, dan banyak tempat yang menyediakan akses internet gratis. Modernisasi pelayanan perpajakan diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak karena dapat mempermudah pembayaran dan pelaporan pajak (Ramadania, Andriyanto, & Sari, 2020).

2.3 Penelitian Terdahulu

Masih terdapat ketidakkonsistenan di antara beberapa penelitian terdahulu mengenai kepatuhan wajib pajak. Perbedaan ini dapat dilihat dari variabel penelitian dan hasil temuannya. Berbagai perbedaan tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi antara hasil penelitian yang satu dengan yang lain.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Putri Dwi Indriyani (2022)	<p>Variabel Independen (X): Sosialisasi Perpajakan (X_1) Kesadaran Wajib Pajak (X_2) Sanksi Pajak (X_3)</p> <p>Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak (Y)</p>	<p>1. Sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan pelaku <i>e-commerce</i> dalam memenuhi kewajiban perpajakan</p> <p>2. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan</p>

			<p>signifikan terhadap kepatuhan pelaku <i>e-commerce</i> dalam memenuhi kewajiban perpajakan</p> <p>3. Sanksi pajak berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan pelaku <i>e-commerce</i> dalam memenuhi kewajiban perpajakan</p>
2	Krisnawati Tarigan, Naomi Angeline Suciani (2022)	<p>Variabel Independen (X): Peraturan Perpajakan (X_1) Sosialisasi Perpajakan (X_2) Sanksi Perpajakan (X_3)</p> <p>Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak (Y)</p>	<p>1. Peraturan Perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna Marketplace Tokopedia.</p> <p>2. Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna Marketplace Tokopedia.</p> <p>3. Sanksi Perpajakan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna Marketplace Tokopedia.</p>
3	Yeni Widyanti, Deni Erlansyah, Sesti Dewi Redica Butar, Yurika	<p>Variabel Independen (X): Tingkat Pemahaman Perpajakan (X_1) Sanksi Perpajakan (X_2) Kesadaran Wajib Pajak (X_3) Sosialisasi Perpajakan (X_4)</p>	<p>1. Tingkat pemahaman perpajakan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak pedagang ecommerce</p> <p>2. Sanksi pajak tidak berpengaruh secara parsial</p>

	Narulita Maulidya (2021)	<p>Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak (Y)</p>	<p>terhadap kepatuhan wajib pajak pedagang ecommerce</p> <p>3. Kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak pedagang ecommerce</p> <p>4. Sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pedagang <i>e-commerce</i></p>
4	Afeni Maxuel, Anita Primastiwi (2021)	<p>Variabel Independen (X): Sosialisasi Perpajakan (X_1) Kesadaran Wajib Pajak (X_2) Sanksi Perpajakan (X_3)</p> <p>Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak (Y)</p>	<p>1. Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM <i>e-commerce</i>.</p> <p>2. Kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM <i>e-commerce</i>.</p> <p>3. Sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM <i>e-commerce</i>.</p>
5	Stefani Siahaan, Halimatusy adiah (2018)	<p>Variabel Independen (X): Kesadaran Perpajakan (X_1) Sosialisasi Perpajakan (X_2) Pelayanan Fiskus (X_3) Sanksi Perpajakan (X_4)</p> <p>Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak (Y)</p>	<p>1. Kesadaran perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi.</p> <p>2. Sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi.</p> <p>3. Pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi.</p>

			4. Sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi.
6	Fidelia Riandhy (2018)	<p>Variabel Independen (X): Pengetahuan Tentang Perpajakan (X_1) Persepsi Wajib Pajak atas Efektivitas Sistem Perpajakan (X_2) Persepsi Wajib Pajak tentang Sanksi Perpajakan (X_3)</p> <p>Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak (Y)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan tentang Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Kecil. 2. Persepsi Wajib Pajak atas Efektivitas Sistem Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Kecil 3. Persepsi Wajib Pajak tentang Sanksi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Kecil.
7	Riska Khairunisa (2018)	<p>Variabel Independen (X): Kesadaran Membayar Pajak (X_1) Pengetahuan dan Pemahaman (X_2) Persepsi atas Efektivitas Sistem Perpajakan (X_3) Sanksi Perpajakan (X_4) Motivasi (X_5)</p> <p>Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak Pajak (Y)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran membayar pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. 2. Pengetahuan dan pemahaman terhadap sistem perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. 3. Persepsi atas efektifitas sistem perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

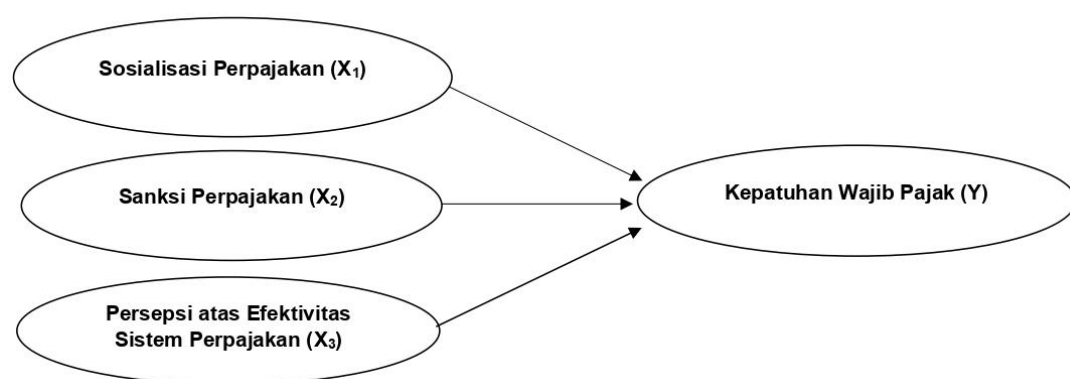
			<p>4. Sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.</p> <p>5. Motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.</p>
--	--	--	---

2.4 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

2.4.1 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan *platform online marketplace* Shopee sebagai objek penelitian. Metode pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada pelaku UMKM yang mempunyai usaha di *platform online marketplace* Shopee. Data yang dikumpulkan dari kuesioner yang telah disebarakan dan diisi kemudian diolah. Hasil dari penelitian ini akan menunjukkan apakah sosialisasi pajak, sanksi pajak, dan pendapat tentang efektivitas sistem pajak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada *e-commerce* di Indonesia.

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat melalui gambar berikut.



Gambar 1.1
Kerangka Konseptual

2.4.2 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan yang belum terbukti tentang suatu situasi yang hanya bersifat sementara. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang ada masih didasarkan pada teori-teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris (Sugiyono, 2018). Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini sebagai dugaan sementara, yaitu:

2.4.2.1 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya Direktur Jenderal Pajak untuk mengedukasi masyarakat tentang pajak, khususnya Wajib Pajak, agar mereka mengetahui secara menyeluruh tentang peraturan dan tata cara perpajakan yang baik dan benar, termasuk prosedur dan ketentuan perpajakan yang harus diikuti (Siahaan & Halimatusyadiah, 2018). Dengan adanya sosialisasi yang baik dan efisien, maka akan meningkatkan pengetahuan bagi wajib pajak itu sendiri.

Berdasarkan teori atribusi, sosialisasi perpajakan merupakan penyebab eksternal yang mempengaruhi pengambilan keputusan wajib pajak atas perilaku kepatuhan dalam proses pemenuhan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu sosialisasi harus selalu dilakukan agar dapat menambah pengetahuan dan pemahaman bagi wajib pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh (Maxuel & Primastiwi, 2021) dan (Tarigan & Suciani, 2022) menyatakan sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan membantu meningkatkan pengetahuan wajib pajak tentang pentingnya membayar pajak. Semakin tinggi sosialisasi perpajakan semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka muncullah hipotesis pertama sebagai berikut:

H₁ : Sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

2.4.2.2 Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sanksi perpajakan merupakan alat pencegah yang digunakan bagi wajib pajak yang tidak taat terhadap peraturan perpajakan. Sanksi akan diterapkan kepada wajib pajak yang tidak membayar pajak sesuai dengan jumlah pajak yang terutang dan dalam jangka waktu yang ditentukan (Khairunisa, 2018).

Menurut teori atribusi, sanksi pajak merupakan variabel eksternal. Wajib pajak yang menerima sanksi dari otoritas pajak diharapkan melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan lebih patuh di kemudian waktu. Beratnya sanksi yang dikenakan sejalan dengan seberapa besar pengaruh kekuatan dari luar yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya. Wajib pajak lain dapat belajar dari penerapan sanksi terhadap wajib pajak yang melanggar untuk mencegah mereka melakukan pelanggaran yang sama.

Penelitian yang dilakukan oleh (Siahaan & Halimatusyadiah, 2018) menunjukkan bahwa sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sanksi pajak yang dikenakan kepada wajib pajak dapat mendorong mereka untuk membayar pajak, yang secara keseluruhan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka muncullah hipotesis kedua sebagai berikut:

H₂ : Sanksi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

2.4.2.3 Pengaruh Persepsi atas Efektivitas Sistem Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Persepsi wajib pajak terhadap efektivitas sistem pajak tercermin dalam penilaian mereka terhadap proses pemungutan pajak. Persepsi positif dapat memberikan dampak yang positif terhadap suatu peristiwa yang diamatinya. Berkat kemudahan pengajuan dan pembayaran pajak, modernisasi layanan pajak diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Riandhy, 2018). Melalui sistem pajak berbasis internet yang baru, wajib pajak dapat mendaftar dan mengakses data pajak kapan saja.

Persepsi atas efektivitas sistem perpajakan dalam teori atribusi merupakan faktor internal. Wajib pajak bebas untuk menilai atau mengungkapkan pendapat mereka tentang sistem perpajakan saat ini, baik yang positif maupun negatif. Wajib pajak akan lebih patuh dan lebih mungkin untuk memenuhi kewajiban mereka ketika mereka memiliki pendapat positif tentang sistem pajak.

Penelitian yang dilakukan (Riandhy, 2018) menunjukkan bahwa persepsi atas efektivitas sistem perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak memandang bahwa sistem perpajakan yang dikembangkan oleh Kantor Pelayanan Pajak atau Dirjen Pajak berhasil membantu dan memudahkan wajib pajak dalam menyampaikan SPT dan melakukan pembayaran. Semakin baik persepsi efektivitas Wajib Pajak terhadap kepatuhan membayar pajak dapat meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak untuk membayar pajak.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka muncullah hipotesis ketiga sebagai berikut:

H₃ : Persepsi atas efektivitas sistem perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak.