

Determinasi Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce*: Peran Pengetahuan, Sosialisasi, Kesadaran, dan Sanksi Perpajakan

Nyoman Putri Gayatri¹, Desak Made Intan Cahaya Dewi², Ni Komang Ayu Arisanti³, Partiw
Dwi Astuti^{4*}

^{1,2,3,4} Universitas Warmadewa

*E-mail: partiw_astuti@yahoo.co.uk

Information Article

History Article

Submission: 26-04-2026

Revision: 02-05-2026

Published: 02-05-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v3i4.229

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan, sosialisasi, kesadaran, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*. Sampel penelitian sebanyak 33 orang pelaku *e-commerce* ditentukan dengan *simple random sampling*. Data dikumpulkan dengan mengirimkan kuesioner ke pelaku *e-commerce* sebagai responden penelitian. Hipotesis diuji dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, kesadaran wajib pajak berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dan sanksi pajak berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang relatif kecil dan penggunaan data persepsi responden. Orisinalitas penelitian ini terletak pada fokus kajian kepatuhan pajak pelaku *e-commerce* dan kontribusinya dalam menunjukkan keterbatasan faktor kepatuhan pajak konvensional.

Kata Kunci: Pengetahuan, Sosialisasi, Kesadaran, Sanksi, Kepatuhan

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of knowledge, socialization, awareness, and tax sanctions on the compliance of e-commerce actors. The research sample of 33 e-commerce actors was determined by simple random sampling. Data was collected by sending questionnaires to e-commerce actors as research respondents. The hypothesis was tested by multiple linear regression analysis technique. The results of this study show that tax knowledge has a positive effect on taxpayer compliance; tax socialization has a negative or insignificant effect on taxpayer compliance, taxpayer awareness has a positive or insignificant effect on taxpayer compliance, tax sanctions have a positive or insignificant effect on taxpayer compliance. This study has limitations on the relatively small number of samples and the use of respondent perception data. The originality of this research lies in the focus of the study of tax compliance of e-commerce actors and its contribution in showing the limitations of conventional tax compliance factors.

Key word: Knowledge, Socialization, Awareness, Sanctions, Compliance

Acknowledgment

PENDAHULUAN

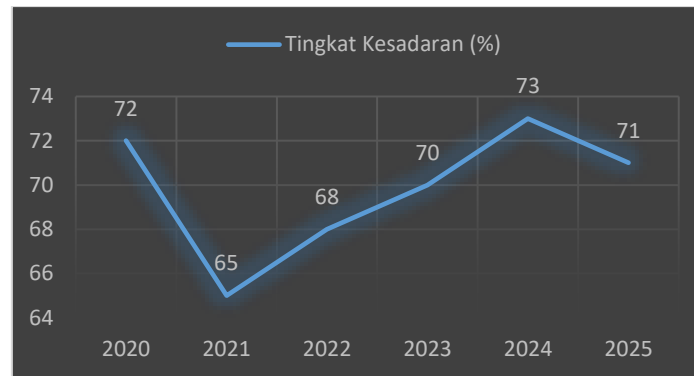
Proliferasi *e-commerce* yang cepat telah secara signifikan mengubah lanskap ekonomi global, memerlukan evolusi yang sejalan dengan kerangka kerja perpajakan untuk mendorong stabilitas fiskal. Transformasi digital ini menghadirkan peluang dan tantangan bagi otoritas pajak, terutama dalam memastikan kepatuhan di antara pelaku *e-commerce* yang sering beroperasi melintasi batas yurisdiksi tradisional (Putri & Prasetyawati, 2025). Sifat transaksi digital yang rumit dan berbagai skala operasi *e-commerce*, mulai dari usaha mikro, kecil, dan menengah hingga perusahaan besar, semakin memperumit penegakan peraturan pajak (Altundag, 2025).

Pertumbuhan *e-commerce* telah memunculkan *shadow economy*, pelaku usaha informal sering menghindari kewajiban pajak, sehingga berdampak pada pertumbuhan ekonomi nasional (Aizat et al., 2025). Oleh karenanya perlu pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak di sektor *e-commerce* (Irawati & Angraini, 2021). Optimalisasi pajak bergantung pada kepatuhan wajib pajak terhadap peraturan dan pengungkapan pendapatan yang akurat (Toly et al., 2023).

Pengetahuan perpajakan harus dimiliki oleh wajib pajak. Tanpa adanya pengetahuan pajak akan sulit bagi wajib pajak untuk menjalankan kewajibannya. Pengetahuan perpajakan adalah pengetahuan mengenai konsep ketentuan umum dibidang perpajakan, jenis pajak yang berlaku di Indonesia mulai dari subyek pajak, obyek pajak, tarif pajak, perhitungan pajak terutang, pencatatan pajak terutang sampai dengan bagaimana pengisian pelaporan pajak (Azmi, 2018). Menurut Wujarso *et al.* (2020) dengan memiliki pengetahuan perpajakan, maka wajib pajak akan terbantu dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sehingga dapat meningkatkan kepatuhan dalam membayarkan pajak. Soda et al. (2021) menemukan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak.

Sosialisasi perpajakan merupakan salah satu pelayanan yang disediakan untuk membantu para wajib pajak dalam meningkatkan pengetahuan perpajakannya. Menurut Siahaan & Halimatusyadiah (2018) sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat. Octavilia & Irawati (2022) menemukan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pelaku bisnis *e-commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Faizah *et al.* (2022) menemukan sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Kegiatan tersebut juga berperan besar dalam keberhasilan peningkatan penerimaan pajak. Kurangnya sosialisasi

kepada masyarakat mengakibatkan masyarakat tidak sadar dan tidak mengetahui manfaat pajak.



Grafik 1. Tingkat Kesadaran Membayar Pajak

Sumber: data sekunder diolah (2026)

Kesadaran wajib pajak adalah pandangan yang melibatkan pengetahuan dan keyakinan untuk melaksanakan ketentuan perpajakan sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku. Kesadaran wajib pajak adalah kondisi wajib pajak mengetahui, memahami, dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela. Faizah et al. (2022), Indriyani (2020) dan Inayati & Fitria (2019) menemukan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan undang-undang perpajakan akan ditaati oleh para wajib pajak. Sanksi perpajakan merupakan alat pencegah (preventif) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan (Mardiasmo, 2023). Sanksi pajak merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan akan ditaati atau dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegahan agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan. Sanksi pajak menjadi alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan, sehingga kepatuhan wajib pajak diharapkan dapat meningkat. Pratama & Mulyani (2019) menemukan bahwa sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah wajib pajak pelaku *e-commerce* di Denpasar Timur yang memasarkan produknya melalui *platform marketplace* dan *online shop*, serta terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. Sampel ditentukan dengan formula *Lemeshow* (1997) dan diperoleh 384 wajib pajak pelaku *e-commerce* sebagai sampel penelitian. Data dikumpulkan dengan mengirimkan kuesioner kepada responden penelitian. Sebanyak 384 kuesioner dikirimkan secara langsung maupun *online*. Data dianalisis dengan statistik deskriptif yang digunakan untuk memberikan gambaran pengiriman dan pengembalian kuesioner, karakteristik responden penelitian, dan gambaran variabel penelitian. Kemudian akan diuji menggunakan uji kualitas data dilakukan dengan uji relia-

bilitas dan uji validitas, setelahnya akan di uji menggunakan uji asumsi klasik dilakukan dengan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas. Terakhir menguji Hipotesis diuji dengan teknik analisis regresi linier berganda, dengan persamaan:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Dari 384 kuesioner yang dikirimkan ke responden, hanya 33 kuesioner yang kembali (*response rate* 8,60%), dan seluruhnya dapat diolah.

Tabel 1. Karakteristik responden penelitian

Keterangan	Jumlah	Persentase
Usia		
a. < 30 Tahun	14	42,42%
b. 30 - 50 Tahun	16	48,48%
c. > 50 Tahun	3	9,09%
Jumlah	33	100,00%
Jenis Kelamin		
a. Pria	17	51,52%
b. Wanita	16	48,48%
Jumlah	33	100,00%
Pendidikan		
a. Diploma	5	15,15%
b. S1	24	72,73%
c. S2	2	6,06%
d. S3	0	0,00%
e. Lainnya	2	6,06%
Jumlah	33	100,00%

Sumber: data diolah (2026)

Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian berusia 30-50 tahun (16 orang; 48,48%), berjenis kelamin pria (17 orang; 51,52%), dengan pendidikan S1 (24 orang; 72,73%).

Tabel 2. Gambaran variabel penelitian

Variabel	<i>Theoretical Score</i>		<i>Actual Score</i>		<i>Mean</i>	<i>SD</i>
	Min	Max	Min	Max		
X1	1,00	5,00	2,60	5,00	4,07	0,70
X2	1,00	5,00	3,40	5,00	4,38	0,52
X3	1,00	5,00	3,40	5,00	4,37	0,51
X4	1,00	5,00	1,00	5,00	3,91	0,96
Y	1,00	5,00	1,00	5,00	4,08	0,83

Keterangan: X1 = Pengetahuan perpajakan; X2 = Sosialisasi perpajakan; X3 = Kesadaran wajib pajak; X4 = Sanksi pajak

Sumber: data diolah (2026)

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden penelitian rata-rata menjawab item-item pernyataan variabel penelitian dengan jawaban setuju yang ditunjukkan dengan nilai *mean* yang berkisar 3,91-4,38.

Uji Kualitas Data

Nilai r_{tabel} dengan sampel $(n)=33$ adalah 0,3440. Hasil uji validitas (Tabel 3) menunjukkan bahwa semua instrumen dari variabel independen dan dependen menghasilkan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, sehingga disimpulkan semua instrumen valid.

Tabel 3. Hasil uji validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1	X1.1	0,602	0,3440	Valid
	X1.2	0,833	0,3440	Valid
	X1.3	0,816	0,3440	Valid
	X1.4	0,832	0,3440	Valid
	X1.5	0,559	0,3440	Valid
X2	X2.1	0,668	0,3440	Valid
	X2.2	0,692	0,3440	Valid
	X2.3	0,621	0,3440	Valid
	X2.4	0,793	0,3440	Valid
	X2.5	0,853	0,3440	Valid
X3	X3.1	0,741	0,3440	Valid
	X3.2	0,669	0,3440	Valid
	X3.3	0,823	0,3440	Valid
	X3.4	0,830	0,3440	Valid
	X3.5	0,808	0,3440	Valid
X4	X4.1	0,918	0,3440	Valid
	X4.2	0,932	0,3440	Valid
	X4.3	0,888	0,3440	Valid
	X4.4	0,936	0,3440	Valid
	X4.5	0,949	0,3440	Valid
Y	Y.1	0,725	0,3440	Valid
	Y.2	0,643	0,3440	Valid
	Y.3	0,695	0,3440	Valid
	Y.4	0,636	0,3440	Valid

Keterangan: X1 = Pengetahuan perpajakan; X2 = Sosialisasi perpajakan; X3 = Kesadaran wajib pajak; X4 = Sanksi pajak

Sumber: data diolah (2026)

Variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Nunnally & Bernstein, 1994). Hasil uji reliabilitas (Tabel 4) menunjukkan semua nilai variabel independen dan dependen menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$, sehingga disimpulkan instrumen reliabel.

Tabel 4. Hasil uji reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
X1	0,776	Reliabel
X2	0,742	Reliabel
X3	0,828	Reliabel
X4	0,957	Reliabel
Y	0,887	Reliabel

Keterangan: X1 = Pengetahuan perpajakan; X2 = Sosialisasi perpajakan; X3 = Kesadaran wajib pajak; X4 = Sanksi pajak

Sumber: data diolah (2026)

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil uji normalitas

		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,07880588
Most Extreme Differences	Absolute	0,141
	Positive	0,082
	Negative	-0,141
Test Statistic		0,141
Asymp. Sig. (2-tailed)		.096 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah (2026)

Hasil uji normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov Smirnov* (Tabel 5) menunjukkan nilai signifikansi (*Asymp Sig*) $0,96 > 0,05$, sehingga disimpulkan data residual terdistribusi normal.

Uji multikolinieritas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

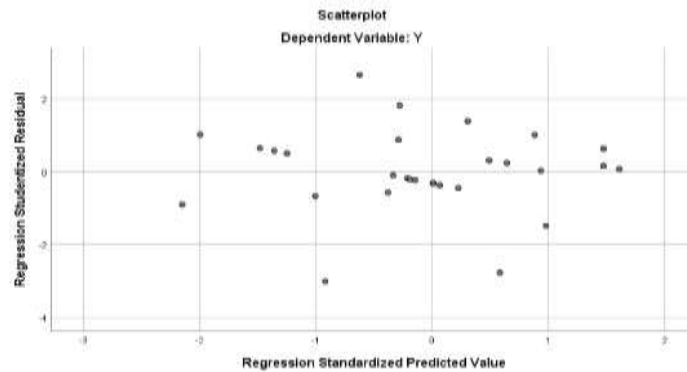
Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta	t			Sig.
1	(Constant)	8,773	3,581		2,450	0,021		
	X1	0,284	0,142	0,399	1,997	0,056	0,628	1,593
	X2	-0,184	0,290	-0,193	-0,632	0,532	0,269	3,716
	X3	0,162	0,297	0,165	0,547	0,589	0,275	3,641
	X4	0,134	0,103	0,261	1,302	0,203	0,626	1,598

a. Dependent Variable: Y

Keterangan: X1 = Pengetahuan perpajakan; X2 = Sosialisasi perpajakan; X3 = Kesadaran wajib pajak; X4 = Sanksi pajak

Sumber: data diolah (2026)

Pada tabel diatas menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* > 10 , artinya tidak ada korelasi antar variabel independen sehingga asumsi multikolinieritas terpenuhi. Hasil uji heteroskedastisitas dengan *scatterplots* (Gambar 1) menunjukkan titik-titik menyebar secara acak, tidak berpola, dan tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.



Gambar 1 Hasil uji heterokedastisitas

Sumber: data diolah (2026)

Uji Hipotesis

Hasil uji signifikansi parameter individual (uji t) ditunjukkan dalam Tabel 7. Mendasarkan hasil pada Tabel 7, maka diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 8,773 + 0,284X1 - 0,184X2 + 0,162X3 + 0,134X4$$

Tabel 7. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,773	3,581		2,450	0,021
	X1	0,284	0,142	0,399	1,997	0,056
	X2	-0,184	0,290	-0,193	-0,632	0,532
	X3	0,162	0,297	0,165	0,547	0,589
	X4	0,134	0,103	0,261	1,302	0,203

a. Dependent Variable: Y

Keterangan: X1 = Pengetahuan perpajakan; X2 = Sosialisasi perpajakan; X3 = Kesadaran wajib pajak; X4 = Sanksi pajak

Sumber: data diolah (2026)

Hasil uji hipotesis (Tabel 7) menunjukkan koefisien regresi pengetahuan perpajakan positif 0,284 dengan tingkat signifikansi $0,056 > 0,05$, artinya pengetahuan perpajakan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karenanya, hipotesis pertama yang menyatakan pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan, ditolak. Koefisien regresi sosialisasi perpajakan bernilai negatif -0,184 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,532 > 0,05$. Artinya sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karenanya, hipotesis kedua yang menyatakan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan, ditolak.

Koefisien regresi kesadaran wajib pajak bernilai positif 0,162 dengan tingkat signifikansi sebesar

0,589 > 0,05. Artinya kesadaran wajib pajak berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karenanya, hipotesis ketiga yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan, ditolak. Koefisien regresi sanksi pajak bernilai positif 0,134 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,203 > 0,05. Artinya sanksi pajak berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karenanya, hipotesis keempat yang menyatakan sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan, ditolak.

Tabel 8. Hasil uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.546 ^a	0,298	0,198	2,222

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

Keterangan: X1 = Pengetahuan perpajakan; X2 = Sosialisasi perpajakan; X3 = Kesadaran wajib pajak; X4 = Sanksi pajak

Sumber: data diolah (2026)

Pengukuran kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi (Tabel 8). *Adjusted R Square* 0,198 artinya 19,18% variasi kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen (pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, sanksi pajak). Sisanya sebesar 80,2% (100%-19,8) dijelaskan oleh sebab lain diluar model penelitian ini.

Tabel 9. Hasil uji signifikansi simultan (uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58,684	4	14,671	2,971	.037 ^b
	Residual	138,286	28	4,939		
	Total	196,970	32			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

Keterangan: X1 = Pengetahuan perpajakan; X2 = Sosialisasi perpajakan; X3 = Kesadaran wajib pajak; X4 = Sanksi pajak

Sumber: data diolah (2026)

Hasil uji kelayakan model dengan uji F (Tabel 9) menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 2,971 dengan probabilitas $0,037 < 0,05$. Oleh karenanya, disimpulkan pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, sehingga model dikatakan layak.

Pembahasan

Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengaruh positif tidak signifikan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan belum mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*. Pengetahuan perpajakan tidak akan berhasil menciptakan kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan, jika wajib pajak tidak memiliki keinginan untuk membayar pajak. Menurut Fitrianiingsih *et al.* (2018) pengetahuan perpajakan yang dimiliki dari latar belakang pendidikan wajib pajak tidak menjamin bahwa wajib pajak lebih patuh melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Temuan ini menggambarkan bahwa meskipun pengetahuan perpajakan memiliki peran dalam memberikan informasi terkait sistem perpajakan, namun belum tentu dapat mendorong perilaku patuh wajib pajak secara konsisten, terutama jika tidak didukung oleh faktor-faktor psikologis atau kontekstual lainnya seperti kesadaran pajak, sanksi efektif, maupun layanan administrasi yang memadai. Hal ini menunjukkan perlunya memperluas pendekatan edukasi pajak, tak hanya berfokus pada aspek pengetahuan, namun juga memperkuat motivasi, kesadaran, dan dukungan layanan kepada wajib pajak agar dapat meningkatkan kepatuhan secara lebih efektif. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi & Setiawan (2023), Nasiroh & Afiqoh (2022), dan Fitrianiingsih *et al.* (2018).

Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil yang didapat yaitu pengaruh negatif tidak signifikan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*, menunjukkan meningkatnya sosialisasi perpajakan belum mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hal ini menggambarkan bahwa sosialisasi perpajakan belum dapat efektif mengubah perilaku pelaku *e-commerce* dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Kondisi tersebut dapat disebabkan karena materi sosialisasi yang belum tepat sasaran atau tidak relevan dengan kebutuhan pelaku usaha digital yang sibuk fokus pada operasional usaha sehingga informasi perpajakan kurang diperhatikan secara serius. Temuan serupa juga didukung oleh literatur yang mensintesis bahwa dalam beberapa konteks digitalisasi dan layanan perpajakan, upaya sosialisasi memiliki dampak terbatas atau tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Hal tersebut menguatkan asumsi bahwa strategi sosialisasi perlu dikombinasikan dengan pendekatan lain seperti peningkatan kesadaran, motivasi, dan insentif agar dapat mendorong perubahan perilaku yang lebih nyata di sektor *e-commerce*. Kepatuhan wajib pajak dapat ditingkatkan bila kegiatan sosialisasi dilakukan dengan tepat. Temuan ini sejalan dengan Poly *et al.* (2022) dan Indriyani (2020) yang menemukan sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh pemerintah tidak memiliki pengaruh dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengaruh positif tidak signifikan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak menunjukkan kesadaran wajib pajak belum mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Menurut Hapsari et al. (2022) meskipun wajib pajak telah memiliki kesadaran pajak cukup tinggi, namun tidak menjadi faktor utama yang menentukan kepatuhan wajib pajak karena sebagian wajib pajak tidak senang membayar pajak dan merasa terbebani dengan kewajiban tersebut. Penelitian ini sejalan dengan Arisandi (2017) dan Widyanti *et al.* (2022).

Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengaruh positif tidak signifikan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak menunjukkan ketatnya sanksi pajak belum mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa sanksi perpajakan saja belum cukup menjadi determinan utama yang mendorong kepatuhan pelaku *e-commerce*. Hal tersebut dapat dikarenakan sanksi yang ada tidak dirasakan efektif atau belum dianggap relevan oleh pelaku usaha digital, sehingga implikasinya terhadap perilaku kepatuhan menjadi lemah dan tidak signifikan secara statistik. Menurut Ermawati & Afifi (2018) hal tersebut karena banyak kasus penggelapan pajak yang tidak dihukum dengan hukuman berat. Hasil ini selaras dengan bukti empiris lain terbaru yang menunjukkan bahwa sanksi pajak dalam berbagai sampel bisnis digital bisa saja memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepatuhan, sehingga perlu strategi kebijakan perpajakan yang lebih holistik untuk meningkatkan efektivitas sanksi dalam konteks *e-commerce* (Nasiroh & Afiqoh, 2022). Penelitian ini sejalan dengan Napisah & Khuluqi (2022) dan Pau *et al.* (2022).

SIMPULAN

Pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* di wilayah Denpasar Timur. Meskipun demikian, arah pengaruh variabel pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak menunjukkan hubungan positif terhadap kepatuhan, sedangkan sosialisasi perpajakan menunjukkan arah pengaruh negatif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keempat variabel tersebut belum mampu menjadi faktor penentu utama dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak *e-commerce*, khususnya dalam konteks penelitian ini. Tidak signifikannya pengaruh variabel-variabel tersebut dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat partisipasi responden, yaitu dari 384 kuesioner yang disebarkan hanya 33 kuesioner yang kembali dan dapat diolah, sehingga berdampak pada keterbatasan kekuatan statistik penelitian. Selain itu, karakteristik pelaku *e-commerce* yang heterogen serta kompleksitas sistem perpajakan digital juga berpotensi memengaruhi perilaku kepatuhan wajib pajak di luar variabel yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Aizat, M., Mohd, R., Azrina, N., Yusof, M., & Chuen, L. C. (2025). Understanding tax compliance intention among e-commerce entrepreneurs: proposing a TPB-based framework. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, IX(VII July), 2360–2365. <https://doi.org/10.47772/IJRISS>
- Altundag, S. (2025). Digital economy and tax compliance: exploring the relationship between e-commerce adoption and tax payment motivation in Diyarbakir. *Journal of Economics, Finance and Accounting*, 12(1), 71–81. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2025.1979>
- Amin, M. A. N., & Yunita, E. A. (2022). Analisis potensi pajak hotel dan pajak restoran Kabupaten Tegal di tengah pandemi covid-19. *INOVASI*, 18(2), 232-240.
- Amin, M. A. N. (2022). Analisis Efektifitas Pendapatan Pajak Hotel Kabupaten Tegal di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(3), 153-162.
- Amin, M. A. N. (2023). Analisis Potensi Pajak Restoran Kabupaten Tegal di Tengah Pandemi Covid-19. *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 8(1), 42-51.
- Amin, M. A. N. (2023). Analysis of Tegal Regency Restaurant Tax Potential in the Middle of the Covid-19 Pandemic. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 8(1), 42-51.
- Arisandy, N. (2017). Pengaruh pemahaman wajib pajak, kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan bisnis online di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi & Bisnis*, 14(1829–9822), 62–71. <https://doi.org/10.31849/jieb.v14i1.871>
- Azizzah, A., & Muniroh, H. (2025). Determinasi kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kabupaten Rembang. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 14(4), 504–510. <https://doi.org/10.52643/jam.v14i4.5316>
- Azmi, M. N. (2018). *Pengaruh pengetahuan perpajakan, tingkat kesadaran, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan pelaporan wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha dan pekerjaan bebas (studi di Wilayah KPP Pratama Pontianak)*. Universitas Islam Indonesia.
- Christmawan, P. E. E. (2022). *Pengaruh sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta*.
- Dewi, N. P. A. K., & Setiawan, P. E. (2023). Pengetahuan perpajakan, pemahaman peraturan perpajakan, kesadaran dan kepatuhan wajib pajak e-commerce. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(5), 1360. <https://doi.org/10.24843/eja.2023.v33.i05.p16>
- Ermawati, N., & Afifi, Z. (2018). Pengaruh pengetahuan perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap wajib pajak dengan religiusitas sebagai variabel pemoderisasi. *Prosiding SENDI_U*, 655–662.
- Faizah, L., Maslichah, & Afifudin. (2022). Pengaruh sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM sub sektor makanan ringan Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 11(10), 1–12.
- Fitrianiingsih, F., Sudarno, S., & Kurrohman, T. (2018). Analisis pengaruh pengetahuan perpajakan, pelayanan fiskus dan sanksi denda terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan di Kota Pasuruan. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 100. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v5i1.7745>
- Hamid, R. H. A. (2020). *Pengaruh pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan, sanksi perpajakan, kualitas pelayanan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor di Kota Malang*. STIE Malangkucecwara.
- Hapsari, A. R., Ramayanti, R., & Ramayanti, R. (2022). Pengaruh pengetahuan perpajakan, ketegasan

- sanksi pajak, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *IKRAITH EKONOMIKA*, 5(1), 16–24. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i2>
- Ibrahim, A. A. (2021). *Pengaruh kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak badan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Palopo*. Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Inayati, K. E., & Fitria, A. (2019). Pengaruh kondisi keuangan, sanksi perpajakan, kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(12), 1–16.
- Indriyani, P. Dwi. (2020). Pengaruh sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan pelaku e-commerce dalam memenuhi kewajiban perpajakan. *Universitas Negeri Semarang*, 1–143.
- Irawati, W., & Angraini, D. (2021). Understanding taxpayer ' s compliance on e-commerce. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 06(02), 67–74. <https://doi.org/10.22219/jiko.v6i02.14877>
- Mardiasmo. (2023). *Perpajakan*. ANDI.
- Napisah, N., & Khuluqi, K. (2022). Pengaruh sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, tarif pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada pelaku e-commerce di Shopee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 689–697. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2396>
- Nasiroh, D., & Afiqoh, N. W. (2022). Pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 3(2), 152–164. <https://doi.org/10.32815/ristansi.v3i2.1232>
- Ningrum, D. P. (2014). *Pengaruh kesadaran, pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, penerapan self assesment system dan kemauan membayar pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Kota Kudus*. Universitas Muria Kudus.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. McGraw-Hill Companies, Incorporated.
- Octavilia, S., & Irawati. (2022). Pengaruh sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku bisnis e-commerce di KPP Pratama Pasar Rebo. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi. Presidensi G-20 Indonesia Tahun 2022. Recover Together, Recover Stronger. Transformasi Administrasi Kebijakan Publik Di Era Post Truth Dalam Mewujudkan Indonesia Tumbuh, Indonseia Tanggu*, 1, 514–519.
- Pau, H. I., Pau, S. P. N., & Angi, Y. F. (2022). Pengaruh pemahaman perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Maumere. *Co-Creation: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 6–13.
- Pratama, R. A., & Mulyani, E. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan petugas pajak, sanksi perpajakan, dan biaya kepatuhan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1293–1306. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.143>
- Putri, A. F., & Prasetyawati, T. (2025). Tax in the digital age: a systematic study on e-commerce and taxation policy. *International Journal of Finance Research*, 6(1), 50–70. <https://doi.org/10.47747/ijfr.v6i1.2686>
- Rendy, & Irawati, W. (2019). Understanding of tax rules, tax tariffs and tax-rights consciousness on e-commerce users tax compliance. *Economics and Accounting Journal*, 2(2), 141–148. <https://doi.org/10.32493/eaj.v2i2.y2019.p141-148>
- Siahaan, S., & Halimatusyadiah. (2018). *Pengaruh sosialisasi pajak, pelayanan fiskus, kesadaran pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Soda, J., J.Sondakh, J., & Budiarmo, N. S. (2021). Pengaruh pengetahuan perpajakan, sanksi pajak dan

- persepsi keadilan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 1115–1126. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i1.32855>
- Suhono, S., Rizal, A., Batu, R. L., & Sukrianingrum, D. R. (2022). Analysis of taxpayer awareness in West Java MSME tax payment compliance on e-commerce platform users. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 657(Gebme 2021), 97–104.
- Toly, A. A., Sandova, G. A., Sestiana, M., & Hutabarat, S. (2023). The influence of tax awareness, tax knowledge, and tax socialization of value added tax imposition on tax compliance of e-commerce users. *Journal of International Conference Proceedings*, 6(5), 1–13.
- Widuri, R., Christabel, M. S., & Lavinia, E. (2024). The effect of tax knowledge and tax sanctions on tax compliance: the role of tax awareness as intervening variable. *InFestasi*, 20(1), 65–75.
- Widyanti, Y., Erlansyah, D., Butar Butar, S. D. R., & Maulidya, Y. N. (2022). Pengaruh tingkat pemahaman, sanksi, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *MBIA*, 20(3), 285–294. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i3.1614>
- Wujarso, Riyanto, Saprudin, Napitulu, R. D. (2020). Pengaruh pengetahuan perpajakan dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Jakarta. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(02), 44–56. <https://doi.org/10.36406/jemi.v29i2.322>
- Yulianti, L. N. (2022). Pengaruh sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan pemahaman insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada masa pandemi Covid-19. *Manajemen*, 2(1), 46–53. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v2i1.127>
- Zakaria, A. R. (2008). *Pengaruh tingkat pengetahuan para pemilik e-commercedi Kota Malang mengenai peraturan pajak atas transaksi e-commerce terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak*. STIE Malangkucecwara.