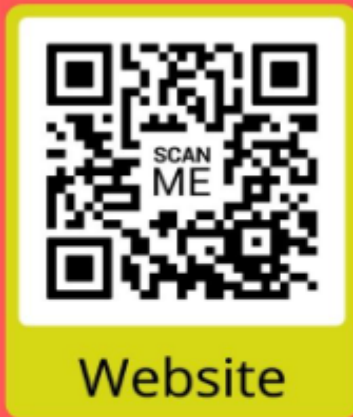


ISSN (ONLINE) 2598 9928



**INDONESIAN JOURNAL OF LAW AND ECONOMIC**  
PUBLISHED BY  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

## Table Of Contents

<b>Journal Cover</b> .....	1
<b>Author[s] Statement</b> .....	3
<b>Editorial Team</b> .....	4
<b>Article information</b> .....	5
Check this article update (crossmark) .....	5
Check this article impact .....	5
Cite this article .....	5
<b>Title page</b> .....	6
Article Title .....	6
Author information .....	6
Abstract .....	6
<b>Article content</b> .....	7

## Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

## Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

## Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

## EDITORIAL TEAM

### Editor in Chief

Dr. Wisnu Panggah Setiyono, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([Sinta](#))

### Managing Editor

Rifqi Ridlo Phahlevy, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

### Editors

Noor Fatimah Mediawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Faizal Kurniawan, Universitas Airlangga, Indonesia ([Scopus](#))

M. Zulfa Aulia, Universitas Jambi, Indonesia ([Sinta](#))

Sri Budi Purwaningsih, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Emy Rosnawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Totok Wahyu Abadi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

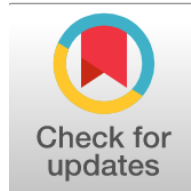
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

## Article information

**Check this article update (crossmark)**



**Check this article impact (\*)**



**Save this article to Mendeley**



(\*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

## Determinants of Tax Compliance Among E-Commerce Entrepreneurs in Sidoarjo: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak di Kalangan Pengusaha E-Commerce di Sidoarjo

Miftakhul Jannah , sarwendabidurii@umsida.ac.id (\*)

*Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

Sarwendah Biduri, sarwendabidurii@umsida.ac.id

*, Indonesia*

(\*) Corresponding author

### Abstract

**General Background:** The rapid growth of e-commerce in Indonesia has created new challenges in tax compliance among online business actors. **Specific Background:** Despite increasing digital transactions, tax compliance among e-commerce entrepreneurs remains inconsistent. **Knowledge Gap:** Limited empirical evidence explains how regulatory understanding, tax rates, environment, and taxpayer awareness jointly shape tax compliance in local e-commerce sectors. **Aims:** This study aims to examine the relationship between tax regulation understanding, tax rates, environment, taxpayer awareness, and tax compliance among e-commerce entrepreneurs in Sidoarjo. **Results:** Using multiple linear regression on 40 respondents, all independent variables showed positive and significant relationships with tax compliance. **Novelty:** This study provides localized empirical evidence on behavioral tax compliance within micro-scale e-commerce enterprises. **Implications:** The findings offer strategic insights for policymakers in strengthening digital tax compliance through education and social support mechanisms.

### Highlights:

- Tax awareness strengthens compliance behavior
- Social environment shapes tax obedience
- Digital entrepreneurs require regulatory literacy

**Keywords:** Tax Compliance, E-Commerce Taxation, Tax Awareness, Tax Regulations, Digital Entrepreneurs

Published date: 2025-02-02

## Pendahuluan

### Latar Belakang

Sekarang ini adanya perkembangan komunikasi dan informasi mengakibatkan semakin cepat perubahan pada bidang ekonomi sosial dan budaya. teknologi komunikasi tersebut salah satu contoh yaitu perkembangan dalam dunia Internet. Sekarang ini internet dapat dimanfaatkan secara mudah sehingga menimbulkan dampak dari berbagai aktivitas kehidupan manusia, salah satunya yakni semakin praktis gaya hidup manusia tersebut [1]. Sekarang ini internet dapat dimanfaatkan tidak hanya pencarian sebuah informasi saja namun adanya E-Commerce tersebut dapat digunakan sebagai transaksi ekonomi yang mana kehadiran E-Commerce merupakan kegiatan jual beli jasa atau barang dengan memanfaatkan adanya jaringan internet [2]. Di Indonesia perkembangan ekonomi tersebut mampu merubah macam-macam perilaku konsumen sebagai contoh yaitu kebiasaan konsumen dalam melakukan pembelian atau berbelanja pada sebuah toko yang saat ini ini mereka berpindah dengan memakai atau memanfaatkan media E-Commerce secara online [3]. Selama terkoneksi dengan internet, konsumen tidak harus mendatangi toko atau tempat perbelanjaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkannya. Melalui adanya koneksi internet konsumen tersebut tidak perlu datang ke tempat pembelian atau toko untuk memperoleh jasa atau barang, kemudian terdapat bermacam-macam yang ditawarkan dari produk atau jenis layanan sehingga lebih leluasa para konsumen tersebut dalam memilih toko online dan dengan mudah mengunjungi toko yang diinginkan.

Selama masa pandemicovid 19 adanya batasan dari pemerintah pada kegiatan di luar ruangan Oleh karena itu dengan adanya batasan tersebut memberikan dampak terhadap gaya hidup masyarakat dalam melaksanakan jual-beli melalui situs e-commerce atau dengan kata lain yaitu melakukan pembelian secara online. Sesuai dengan Asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mendefinisikan yaitu secara signifikan penggunaan internet meningkat pada ada kalangan masyarakat Indonesia pembatasan sosial skala besar. Sesuai data yang diperoleh oleh peneliti terkait peningkatan pengguna E-Commerce sebelum dan selama pandemi dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Periode	Tahun	Pengguna E-Commerce	Persentase Kenaikan
Sebelum Pandemi	2018	154 Juta	11%
	2019	167 Juta	8%
Selama Pandemi	2020	184 Juta	9%
	2021	194 Juta	5%

Figure 1. Tabel 1. Tren Peningkatan Pengguna E-Commerce Sebelum dan Selama Pandemi

Seperti data yang telah tersaji di atas adanya tren penggunaan E-Commerce di Indonesia yang meningkat pertumbuhannya cukup tinggi pada beberapa periode terakhir. Pada tren penggunaan E-Commerce tersebut terdapat pertumbuhan sesuai statistik tersebut pencatatan mengenai jumlah pemakai

E-Commerce yang terdapat di Indonesia dalam tahun 2017 sejumlah 139 juta pemakai yang kemudian jumlah tersebut meningkat 11% yakni sejumlah 154 juta pengguna pada periode 2018. Proyeksi di tahun 2019 akan terdapat peningkatan sejumlah 167 juta pengguna dan 184 juta periode 2020 kemudian secara terus-menerus meningkat tahun 2021 sejumlah 194 juta pengguna tersebut. Statista tersebut mencatat proyeksi hingga tahun 2023 mendatang pengguna e-commerce akan terus mengalami peningkatan yakni mencapai 75,3% dari keseluruhan yang dipilih sebagai populasi pasar online. Melalui adanya peningkatan pertumbuhan transaksi E-Commerce yang terdapat di Indonesia saat ini telah di perhatikan oleh pemerintah dalam mengatur aturan perpajakan melalui adanya transaksi secara online tersebut, supaya di masa mendatang penerimaan pajak dapat diatur secara Optimal. Pajak berperan sebagai penerimaan negara dan merupakan sumber utama dalam sebuah negara dengan adanya pajak tersebut maka akan dapat mendorong suksesnya pelaksanaan pembangunan negara karena dengan adanya pajak tersebut agar pada sebuah negara tujuan-tujuan dapat terwujud serta dapat mewujudkan masyarakat yang makmur, adil dan sejahtera. Pendapatan yang diperoleh dari sektor pajak ini dipakai pemerintah sebagai program pembiayaan infrastruktur serta pembangunan di segala bidang serta pelaksanaannya melalui sektor pajak dilakukan secara bertahap serta sebesar-besarnya demi kepentingan secara umum yakni kepentingan masyarakat secara menyeluruh. Hal ini dikarenakan dalam rangka memenuhi program pembangunan terkait dibutuhkan sumber pembiayaan yang tinggi yang mana sumber pembiayaan tersebut didapatkan dari APBN. APBN tersebut diperoleh dari sumber pemasukan kepada sektor pajak tetapi sekarang ini ini aturan dari pemerintah belum memiliki aturan khusus yang mengatur tentang pajak E-Commerce ini, oleh karena itu e-commerce tersebut masih mengikuti aturan pajak secara umum. Pentingnya wajib pajak memahami aturan pajak dan tertib dalam perpajakannya sehingga bagi wajib pajak merasa sangat penting dalam aturan perpajakan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan bersama serta menopang pendapatan negara [4].

Permasalahan yang paling serius yang dihadapi oleh sektor pajak adalah yaitu adanya wajib pajak yang kurang satu hal ini ini dikarenakan kemampuan membayar pajak masih rendah oleh wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak adalah sebuah keadaan yang mana kewajiban wajib pajak dapat memenuhi serta melaksanakan hak perpajakannya [5]. Kepatuhan wajib pajak tersebut adalah suatu keadaan yang mana aturan undang-undang pajak dipahami oleh wajib pajak serta secara lengkap dan jelas formulir pajak diisi, melakukan penyetoran kembali surat Pajak tahunan serta wajib pajak patuh dalam melakukan perhitungan tunggakan pajak yang mana dalam hal ini pembayaran sesuai dengan tanggal jatuh tempo

yang telah ditetapkan oleh sektor pajak. Kepatuhan formal merupakan suatu kondisi yang mana wajib pajak secara formal dapat memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan undang-undang yang mengatur tentang aturan pajak. batuan material merupakan suatu kondisi yang mana wajib pajak dapat mematuhi secara keseluruhan aturan tentang perpajakannya yaitu sesuai dengan isi yang terdapat di dalam undang-undang yang mengatur terkait perpajakan tersebut [6]. Suatu upaya agar penerimaan negara dapat meningkat saat ini memiliki banyak kendala yakni rendahnya wajib pajak yang patuh terhadap aturan perpajakan serta pembayaran pajak oleh wajib pajak kecil sehingga tidak semestinya yang harus mereka bayarkan hingga rendahnya wajib pajak yang melakukan pelaporan terhadap kewajiban perpajakannya sehingga rendah juga pembayaran pajak yang mereka lakukan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pelaporan atas pembayaran pajak terutang. Faktor-faktor tersebut antara lain yaitu mengatur pengetahuan wajib pajak rumah tarif pajak lingkungan serta kesadaran wajib pajak. Pemahaman aturan pajak merupakan sebuah proses yang mana wajib pajak mengetahui serta memahami aturan undang-undang terkait perpajakan serta cara-cara dalam membayar pajak seperti misalnya pelaporan SPT, pembayaran pajak dan lain sebagainya. Jika seseorang telah memahami dan mengerti tentang perpajakan maka akan terjadi peningkatan pada kepatuhan wajib pajak. Sesuai dengan hasil dalam penelitian ini maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam terkait pemahaman peraturan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Bagi wajib pajak sangat mutlak diperlukan terkait pengetahuan terhadap ketentuan aturan perpajakan yang berlaku hal ini dikarenakan dengan wajib pajak mengetahui aturan perpajakan yang berlaku tersebut maka dapat dengan benar pula masjid pajak memenuhi aturan perpajakan.

Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah agar wajib pajak dapat mengetahui terkait perpajakannya salah satu upaya tersebut yaitu dilakukannya penyuluhan oleh wajib pajak dengan dilakukannya penyuluhan tersebut maka hal yang mempengaruhi wajib pajak untuk patuh terkait peraturan perpajakannya yaitu adanya tarif pajak. Tarif pajak adalah pungutan perpajakan yang dilaksanakan oleh pemerintah pelaksanaan tersebut dilaksanakan sedemikian rupa supaya masyarakat tidak dirugikan sehingga pungutan pajak tersebut juga disesuaikan oleh ketentuan tarif dan harus mendasar pada prinsip keadilan karena dengan dasar prinsip keadilan tersebut akan tercipta keseimbangan sosial sehingga hal ini ini sangat penting untuk dilakukan supaya saya akan dapat mendorong kesejahteraan sosial masyarakat. Terkait sistem perpajakan tersebut aspek yang paling rendah yang dinilai wajib pajak tidak memiliki motivasi dalam membayar pajak adalah terkait dengan adanya nya oleh karena itu tarif pajak yang dikenakan akan berbanding lurus terhadap minat dalam membayar kewajiban pajaknya oleh wajib pajak.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi Kepatuhan wajib pajak adalah yaitu lingkungan karena dengan adanya lingkungan yang kondisi kondusif maka akan menimbulkan dampak positif sebagai contoh yaitu jika dalam suatu lingkungan tersebut adanya pelopor yang mematuhi pembayaran pajak maka kondisi tersebut akan berdampak terhadap orang lain yang berada pada suatu lingkungan tersebut sehingga akan berdampak di dalam suatu lingkungan tersebut akan mematuhi ketentuan pembayaran. Perpajakan merupakan aturan perpajakan yang penerapannya akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan hal tersebut dapat diartikan sebagai hukum dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi aturan perpajakannya. Demikian juga sebaliknya apabila adanya lingkungan sekitar tidak kondusif maka dampak yang ditimbulkan juga negatif terhadap kepatuhan wajib pajak sehingga hal tersebut akan memberikan dampak terhadap wajib pajak yang patuh. Adanya pembangunan di daerah tersebut juga dapat menandai adanya lingkungan karena jika adanya pembangunan di daerah atau desa tersebut baik maka persepsi yang ditimbulkan kepada masyarakat sekitar adalah juga baik sehingga masyarakat sekitar tersebut Akan terus berusaha untuk memenuhi kewajiban perpajakan. menurut peneliti terkait adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak secara keseluruhan dapat disebabkan oleh kesadaran yang terdapat di dalam diri wajib pajak tersebut oleh karena itu Sekuat apapun aturan yang diberikan Apabila tidak terdapat dorongan terhadap diri wajib pajak yang sadar akan pentingnya melakukan pembayaran pajak maka tidak akan dipenuhinya kewajiban pembayaran pajak tersebut oleh wajib pajak.

Dengan adanya kesadaran wajib pajak untuk melakukan pembayaran secara tertib hal tersebut akan memberikan dampak terkait tinggi rendahnya wajib pajak yang patuh. Arti dari kesadaran tersebut merupakan sebuah sikap atau perilaku mengenai suatu objek yang melibatkan perasaan atau anggapan sehingga mendorong tindakan seseorang untuk cenderung melakukan sesuai dengan apa yang dia pikirkan terkait objek tersebut oleh karena itu kesadaran wajib pajak merupakan sikap wajib pajak yang sadar atau mengerti terhadap fungsi-fungsi dalam membayar pajak. Tingginya masyarakat yang sadar akan kepentingan pajak yaitu masyarakat yang mengerti fungsi perpajakan baik mengerti terkait kegunaan pajak dalam masyarakat sosial maupun pribadi dengan adanya kesadaran tersebut maka masyarakat akan disiplin dan suka dalam melakukan pembayaran pajaknya sehingga tidak adanya unsur paksaan dalam melakukan pembayaran pajak.

Sesuai dengan adanya fenomena tersebut maka penulis berusaha mengkaji dan menganalisis lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul :“Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce (Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shopping)”.

Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang diuraikan maka dalam riset ini rumusan masalah yaitu:

1. Apakah pemahaman peraturan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce?
2. Apakah tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce?
3. Apakah lingkungan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce?



4. Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce?

## Metode Penelitian

### Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah berjenis kuantitatif. metode penelitian suatu jenis penelitian yang berdasarkan sistematis dan spesifikasinya sehingga analisis yang dilakukan harus terstruktur dan terencana dari awal mulai dilakukannya penelitian hingga pembuatan alur konseptual serta analisis hipotesis. metode penelitian kuantitatif sebagai berikut: "Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

### Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif serta menggunakan pengujian hipotesis untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel. Sebagai langkah awal peneliti mencari acuan studi literature dari jurnal/artikel, buku maupun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Tahap kedua dan selanjutnya peneliti menetapkan rumusan masalah, menentukan hipotesis, dan data-data yang akan diperlukan. Pengumpulan data berasal dari data primer dan sekunder. data primer berasal dari kuesioner yang di bagikan kepada responden sedangkan data sekunder berupa data historis yang diperoleh dari berbagai sumber melalui media perantara. Data sekunder tersebut meliputi buku referensi, literature, laporan keuangan dan informasi mengenai Kepatuhan Wajib Pajak.

### Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini pada wajib pajak pengguna E-Commerce yang ada di kota sidoarjo diantaranya kecamatan gedangan, waru, wonoayu, buduran, dan taman. Untuk lebih detailnya peneliti sudah menjelaskan pada tabel sampel 3.3.

### Definisi Operasional, Identifikasi Variabel dan Indikator Variabel

#### a. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel mencakup konsep dasar dalam memperoleh data penelitian yang akan dilakukan sebuah analisis sehingga dapat dengan jelas analisis dalam penelitian tersebut melalui operasionalnya sesuai dengan konsep konsep penelitian hingga cara pengukuran dalam variabel penelitian. Definisi operasional variabel yang dilakukan dalam riset ini yaitu mencakup antara lain:

#### 1) Variabel Independen ( X )

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah :

##### 1. Pemahaman Peraturan Pajak (X1)

Pemahaman peraturan perpajakan adalah suatu proses dimana wajib pajak memahami dan mengetahui tentang peraturan dan Undang-Undang serta tata cara perpajakan seperti, membayar pajak, melaporkan SPT, dan sebagainya. indikator dari pemahaman peraturan wajib pajak adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui fungsi pajak
- 2) Memahami prosedur pembayaran
- 3) Mengetahui Sanksi Pajak.
- 4) Lokasi Pembayaran Pajak.

##### 2. Tarif Pajak (X2)

Tarif pajak: "Ketentuan persentase atau jumlah (rupiah) pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak sesuai dengan dasar pajak atau objek pajak. komponen Tarif Pajak adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian Tarif Pajak
2. Keadilan Tarif Pajak
3. Tarif Pajak diberlakukan seimbang
4. Kenaikan Tarif Pajak

### 3.Lingkungan Pajak (X3)

Lingkungan perpajakan merupakan sebuah penerapan hukum perpajakan pada suatu negara yang mempengaruhi pengambilan keputusan, yang ditentukan oleh faktor internal atau eksternal tergantung pada tiga faktor, yaitu:

- 1.Kekhususan
- 2.Konsensus
- 3.Konsistensi.

### 4.Kesadaran Wajib Pajak (X4)

kesadaran adalah keadaan mengetahui atau mengerti, Faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap kesadaran wajib pajak yang secara dominan mempengaruhi perilaku wajib pajak yang sadar dan patuh yaitu antara lain:

- 1)Persepsi WajibPajak
- 2)Tingkat Pengetahuan Dalam Kesadaran Membayar Pajak
- 3)Kondisi Keuangan Wajib Pajak

### 2)Variabel Dependen ( Y )

Sebagai suatu iklim kepatuhan dan kesadaran pemenuhan kewajiban perpajakan, tercermin dalam situasi dimana: Wajib Pajak paham atau berusaha untuk memahami sesuai ketentuan peraturan perundangundangan perpajakan, mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas, menghitung jumlah pajak terutang dengan benar, membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya. kepatuhan kewajiban perpajakan, tercermin dalam situasi di mana:

- 1.Wajib Pajak paham atau berusaha untuk memenuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan;
- 2.Mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas;
- 3.Menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar;
- 4.Membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya”.

### b.Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel pada penelitian ini bertujuan untuk memahami seputar variabel yang akan diteliti. variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini bersifat kausalitas yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat untuk menganalisis pengaruh antara 4 variabel bebas terhadap 1 variabel terikat.

variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah variable Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Dan Kesadaran Wajib Pajak. Variabel terikat atau disebut dengan variabel dependen yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas [7]. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Kepatuhan Wajib Pajak.

### c.Indikator Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Pemahaman Peraturan Pajak (X <sub>1</sub> )	Pemahaman peraturan perpajakan adalah suatu proses dimana wajib pajak memahami dan mengetahui tentang peraturan dan Undang-Undang pajak	1) Mengetahui fungsi pajak 2) Memahami prosedur pembayaran 3) Mengetahui Sanksi Pajak. 4) Lokasi Pembayaran Pajak	Likert
Tarif Pajak (X <sub>2</sub> )	Ketentuan persentase atau jumlah (rupiah) pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak sesuai dengan dasar pajak atau objek pajak	1) Kesesuaian Tarif Pajak 2) Keadilan Tarif Pajak 3) Tarif Pajak diberlakukan seimbang 4) Kenaikan Tarif Pajak	Likert
Lingkungan Pajak (X <sub>3</sub> )	"Lingkungan perpajakan adalah hukum perpajakan yang diterapkan dalam suatu negara berpengaruh terhadap mengambil keputusan"	1) Pengaruh keluarga 2) Pengaruh teman 3) Pengaruh tetangga atau masyarakat setempat.	Likert
Kesadaran Wajib Pajak (X <sub>4</sub> )	Kesadaran adalah keadaan mengetahui atau mengerti	1) Persepsi WajibPajak 2) Tingkat Pengetahuan Dalam Kesadaran Membayar Pajak 3) Kondisi Keuangan Wajib Pajak	Likert
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Sebagai suatu iklim kepatuhan dan kesadaran pemenuhan kewajiban perpajakan, tercermin dalam situasi dimana: Wajib Pajak paham atau berusaha untuk memahami sesuai ketentuan peraturan perundangundangan perpajakan.	1) Wajib Pajak paham atau berusaha untuk memenuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan; 2) Mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas; 3) Menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar; 4) Membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya	Likert

Figure 2. Tabel 2. Indikator Variabel

## Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya [8]. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak pengusaha E-commerce yang memiliki bisnis dibidang online shopping (E-Commerce) yang ada di Kota Sidoarjo yang berjumlah 54 anggota.

### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling, yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan adalah :

1. Pengusaha e-commerce yang telah beroperasi minimal 1 (satu) tahun.
2. Pengusaha e-commerce yang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak. (NPWP).

Sesuai dengan kriteria yang ditetapkan tersebut maka perhitungan sampel dari populasi anggota online shop sebanyak 54 dan yang beroperasi lebih dari 1 tahun sejumlah 40 anggota di Sidoarjo diuraikan ke dalam tabel sebagai berikut:

Keterangan	Keterangan
Pengguna <i>E-Commerce</i> di Kota Sidoarjo	54
Peng Pengusaha <i>e-commerce</i> yang telah beroperasi minimal 1 (satu) tahun	46
Pengusaha <i>e-commerce</i> yang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak. (NPWP)	40
<b>Sampel penelitian terpilih</b>	<b>40</b>

Figure 3. Tabel 3. Kriteria Pengambilan Sampel

Sesuai kriteria diatas maka jumlah sampel penelitian ini adalah sebanyak 40 responden pengusaha online shopping yang terdapat di Kota Sidoarjo, sehingga data yang akan diolah sebanyak 40 data kuesioner.

No	Nama Online Shop	Nama Pemilik	Beroperasi	Alamat
1	Walhijab.id	Heny Nurlia	5 tahun	Komp Ruko Central Square B-9 Jl. A. Yani 41-44 Gedangan
2	VintagePremiumShop	Yutina Alif	2 tahun	Jl. Raya Taman RT.02 RW.01 Taman
3	Gfshop.id	Rima Ridha	6 tahun	Dusun Cangkring Gatak RT.13 RW.04 Balong Bendo
4	Bellyzza.id	Danang Kurniawan	3 tahun	komplek Ruko Gateway Blok F-21 SawotratapGedangan
5	Farashijab.id	Ayu Faradilla	2 tahun	Ketimbang Rt. 06 Rw. 02 Wonoayu
6	Missyshop.official	Novita Maria	2 tahun	Jl. Jenggolo II A No. 4 RT.05 RW.02 Pucang
7	Crm Official Shop	Mariana Dewi	6 tahun	Jl. AryoBebangah No 674 RT 009 RW 002 Gedangan
8	Ciewie Home Dress & Hijab	Dwi Arnytha	4 tahun	Ds. Bringinbendo RT.02 RW.01 Taman
9	Arikahijab	Mega Ayu Widyanata	7 tahun	Jl. Nangka No. 7KetimangWonoayu
10	CV.Benaskin Sukses Abadi	Wahyu Ardianto	4 tahun	Jl. Raya Taman Asri B.121 , Perum Pondok Tjandra Indah Tambak Sumur Waru
11	Sablon Satuan SDA	Cahya Raka	2 thn	Jl. Tirta Dahlia No.88 Graha Tirta Waru
12	Zhaffood	Hendi Prasetra	2 thn	Perum Magersari Blok BH - 08 Magersari
13	Toko Mitra Sidoarjo	Susilo Hadi wibowo	2 thn	Pergudangan Meiko Abadi II Blok A-10 Jl. Industri RT.06 RW.02 Buduran
14	Savin	SavinaNafrin	2 thn	Pamotan RT.04 RW.02 Porong

Figure 4. Tabel 4. Daftar Sampel Penelitian

15	Toko Amari	<del>Salsabila</del> Puranara	2 thn	Jl. Kedung Rachmat Garq I RT.15 RW.05 Sepande Carali
16	Ramah Hayfa	Haniifa Ayu Nurfarida	2 thn	Sydney Garden b7/3 Puri Surya Jaya RT.02
17	Twinty Official	<del>Dani</del> <del>Elvira</del>	2 thn	RW.08PunggulGedangan Jl. Raya Taman No.02-03 RT.04 RW.08 Taman
18	Thefourisisters shop	Dewi Wahyu	2 thn	Kawasan Maspion Unit I Maspion Group BanjarGedangan
19	Bella Cosmetic	Bella Nur Hidayah	2 thn	Bebekon Selatan No.2 RT.025 RW.007 Bebekon Taman
20	Akafashioner	Asifa Sarum	2 thn	Jl. Raya Taman Asri D.192 , Perum Pondok Tjandra Indah Tambak Samar Waru
21	Kumia toys	<del>Yohanes</del> Kumiswan	2 thn	Jl. Durian No. 5 Ketintang/Wonorejo
22	Alceshoponline	Ali Sodiqin	2 thn	Taman Prang Indah F5/1 RT.36 RW.06 Lemahsuro
23	Vierfistore	Maria Silviana Lora	2 thn	DSE Delta Fortuna No.89 RT.031 RW.011 Njungs Waru
24	zalkiyah	Muhammad Zaki Ridwan	2 thn	Jl. Sinarjaya Angin No.10 RT.08 RW.03 Sino Angin
25	Mamicshop	Riki Aristiawan	2 thn	AnginWonorejo
26	Narendashop bajusantik	<del>Lia</del> <del>Susanto</del>	2 thn	Jl. Simpang Dewi Santika XB-21 RT.012 RW.004 Janti Waru
27	collybeauty	<del>Yohanes</del> Anisa	2 thn	Jl. Raya Bundan Juanda No.17, Semaribung, Gedangan
28	Princessashop.id07	<del>Salsabila</del> <del>Dianawati</del>	2 thn	Perum Citra Garden B2 No.27 EntalawatiBadanan Sydney Garden L4/2 Puri Surya Jaya RT.01 RW.07
29	rebeauty	<del>Salsabila</del> <del>Nurfarida</del>	2 thn	PunggulGedangan Griya Permata Gedangan K3 No.12 RT.07 RW.08
30	Dats.id	Karno <del>Salsabila</del>	2 thn	KebonsariKepGedangan Jl. By Pass Krian Km.286 SidoarjoSidoarjoKrian
31	cutichomeliving	Nahila <del>Salsabila</del>	2 thn	Jl. Raya Waru No.2 RT.001 RW.011 Waru
32	amanastore	Incar Wati	2 thn	Jl. Raya Taman Asri B.211 , Perum Pondok Tjandra Indah Tambak Samar Waru
33	Cardelkimashop	Eko Candra	2 tahun	Jl. Raya Taman No.30-31 RT.02 RW.01 Taman
34	Greykosmetik	Fitri Susanti	3 tahun	Jl. Lingkar Timur KM 01 BanjarSariBadanan
35	RamahTas NK	Akbar Firmansyah	2 tahun	Ds. Tiasih RT.01 RW.01 TiasihTulangan
36	Asihishop	Ayana Alia	<del>2 tahun</del>	Pondok Jati Blok Y 20 PagerwojoBadanan
37	Gladis Store	Riawan Maulana	2 tahun	Jl. CentrowasihBadanan 81 RT.10 RW.06 Rewwin Kepuh Waru Kiriman
38	Kosmeticee Official Store	<del>Zahara</del> <del>Jannah</del>	2 tahun	RT.04 RW.01 Njungs Waru
39	Indah Frozen Food	Indah <del>Yohanes</del>	2 thn	Korp Ruko Central Square B-9 Jl. A. Yani 41-44 Gedangan
40	obshopsideorjotemamah	<del>Salsabila</del> <del>Azzahra</del>	2 thn	Taman Prang Indah F8/4 RT.02 RW.02 Lemahsuro

Figure 5. Tabel 4. Daftar Sampel Penelitian

### Keterangan :

Untuk data NPWP tidak dapat di tampilkan dalam skripsi ini dikarenakan ketidaksetujuan pihak responden karena hal ini merupakan privasi responden.

### Jenis dan Sumber Data

#### a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, data kuantitatif adalah data penelitian yang berupa angka yang di analisis dengan menggunakan statistik [9]. Data yang diperoleh dari penelitian ini juga berupa data kualitatif karena beberapa informasi menerangkan dalam bentuk uraian dimana data tersebut tidak dapat diwujudkan dalam bentuk angka melainkan penjelasan yang menggambarkan keadaan, pendapat, persepsi dan diukur secara tidak langsung.

#### b. Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh [10]. Dalam Penelitian ini menggunakan sumber data yang terdiri dari dua jenis, antara lain:

##### a) Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data [11]. Data primer pada penelitian ini berasal dari data responden mengenai Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce.

##### b) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data [12]. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa e-buku, jurnal pendukung dan kutipan-kutipan teori yang berkaitan dengan penelitian

ini.

## Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menjelaskan mengenai bagaimana pengambilan data penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

Penelitian ini menggunakan kuesioner tertulis untuk pengumpulan data yang diperlukan, tidak melalui wawancara terhadap responden karena responden khawatir identitasnya akan terungkap. Kuesioner tersebut berisi daftar pernyataan yang telah dibuat dan disusun oleh peneliti yang selanjutnya akan diberikan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner tersebut bersifat tertutup, yang berarti bahwa responden tidak bisa memberikan jawaban atau pendapat sendiri melainkan cukup memilih jawaban yang telah tersedia [13].

Pada penelitian ini menggunakan 5 poin skala likert, untuk menghilangkan sifat keragu-raguan responden dalam memberikan jawaban pada kuesioner. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu objek atau fenomena tertentu [14].

Cara penyebaran kuesioner yaitu dengan menggunakan kuesioner manual dengan mencetak kuesioner sejumlah responden yang di gunakan sebagai sampel sehingga nantinya peneliti akan mendatangi para pemilik UMKM yang terdaftar di dinas koperasi dan memberikan kuesioner tersebut agar di isi langsung saat itu juga.

Adapun untuk keperluan analisis kuantitatif, skor yang diberikan dari setiap skala sebagai berikut :

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak setuju	1

Figure 6. Tabel 5. Bobot Skor Jawaban Variabel

## Teknik Analisis

### a. Uji Validitas dan Realibitas

#### 1) Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji statistik yang digunakan guna menentukan seberapa valid suatu item pertanyaan mengukur variabel yang diteliti [15]. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan yang ada pada kuisisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. dalam menghitung validitas menggunakan Correlation Person Moment. Analisis factor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor factor dengan skor total, dengan ketentuan sebagai berikut :

a) Jika nilai koefisien korelasi ( $r$  hitung) kurang dari 0,3 maka dikatakan tidak valid.

b) Jika nilai koefisien korelasi ( $r$  hitung) sama dengan atau lebih dari 0,3 maka dikatakan valid.

#### 2) Uji Reliabilitas

Kata reliability berasal dari kata rely dan ability. Reliabilitas bisa diartikan sebagai kepercayaan, keterandalan, atau konsistensi. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, artinya memiliki konsistensi pengukuran yang baik [16]. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu [17]. Dengan ketentuan sebagai berikut :

a) Jika nilai CronbachAlpha  $>$  0,60 maka instrumen reliabel.

b) Jika nilai CronbachAlpha  $<$  0,60 maka instrumen tidak reliabel.

### b. Analisis Regresi Linier Berganda

"Analisis regresi linear digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan/diturunkan. Bentuk persamaan dari regresi linier berganda ini yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (Kepatuhan Wajib Pajak)

a = Konstanta

b1, b2, b3 & b4 = Koefisien garis regresi

X1, X2, X3 & X4 = Variabel independen (Pemahaman Peraturan

Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, Dan Kesadaran

Wajib Pajak)

e = Error / variabel pengganggu”

### c. Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y). Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan uji koefisien determinasi, dan uji t.

#### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variable bebas terhadap variable terikat. Apakah variable bebas berpengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variable terikat [18]. Untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai thitung dengan ttable. Apabila thitung lebih besar dari ttable artinya terdapat alasan yang kuat untuk hipotesis satu (H1) diterima. Selain itu dapat pula dengan menggunakan uji signifikan. Dengan ketentuan jika nilai signifikan lebih dari 0,05 alpha, maka artinya terdapat alasan untuk hipotesis satu (H1) diterima [19].

#### 2. Koefisien Korelasi Berganda (R)

Koefisien korelasi berganda dipergunakan untuk menghitung tingkat keeratan hubungan antara variable bebas dengan variable terikat. Jangkauan nilai R berkisar antara 0-1, artinya semakin mendekati 1 maka semakin kuat hubungan antara variable bebas secara bersama-sama dan variable terikat. Semakin mendekati 0 berarti hubungannya semakin lemah atau bahkan tidak sama sekali antara variable bebas secara bersama-sama dan variable terikat [20].

jika nilai R (korelasi) tersebut bernilai positif, artinya hal ini menandakan bahwa jika terjadi peningkatan nilai pada variable bebas, maka akan menyebabkan peningkatan nilai variable terikat, artinya terjadi hubungan yang searah antara variable bebas secara bersama-sama terhadap variable terikat. Tetapi jika nilai R (korelasi) tersebut bernilai negatif, maka hubungan yang terjadi adalah hubungan yang berbalik arah. Hubungan berbalik arah tersebut mengandung arti bahwa jika terjadi peningkatan nilai pada variable bebas secara bersama-sama maka akan menyebabkan penurunan nilai pada variabel terikat. Dan sebaliknya jika terjadi penurunan nilai pada variable secara bersama-sama maka akan menyebabkan peningkatan nilai pada variable terikat [21].

#### 3. Koefisien Determinasi Berganda (R<sup>2</sup>)

Digunakan untuk menghitung kemampuan model regresi dalam menjelaskan perubahan variable yang tergantung akibat variasi variable bebas. Nilai koefisien determinasi berganda adalah antara nol dan satu (0-1). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variable terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi terikat [22].

## Hasil dan Pembahasan

### Gambaran Umum Objek Penelitian

Kota Sidoarjo memiliki komunitas pengusaha online yang berkembang pesat, terutama di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Banyak dari mereka memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka secara online. Produk yang dipasarkan meliputi makanan, fashion, kerajinan tangan, dan produk lokal lainnya. Ada 40 pengusaha online shopping di Kota Sidoarjo yang menjadi responden dalam penelitian ini diantaranya :

1. Walhijab.id pemiliknya Heny Nurlia (Ruko Central Square B-9 Jl. A. Yani 41-44 Gedangan)

2. Vintage Premium Shop pemiliknya Yutina Alif (Jl. Raya Taman RT.02 RW.01 Taman)

# Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol. 20 No. 1 (2025): February

DOI: 10.21070/ijler.v20i1.1434

- 3.Gfshop.id pemiliknya Rima Ridha (Dusun Cangkring Gatak RT.13 RW.04 Balong Bendo)
- 4.Bellyzza.id pemiliknya Danang Kurniawan(komplek Ruko Gateway Blok F-21 Sawotratap Gedangan)
- 5.Farashijab.id pemiliknya Ayu Faradilla (Ketimbang Rt. 06 Rw. 02 Wonoayu)
- 6.Missyshop.official pemiliknya Novita Maria(Jl. Jenggolo II A No. 4 RT.05 RW.02 Pucang)
- 7.Crn Official Shop pemiliknya Mariana Dewi (Jl. AryoBebangah No 674 RT 009 RW 002 Gedangan)
- 8.Ciewie Home Dress & Hijabpemiliknya Dwi Armytha (Ds. Bringinbendo RT.02 RW.01 Taman)
- 9.Arikahijab Mega Ayu Widyanata pemiliknya (Jl. Nangka No. 7 Ketimang Wonoayu)
- 10.CV.Benaskin Sukses Abadi pemiliknya Wahyu Ardianto(Jl. Raya Taman Asri B.121 , Perum Pondok Tjandra Indah Tambak Sumur Waru)
- 11.Sablon Satuan SDApemiliknya Ca9hya Raka) Jl. Tirta Dahlia No.88 Graha Tirta Waru
- 12.Zhaffood pemiliknya Hendi Prasetya (Perum Magersari Blok BH - 08 Magersari)
- 13.Toko Mitra Sidoarjopemiliknya Susilo Hadi Wibowo (Pergudangan Meiko Abadi II Blok A-10 Jl. Industri RT.06 RW.02 Buduran)
- 14.Savinpemiliknya Savina Nafrin (Pamotan RT.04 RW.02 Porong)
- 15.Toko Amanipemiliknya Syahril eka Purnama (Jl. Kedung Rachmat Gang I RT.15 RW.05 Sepande Candi)
- 16.Rumah Hayfapemiliknya Hanifa Ayu Nurfadila (Sydney Garden b7/3 Puri Surya Jaya RT.02 RW.08 Punggul Gedangan)
- 17.Twinty Official pemiliknya Pupit Ekawati (Jl. Raya Taman No.02-03 RT.04 RW.08 Taman)
- 18.Thefoursisters\_shop pemiliknya Dewi Wahyu (Kawasan Maspion Unit I Maspion Group Bangah Gedangan)
- 19.Belia Cosmetic pemiliknya Bella Nur Hidayah (Bebekan Selatan No.2 RT.025 RW.007 Bebekan Taman)
- 20.Azkafashionn pemiliknya Asifa Sanum (Jl. Raya Taman Asri D.192 , Perum Pondok Tjandra Indah Tambak Sumur Waru)
- 21.Kurnia toys pemiliknya Aghda Kurniawan (Jl.Durian No.5 Ketimang Wonoayu)
- 22.Aleeshoponline pemiliknyaAli Sodiqin(Taman Pinang Indah F5/1 RT.36 RW.06 Lemahputro)
- 23.Vierlinstorepemiliknya Maria Sylvania Longa (DSB. Delta Fortuna No.89 RT.031 RW.011 Ngingas Waru)
- 24.Zakkyaid pemiliknya Muhamad Zaki Ridwan (Jl. Simoangin Angin No.10 RT.08 RW.03 Simo Angin AnginWonoayu)
- 25.Maricashop pemiliknya RikiAristiawan (Jl. Simpang Dewi Sartika XB-21 RT.012 RW.004 Janti Waru)
- 26.Narendashop\_bajuanak pemiliknya Lilis Suprihatin(Jl. Raya Bandara Juanda No.17, Semambung, Gedangan)
- 27.Callybeauty pemiliknya Qurotul Anisa (Perum Citra Garden B2 No.27 EntalsewuBuduran)
- 28.Princessshop.id07 pemiliknya Ainiyah Purwanti (Sydney Garden L4/2 Puri Surya Jaya RT.01 RW.07 PunggulGedangan)
- 29.Arbeauty pemiliknya MaylaYuwono(Griya Permata Gedangan K3 No.12 RT.07 RW.08 Keboansikep Gedangan)
- 30.Duts.id pemiliknya Karno Yudianto(Jl. By Pass Krian Km.286 Sidoarjo Sidomojo Krian)
- 31.Cubichomeliving pemiliknya Nabila Saqqib(Jl. Raya Waru No.2 RT.001 RW.011 Waru )
- 32.Ananakstore pemiliknya Indar Wati(Jl. Raya Taman Asri B.211 , Perum Pondok Tjandra Indah Tambak Sumur Waru)
- 33.Candrakiranashop pemiliknya Eko Candra (Jl. Raya Taman No.30-31 RT.02 RW.01 Taman)
- 34.Grey kosmetik pemiliknya Fitri Susanti (Jl. Lingkar Timur KM 01 Banjarsari Buduran)
- 35.Rumah Tas\_NK (Akbar Firmansyah) Ds. Tlasi RT.01 RW.01 TlasiTulangan
- 36.As.hijabstorepemiliknya Ayuna Atta (Pondok Jati Blok Y 20 Pagerwojo Buduran)



37. Glafids Store pemiliknya Riswan Maulana (CendrawasihBunderan 81 RT.10 RW.06 Rewwin Kepuh Waru Kiriman)

38. Kosmetibee Official Store pemiliknya Zahrotul Jannah (RT.04 RW.01 Ngingas Waru)

39. Indah Frozen Food pemiliknya Indah nabilaramadhan (Komp Ruko Central Square B-9 Jl. A. Yani 41-44 Gedangan)

40. Olshop sidoarjo termurah (AzmiahAzzahra) Taman Pinang Indah F8/4 RT.02 RW.02 Lemahputro

## Analisis Data dan Hasil

### Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data yang sudah terkumpul dari kuisisioner yang telah tersebar terhadap responden ataupun karyawan dengan cara mendeskriptifikannya atau menggambarkan data yang ada. Sebagaimana tersedia pada table berikut ini:

Keterangan	Jumlah
Kuisisioner yang disebar	40
Kuisisioner yang kembali	40
Persentase respon rate	100%
Kuisisioner yang tidak kembali	0
Kuisisioner yang dianalisis	40

Figure 7. Tabel 6. Tingkat Pengembalian Kuisisioner

Berdasarkan table diatas dapat dijelaskan bahwa dari 40 kuisisioner yang telah disebar kepada responden Pengguna E-Commerce, terdapat 40 kuisisioner yang kembali dan tidak ada responden yang tidak mengembalikan kuisisioner. Jadi, presentase respon rate ini akan menjadi bahan penelitian dari jawaban semua responden yang berjumlah 40 orang responden. Demikian merupakan deskripsi responden yang dijadikan sampel penelitian untuk mendapatkan data.

### 1) Penilaian Responden Terhadap Identitas Responden

Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara menggunakan sekaligus memberikan kuisisioner yang berisi butir pertanyaan pada Pengguna E-Commerce yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Dengan memakai sejumlah pertanyaan sebanyak 18 butir pertanyaan. Yang dirincikan pertanyaannya dari variable Pemahaman Peraturan Pajak (X1) sejumlah 4 pertanyaan, untuk variable Tarif Pajak (X2) sejumlah 4 pertanyaan, untuk variable Lingkungan (X3) sejumlah 3 pertanyaan, untuk variable Kesadaran Wajib Pajak (X4) sejumlah 3 pertanyaan, Dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y) sejumlah 4 pertanyaan. Dibawah ini adalah data responden dalam penelitian ini, sebagai berikut :

#### a. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	15	37.5%
Perempuan	25	62.5%
Total	40	100.0%

Figure 8. Tabel 7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel diatas dapat diidentifikasi bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan sebanyak 25 Orang atau sebesar 62,5%, dan untuk yang berjenis kelamin laki-laki Sebanyak 15 Orang Atau sebesar 37,5%.

#### b. Identifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 25 tahun	2	5.0%
26-35 tahun	12	30.0%
36-45 tahun	18	45.0%
46 tahun	8	20.0%
Total	40	100.0%

Figure 9. Tabel 8. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel diatas dapat diidentifikasi bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 36-45 tahun sebanyak 18 Orang atau sebesar 45,0%, untuk yang berusia 26-35 tahun Sebanyak 12 Orang Atau sebesar 30,0%, untuk yang berusia < 25 tahun sebanyak 2 orang atau sebesar 5,0%.

### c. Identifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah	Persentase
1-3 Tahun	32	80.0%
3-5 Tahun	4	10.0%
> 5 Tahun	4	10.0%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100.0%</b>

Figure 10. Tabel 9. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha

Berdasarkan table diatas dapat diidentifikasi bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini yang telah memiliki usaha selama 1-3 Tahun sejumlah 32 Responden atau sebesar 80,0%, yang memiliki usaha 3-5 Tahun sejumlah 4 responden atau sebesar 10,0%. yang memiliki usaha > 5 Tahun sejumlah 4 responden atau sebesar 10,0%.

### d. Identifikasi Responden Berdasarkan Omzet Perbulan

Omzet Perbulan	Jumlah	Persentase
< 5 Juta	16	40.0%
6-10 Juta	24	60.0%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100.0%</b>

Figure 11. Tabel 10. Klasifikasi Responden Berdasarkan Omzet Perbulan

Berdasarkan table diatas dapat diidentifikasi bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki omzet perbulan sebesar 6-10 Juta sejumlah 24 Responden atau sebesar 60,0%. Sedangkan responden yang memiliki omzet perbulan sebesar < 5 Juta sejumlah 16 Responden atau sebesar 40,0%.

### e. Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMP	2	5.0%
SMA	34	85.0%
S1	4	10.0%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100.0%</b>

Figure 12. Tabel 11. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan table diatas dapat diidentifikasi bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini yang berpendidikan SMA sejumlah 34 Responden atau sebesar 85,0%, yang berpendidikan S1 sejumlah 4 responden atau sebesar 10,0%. yang berpendidikan SMP sejumlah 2 responden atau sebesar 5%.

## 2) Penilaian Responden Terhadap Butir Pertanyaan

### 1. Pemahaman Peraturan Pajak (X1)

Variable Pemahaman Peraturan Pajak (X1) mempunyai beberapa butir pernyataan yang terdiri dari 4 pernyataan. Dan adapun penilaian responden terhadap Pemahaman Peraturan Pajak (X1) adalah sebagai berikut :

No	Indikator	1		2		3		4		5		TOTAL
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X1.1	-	-	-	-	1	2.5	20	50.0	19	47.5	40
2	X1.2	-	-	-	-	-	-	16	40.0	24	60.0	40
3	X1.3	-	-	-	-	1	2.5	19	47.5	20	50.0	40
4	X1.4	-	-	-	-	-	-	15	37.5	25	62.5	40

Figure 13. Tabel 12. Penilaian Responden Terhadap Pemahaman Peraturan Pajak (X1)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variable Pemahaman Peraturan Pajak (X1) terkait dengan adanya pernyataan pertama, nilai terbesar dari tanggapan responden yaitu 4, sebanyak 20 responden dengan memiliki persentase sebesar 50,0%. Pernyataan kedua yaitu dengan nilai terbesar dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 24 responden dengan persentase sebesar 60,0%, pernyataan ketiga yaitu dengan nilai yang diperoleh dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 20 responden dengan persentase sebesar 50,0%. Pernyataan ke empat yaitu Dengan nilai terbesar dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 25 responden dengan persentase sebesar 62,5%. Sehingga persepsi responden dapat dikatakan tinggi maka dengan itu analisis deskriptifnya dapat dinyatakan bahwa responden memiliki persepsi yang baik terhadap variable Pemahaman Peraturan Pajak (X1).

## 2. Tarif Pajak (X2)

Variable Tarif Pajak (X2) mempunyai beberapa butir pernyataan yang terdiri dari 4 pernyataan. Dan adapun penilaian responden terhadap Tarif Pajak (X2) adalah sebagai berikut :

No	Indikator	1		2		3		4		5		TOTAL
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X2.1	-	-	-	-	1	2.5	15	37.5	24	60.0	40
2	X2.2	-	-	-	-	-	-	12	30.0	28	70.0	40
3	X2.3	-	-	-	-	1	2.5	12	30.0	27	67.5	40
4	X2.4	-	-	-	-	-	-	17	42.5	23	57.5	40
												100%

Figure 14. Tabel 13. Penilaian Responden Terhadap Tarif Pajak (X2)

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa variable Tarif Pajak (X2) terkait dengan adanya pernyataan pertama nilai terbesar dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 24 responden dengan memiliki persentase sebesar 60,0%. Pernyataan kedua dengan nilai terbesar dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 28 responden dengan persentase sebesar 70,0%, pernyataan ketiga dengan nilai yang diperoleh dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 27 responden dengan persentase sebesar 67,5%. Pernyataan keempat Dengan nilai terbesar dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 23 responden dengan persentase sebesar 57,5%. Sehingga persepsi responden dapat dikatakan tinggi maka dengan itu analisis deskriptifnya dapat dinyatakan bahwa responden memiliki persepsi yang baik terhadap variable Tarif Pajak (X2).

## 3. Lingkungan (X3)

Variable Lingkungan (X3) mempunyai beberapa butir Pernyataan yang terdiri dari 3 Pernyataan. Dan adapun penilaian responden terhadap Lingkungan (X3) adalah sebagai berikut :

No	Indikator	1		2		3		4		5		TOTAL
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X3.1	-	-	-	-	2	5.0	13	32.5	25	62.5	40
2	X3.2	-	-	-	-	1	2.5	11	27.5	28	70.0	40
3	X3.3	-	-	-	-	1	2.5	13	32.5	26	65.0	40
												100%

Figure 15. Tabel 14. Penilaian Responden Terhadap Lingkungan (X3)

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa variable Lingkungan (X3) terkait dengan adanya pernyataan pertama nilai terbesar dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 25 responden dengan memiliki persentase sebesar 62,5%. Pernyataan kedua dengan nilai terbesar dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 28 responden dengan persentase sebesar 70,0%, pernyataan ketiga dengan nilai yang diperoleh dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 26 responden dengan persentase sebesar 65,0%. Sehingga persepsi responden dapat dikatakan tinggi maka dengan itu analisis deskriptifnya dapat dinyatakan bahwa responden memiliki persepsi yang baik terhadap variable Lingkungan (X3).

## 4. Kesadaran Wajib Pajak (X4)

Variable Kesadaran Wajib Pajak (X4) mempunyai beberapa butir Pernyataan yang terdiri dari 3 Pernyataan. Dan adapun penilaian responden terhadap Kesadaran Wajib Pajak (X4) adalah sebagai berikut :

No	Indikator	1		2		3		4		5		TOTAL
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X4.1	-	-	-	-	1	2.5	12	30.0	27	67.5	40
2	X4.2	-	-	-	-	1	2.5	12	30.0	27	67.5	40
3	X4.3	-	-	-	-	2	5.0	11	27.5	27	67.5	40

Figure 16. Tabel 15. Penilaian Responden Terhadap Kesadaran Wajib Pajak (X4)

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa variable Kesadaran Wajib Pajak (X4) terkait dengan adanya pernyataan pertama nilai terbesar dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 27 responden dengan memiliki persentase sebesar 67,5%. Pernyataan kedua dengan nilai terbesar dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 27 responden dengan persentase sebesar 67,5%, pernyataan ketiga dengan nilai yang diperoleh dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 27 responden dengan persentase sebesar 67.5%. Sehingga persepsi responden dapat dikatakan tinggi maka dengan itu analisis deskriptifnya dapat dinyatakan bahwa responden memiliki persepsi yang baik terhadap variable Kesadaran Wajib Pajak (X4).

### 5. Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y) mempunyai beberapa butir Pernyataan yang terdiri dari 4 Pernyataan. Dan adapun penilaian responden terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) adalah sebagai berikut :

No	Indikator	1		2		3		4		5		TOTAL
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Y1.1	-	-	-	-	-	-	12	30.0	28	70.0	40
2	Y1.2	-	-	-	-	-	-	8	20.0	32	80.0	40
3	Y1.3	-	-	-	-	-	-	9	22.5	31	77.5	40
4	Y1.4	-	-	-	-	1	2.5	13	32.5	26	65.0	40

Figure 17. Tabel 16. Penilaian Responden Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y) terkait dengan adanya pernyataan pertama nilai terbesar dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 28 responden dengan memiliki persentase sebesar 70,0%. Pernyataan kedua dengan nilai terbesar dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 32 responden dengan persentase sebesar 80,0%, pernyataan ketiga dengan nilai yang diperoleh dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 31 responden dengan persentase sebesar 77,5%. pernyataan keempat dengan nilai yang diperoleh dari tanggapan responden yaitu 5, sebanyak 26 responden dengan persentase sebesar 65,0%. Sehingga persepsi responden dapat dikatakan tinggi maka dengan itu analisis deskriptifnya dapat dinyatakan bahwa responden memiliki persepsi yang baik terhadap variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y).

### Pengujian Kualitas Data

Agar peneliti dapat mengetahui hasil penelitian, maka diperlukan instrument yang valid dan reliable. Instrument yang valid berarti alat ukur yang harus digunakan untuk mendapatkan data dalam (pengukuran) harus valid, sedangkan instrument reliable adalah instrument yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan terjadi hasil data yang sama. Secara rinci pengujian instrument penelitian ini disajikan, sebagai berikut :

#### a. Uji Validitas

Kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan yang ada pada kuisisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Menurut sugiyono (2016) menyatakan dalam menghitung validitas menggunakan Correlation Person Moment. Analisis factor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor factor dengan skor total, dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai koefisien korelasi (r hitung) kurang dari 0,3 maka dikatakan tidak valid.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi (r hitung) sama dengan atau lebih dari 0,3 maka dikatakan valid.

Variabel	Item Variabel	Correlation (r-hitung)	r-kritis	Keterangan
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y1.1	0.449	0.30	Valid
	Y1.2	0.508	0.30	Valid
	Y1.3	0.502	0.30	Valid
	Y1.4	0.634	0.30	Valid
Pemahaman Peraturan Pajak (X1)	X1.1	0.451	0.30	Valid
	X1.2	0.366	0.30	Valid
	X1.3	0.469	0.30	Valid
	X1.4	0.445	0.30	Valid
Tarif Pajak (X2)	X2.1	0.528	0.30	Valid
	X2.2	0.516	0.30	Valid
	X2.3	0.558	0.30	Valid
	X2.4	0.440	0.30	Valid
Lingkungan (X3)	X3.1	0.647	0.30	Valid
	X3.2	0.600	0.30	Valid
	X3.3	0.647	0.30	Valid
Kesadaran Wajib Pajak (X4)	X4.1	0.689	0.30	Valid
	X4.2	0.605	0.30	Valid
	X4.3	0.532	0.30	Valid

Figure 18. Tabel 17. Uji Validitas

Pada hasil pengujian validitas diatas menyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuisioner variable (X) dan variable (Y) memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,30 ( $>0,30$ ), sehingga dari variable (X) dan variable (Y) keseluruhan dapat dinyatakan valid.

### b. Uji Reliabilitas

Suatu kuisioner dapat dikatakan reliable jika responden menjawab pernyataan dengan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas ini menggunakan teknik alpha cronbach, dikatakan bahwa instrument memiliki nilai reliable yang tinggi jika nilai alpha cronbach  $> 0,7$ . Dari hasil analisis diperoleh koefisien reliabilitas sebagai berikut:

Variabel	Nilai alpha cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Pemahaman Peraturan Pajak (X1)	0.874	0.7	Reliabel
Tarif Pajak (X2)	0.864	0.7	Reliabel
Lingkungan (X3)	0.852	0.7	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak (X4)	0.852	0.7	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0.876	0.7	Reliabel

Figure 19. Tabel 18. Uji Reliabilitas

Dari data table diatas, dapat dilihat terdapat nilai koefisien reliabilitas cronbach alpha pada variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y) sebesar 0.876, variable Pemahaman Peraturan Pajak (X1) sebesar 0.874, sedangkan variable Tarif Pajak (X2) memiliki nilai 0.864, Lingkungan (X3) memiliki nilai 0.852, Kesadaran Wajib Pajak (X4) memiliki nilai 0.852. Dari hasil penelitian tersebut maka dari pernyataan instrument variable Pemahaman Peraturan Pajak (X1), variable Tarif Pajak (X2), Lingkungan (X3), Kesadaran Wajib Pajak (X4) dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y) ini bahwa instrument kuisioner yang digunakan dikatakan memiliki reliabilitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui besarnya factor variable yang digunakan dalam penelitian ini, variable tersebut adalah Pemahaman Peraturan Pajak (X1), variable Tarif Pajak (X2), Lingkungan (X3), Kesadaran Wajib Pajak (X4) dalam mempengaruhi variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y) pada Pengguna E-Commerce di Kabupaten Sidoarjo. Berikut adalah hasil dari analisis regresi linier yang menggunakan bantuan program software SPSS versi 27 for windows:

Variabel	Nilai B
(Constant)	16.260
Pemahaman Peraturan Pajak	3.219
Tarif Pajak	1.115
Lingkungan	1.077
Kesadaran Wajib Pajak	2.245

Figure 20. Tabel 19. Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil table diatas dapat dilihat dan dijelaskan bahwa persamaan yang diperoleh sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 16.260 + 3.219X_1 + 1.115X_2 + 1.077X_3 + 2.245X_4$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam persamaan diatas dapat dijelaskan makna dari koefisien regresi sebagai berikut :

### 1)Konstanta (a)

Nilai konstanta adalah 16.260. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variable bebas yaitu Pemahaman Peraturan Pajak (X1) ,variable Tarif Pajak (X2), Lingkungan (X3), dan Kesadaran Wajib Pajak (X4), maka nilai dalam variable terikatnya yaitu variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y)tetap konstan sebesar 16.260.

### 2)Pemahaman Peraturan Pajak (X1)

Koefisien bernilai positif 3.219 antara variable Pemahaman Peraturan Pajak (X1) dengan variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y). hal ini dapat diartikan bahwa variable tersebut memiliki hubungan yang positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variable Pemahaman Peraturan Pajak (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 3.219 satuan.

### 3)Tarif Pajak (X2)

Koefisien bernilai positif 1.077 antara variable Tarif Pajak (X2) dengan variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y). hal ini dapat diartikan bahwa variable tersebut memiliki hubungan yang positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variable Tarif Pajak (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 1.077 satuan.

### 4)Lingkungan (X3)

Koefisien bernilai positif 0.596 antara variable Lingkungan (X3) dengan variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y). hal ini dapat diartikan bahwa variable tersebut memiliki hubungan yang positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variable Lingkungan (X3) mengalami kenaikan satu satuan, maka variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.596 satuan.

### 5)Kesadaran Wajib Pajak (X4)

Koefisien bernilai positif 2.245 antara variable Kesadaran Wajib Pajak (X4) dengan variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y). hal ini dapat diartikan bahwa variable tersebut memiliki hubungan yang positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variable Kesadaran Wajib Pajak (X4) mengalami kenaikan satu satuan, maka variable Kepatuhan Wajib Pajak (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 2.245 satuan.

## Pengujian Hipotesis

### 1.Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji (R<sup>2</sup>) digunakan untuk menghitung tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Adapun analisis determinasi berganda adalah alat analisis untuk mengetahui besarnya sumbangan variabel bebas secara simultan (serempak) terhadap naik turunnya variabel terikat. Hasil penghitungan SPSS mengenai analisisnya ditunjukkan oleh tabel di bawah ini :

R	R Square
0,900	0,960

Figure 21. Tabel 20. Hasil Uji R Square

Pada table diatas diketahui bahwa nilai koefisien korelasi R adalah 0,900 atau mendekati 1. Artinya terdapat hubungan (korelasi) yang kuat antara variabel bebas yang meliputi Pemahaman Peraturan Pajak (X1) ,variable Tarif Pajak (X2), Lingkungan (X3), dan Kesadaran Wajib Pajak (X4) terhadap variabel terikat yaitu Kepatuhan Wajib Pajak (Y).

Adapun analisis determinasi berganda, dari tabel diatas diketahui presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh nilai R square adalah 0,960 maka koefisien determinasi berganda  $0,960 \times 100\% = 96\%$  dan sisanya  $100\% - 96\% = 4\%$ . Hal ini berarti naik turunnya variabel terikat yaitu Kepatuhan Wajib Pajak (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu Pemahaman Peraturan Pajak (X1) ,variable Tarif Pajak (X2), Lingkungan (X3), dan Kesadaran Wajib Pajak (X4) sebesar 96%. Sedangkan sisanya sebesar 4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 2.Uji t (Uji parsial)

Pada uji hipotesis ini menggunakan uji t dipergunakan untuk mengukur tingkat pengaruh signifikansi secara parsial antara variabel independen yang meliputi Pemahaman Peraturan Pajak (X1) ,variable Tarif Pajak (X2), Lingkungan (X3), dan Kesadaran Wajib Pajak (X4) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) pada Pengguna E-Commerce di Kabupaten Sidoarjo. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1)Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2)Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil perhitungan SPSS versi 27 mengenai analisis uji t (uji parsial) ditunjukkan oleh table dibawah ini :

Variabel	Nilai Sig.
Pemahaman Peraturan Pajak	0,009
Tarif Pajak	0,007
Lingkungan	0,000
Kesadaran Wajib Pajak	0,002

Figure 22. Tabel 21. Hasil Uji Parsial (Uji t)

1.Pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda pada hipotesa pengaruh Pemahaman peraturan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,009, lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikan  $0,009 < 0,05$ , sehingga H1 yang menyatakan bahwa variabel Pemahaman peraturan pajak (X1) secara parsial mempunyai pengaruh Terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) diterima.

2.Pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda pada hipotesa pengaruh Tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,007, lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikan  $0,007 < 0,05$ , sehingga H2 yang menyatakan bahwa variabel Tarif pajak (X2) secara parsial mempunyai pengaruh Terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) diterima.

3.Pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda pada hipotesa pengaruh lingkungan terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga H3 yang menyatakan bahwa variabel lingkungan (X3) secara parsial mempunyai pengaruh Terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) diterima.

4.Pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda pada hipotesa pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,002, lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikan  $0,002 < 0,05$ , sehingga H4 yang menyatakan bahwa variabel Kesadaran Wajib Pajak (X4) secara parsial mempunyai pengaruh Terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) diterima.

No.	Uraian	Hasil	Keterangan
1	H1 : Pemahaman peraturan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce.	<b>Diterima</b>	0,009 < 0,05
2	H2 : Tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce.	<b>Diterima</b>	0,007 < 0,05
3	H3 : lingkungan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce.	<b>Diterima</b>	0,000 < 0,05
4	H4: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce.	<b>Diterima</b>	0,002 < 0,05

Figure 23. Table 22. Hasil Pengujian Hipotesis

## Pembahasan

### 1) Pemahaman Peraturan Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce

Hasil pengujian hipotesis Pemahaman peraturan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,009 dibawah tingkat signifikansi 0,05 (5%). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis Pemahaman peraturan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce diterima dan mempengaruhi pengguna E-Commerce dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hasil pengujian yang dilakukan dapat mendukung hipotesis yang diajukan.

Pemahaman peraturan perpajakan merupakan segala hal yang berkaitan dengan peraturan pajak yang telah ditetapkan oleh dirjen pajak yang dimengerti dengan benar dan dapat melaksanakan apa yang telah dipahami sesuai ketentuan umum dan tata cara perpajakan dan tata cara perpajakan. Secara praktis, wajib pajak pengguna e-commerce yang memiliki tingkat pemahaman tinggi terhadap peraturan perpajakan cenderung: Melakukan pelaporan dan pembayaran pajak tepat waktu, Menyimpan bukti transaksi dan pencatatan secara sistematis, Mengetahui jenis pajak yang dikenakan atas transaksi digital, Sadar akan pentingnya pajak untuk pembangunan negara.

Pemahaman peraturan pajak menjadi faktor utama dalam membentuk kesadaran dan sikap proaktif wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Wajib pajak yang mengerti akan ketentuan PPh Final UMKM (PP 55/2022), pengenaan PPN atas transaksi digital, serta peraturan terkait pajak yang dipungut oleh penyelenggara e-commerce, akan lebih berhati-hati dalam mengelola aspek pajaknya.

Selain itu, hasil kuisioner yang dibagikan kepada pelaku e-commerce menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan kepatuhan mereka meningkat setelah memahami kewajiban pajaknya. Sebagian dari mereka bahkan menyatakan mengikuti pelatihan atau webinar pajak yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Pajak atau konsultan pajak untuk meningkatkan pemahaman mereka. Dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara pemahaman peraturan pajak dan kepatuhan wajib pajak di sektor e-commerce, di mana peningkatan literasi pajak dapat mendorong kepatuhan sukarela, mengurangi pelanggaran administratif, dan menciptakan keadilan fiskal dalam ekosistem ekonomi digital.

Dalam Teori Atribusi, pemahaman peraturan pajak mendorong atribusi internal terhadap tindakan patuh, sehingga meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Semakin seseorang merasa bahwa kepatuhan berasal dari pengetahuan dan kesadaran pribadi, semakin tinggi kemungkinan mereka patuh terhadap kewajiban perpajakan.

### 2) Tarif Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce

Hasil pengujian hipotesis Tarif Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,007 dibawah tingkat signifikansi 0,05 (5%). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis Tarif Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak diterima dan mempengaruhi pengguna E-Commerce dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hasil pengujian yang dilakukan dapat mendukung hipotesis yang diajukan.

Tarif pajak menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tarif pajak yang dikenakan kepada wajib pajak, maka akan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayarkan kewajiban pajaknya. Oleh karena itu, penetapan tarif pajak harus disesuaikan dengan keadaan dan diberlakukan secara adil, agar dapat memotivasi masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakan.



Dalam perspektif Teori Atribusi, tarif pajak memengaruhi cara wajib pajak menilai alasan mereka untuk patuh. Jika tarif dianggap adil, maka kepatuhan cenderung berasal dari kesadaran pribadi (atribusi internal). Sebaliknya, tarif yang terlalu tinggi atau tidak wajar dapat mendorong sikap tidak patuh karena dianggap berasal dari tekanan luar atau ketidakadilan (atribusi eksternal).

### **3) Lingkungan Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce**

Hasil pengujian hipotesis lingkungan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dibawah tingkat signifikansi 0,05 (5%). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis lingkungan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce diterima dan mempengaruhi pengguna E-Commerce dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hasil pengujian yang dilakukan dapat mendukung hipotesis yang diajukan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semakin baik lingkungan sekitar wajib pajak, maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Pengaruh lingkungan wajib pajak tercipta dari dorongan masyarakat sekitar wajib pajak dalam memberikan contoh yang baik agar terciptanya keinginan taat dalam membayar pajak.

Dalam perspektif Teori Atribusi, lingkungan pajak berperan sebagai faktor eksternal yang memengaruhi cara wajib pajak menginterpretasikan kepatuhan mereka. Lingkungan yang positif mendorong atribusi internal dan meningkatkan kepatuhan. Sebaliknya, lingkungan pajak yang negatif dapat menyebabkan atribusi eksternal yang menurunkan tingkat kepatuhan.

### **4) Kesadaran Wajib Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce**

Hasil pengujian hipotesis Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,002 dibawah tingkat signifikansi 0,05 (5%). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna E-Commerce diterima dan mempengaruhi pengguna E-Commerce dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hasil pengujian yang dilakukan dapat mendukung hipotesis yang diajukan.

Kesadaran wajib pajak merupakan suatu kondisi dimana Wajib Pajak mengetahui, mengakui, menghargai dan menaati ketentuan perpajakan yang berlaku serta memiliki kesungguhan dan keinginan untuk memenuhi kewajiban pajaknya sesuai Undang-Undang perpajakan. Wajib pajak yang memiliki kesadaran perpajakan yang baik akan cenderung untuk patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Hasil temuan menunjukkan bahwa pelaku usaha e-commerce yang memiliki tingkat kesadaran tinggi cenderung lebih patuh dalam Melaporkan penghasilan sesuai dengan kenyataan, Tidak menghindari atau menunda pembayaran pajak, Memanfaatkan fasilitas pajak secara bertanggung jawab (misalnya PPh Final UMKM), Bersikap kooperatif saat dilakukan pemeriksaan atau klarifikasi oleh otoritas pajak. Hal ini memperkuat pandangan bahwa kepatuhan pajak tidak hanya dipengaruhi oleh ketakutan terhadap sanksi, tetapi juga oleh kesadaran moral dan tanggung jawab sosial dari para pelaku usaha. Dalam konteks e-commerce, yang notabene sulit diawasi secara langsung, peran kesadaran menjadi sangat krusial.

Wajib pajak pengguna e-commerce yang sadar akan pentingnya pajak cenderung lebih aktif mencari informasi pajak, mengikuti sosialisasi atau webinar perpajakan, dan melakukan pencatatan transaksi secara transparan. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kesadaran pajak merupakan salah satu faktor dominan yang mendorong kepatuhan sukarela (voluntary tax compliance), terutama di sektor digital dan informal seperti e-commerce.

Dalam perspektif Teori Atribusi, kesadaran pajak merupakan bentuk atribusi internal yang kuat, yang mendorong perilaku patuh tanpa tekanan eksternal. Semakin tinggi kesadaran pajak seseorang, semakin besar kemungkinan mereka patuh terhadap kewajiban perpajakan secara sukarela dan konsisten.

## **Penutup**

## **Simpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pemahaman Peraturan Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce. Pemahaman peraturan perpajakan merupakan segala hal yang berkaitan dengan peraturan pajak yang telah ditetapkan oleh dirjen pajak yang dimengerti dengan benar dan dapat melaksanakan apa yang telah dipahami sesuai ketentuan umum dan tata cara perpajakan dan tata cara perpajakan. Secara praktis, wajib pajak pengguna e-commerce yang memiliki tingkat pemahaman tinggi terhadap peraturan perpajakan cenderung: Melakukan pelaporan dan pembayaran pajak tepat waktu, Menyimpan bukti transaksi dan pencatatan secara sistematis, Mengetahui jenis pajak yang dikenakan atas transaksi digital, Sadar akan pentingnya pajak untuk pembangunan negara.

2. Tarif Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce. Tarif pajak menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tarif pajak yang dikenakan kepada wajib pajak, maka akan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayarkan kewajibannya. Oleh karena itu, penetapan tarif pajak harus disesuaikan dengan keadaan dan diberlakukan secara adil, agar dapat memotivasi masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

3. Lingkungan Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semakin baik lingkungan sekitar wajib pajak, maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Pengaruh lingkungan wajib pajak tercipta dari dorongan masyarakat sekitar wajib pajak dalam memberikan contoh yang baik agar terciptanya keinginan taat dalam membayar pajak.

4. Kesadaran Wajib Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce. Kesadaran wajib pajak merupakan suatu kondisi dimana Wajib Pajak mengetahui, mengakui, menghargai dan menaati ketentuan perpajakan yang berlaku serta memiliki kesungguhan dan keinginan untuk memenuhi kewajiban pajaknya sesuai Undang-Undang perpajakan. Wajib pajak yang memiliki kesadaran perpajakan yang baik akan cenderung untuk patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

## Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan yang dihadapi peneliti diantaranya :

1. Penelitian ini merupakan metode survei menggunakan kuesioner tanpa dilengkapi dengan wawancara atau pertanyaan lisan.
2. Data yang dianalisis menggunakan instrument yang berdasarkan persepsi jawaban responden, sehingga hal ini akan menimbulkan masalah bila persepsi jawaban responden berbeda dengan keadaan sesungguhnya.
3. Peneliti Hanya meneliti pada Pengguna E-Commerce di kabupaten Sidoarjo.
4. Penelitian ini hanya menggunakan variabel independen Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Dan Kesadaran Wajib Pajak. Sementara itu, masih banyak variabel lain yang memungkinkan memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak.
5. Hanya menguji hubungan Independen terhadap dependen.

## Saran

- 1) Diharapkan untuk penelitian selanjutnya tidak hanya meneliti pada Pengguna E-Commerce di Kabupaten Sidoarjo tetapi juga dilakukan pada obyek penelitian yang lain.
- 2) Perlu dilakukan wawancara kepada seluruh responden yang memungkinkan dapat untuk dipantau secara langsung dan respon juga bisa bertanya langsung kepada peneliti perihal pertanyaan yang barangkali tidak bisa dipahami yang akhirnya jawaban tiap responden bisa peneliti kendalikan dan kejujuran jawaban mereka bisa terperoleh
- 3) Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independen lain yang mungkin mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak, misalnya aturan pajak, Sosialisasi Perpajakan, Kemudahan Sistem, Kondisi Keuangan dan lain sebagainya.

## Ucapan Terima Kasih

Selain proses yang cukup menguras waktu dan pikiran, penyelesaian dalam penelitian ini tidak lepas dari segala usaha, doa serta dukungan dari banyak pihak. Terima kasih ini ditujukan kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Program Studi Manajemen sebagai tempat peneliti menimba ilmu sehingga sebagai modal dalam melakukan penelitian ini. Tidak lupa juga terima kasih pada pihak-pihak yang memberikan dukungan hingga terselesaikannya penelitian ini dengan baik.

## References

1. [1] Apkomindo, "Indonesia E-Commerce Market Growth," 2016.
2. [2] D. A. Harahap and D. Amanah, *Introduction to Management*. Bandung: Alfabeta, 2018.
3. [3] I. Ghazali, "Research Methodology," *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 53, no. 9, pp. 1689-1699, 2018.
4. [4] Hermawan and Amirullah, *Business Research Methods*, 1st ed. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
5. [5] Henny, "Earnings Management and Corporate Characteristics on Tax Avoidance," *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 36-46, 2019.
6. [6] I. G. Cahyani, "Fixed Asset Intensity and Profitability on Tax Avoidance," Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Malang, 2019.
7. [7] I. Ghazali, *Multivariate Analysis Using IBM SPSS 19*, 5th ed. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.

8. [8] I. Ghozali, *Multivariate Analysis Using IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro Press, 2013.
9. [9] I. Ghozali, *Multivariate Analysis Using IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro Press, 2016.
10. [10] K. C. Sudjana and N. W. S. Suprpti, "Trust as a Mediator of Website Quality on Online Purchase Intention," *E-Journal of Management*, 2015.
11. [11] L. Limpo and Meryana, "The Role of Trust on Online Purchase Decisions," *International Journal of Scientific Research*, vol. 6, no. 10, 2017.
12. [12] R. Agus, *Descriptive Statistics*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2017.
13. [13] S. Syofian, *Parametric Statistics for Quantitative Research*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
14. [14] Sugiyono, *Quantitative, Qualitative and R&D Research Methods*. Bandung: Alfabeta, 2019.
15. [15] Sugiyono, *Business Research Methods*, 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2017.
16. [16] Sugiyono, *Educational Research Methods*. Bandung: Alfabeta, 2018.
17. [17] S. Azwar, *Research Methods*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
18. [18] U. Sekaran and R. Bougie, *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
19. [19] Wahidmurni, "Quantitative Research Methodology," pp. 1-16, 2017.
20. [20] I. Ghozali, *Advanced Multivariate Analysis Using SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2016.
21. [21] Sugiyono, *Business Research Methods*. Bandung: Alfabeta, 2016.
22. [22] Sugiyono, *Qualitative Research Methods*. Bandung: Alfabeta, 2019.