

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN  
MEMBAYAR PAJAK PEMILIK ONLINE SHOP MARKETPLACE**

Eky Dwi Hartanti<sup>1</sup>, Masfar Gazali<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia, [ekydwhartanti@gmail.com](mailto:ekydwhartanti@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia, [masfar.gazali@trisakti.ac.id](mailto:masfar.gazali@trisakti.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi, Kualitas Pelayanan, Lingkungan, dan Religiusitas Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-commerce. Data yang digunakan adalah data primer menggunakan teknik kuesioner dengan metode kualitatif, data diperoleh dari kuesioner yang disebarakan melalui google form. Populasi dalam penelitian ini merupakan wajib pajak yang memiliki usaha e-commerce yang berlokasi di Jabodetabek. Pengambilan sampel menggunakan convenience sampling. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan adalah Analisis SEM menggunakan aplikasi AMOS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Modernisasi Sitem Administrasi berpengaruh positif terhadap Kepatuhan, Lingkungan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan. Sedangkan Pengetahuan Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan.

**Kata kunci:** Pengetahuan Pajak; Modernisasi Sistem Pajak; Lingkungan; Religiusitas; Kepatuhan wajib pajak e-commerce.

**PENDAHULUAN**

Dalam kehidupan bernegara pajak memiliki peran mendasar untuk menopang kelangsungan ekonomi, sosial serta infrastruktur (Ibrahim, 2015). Meski pajak merupakan sumber utama penerimaan APBN di Indonesia, nyatanya berdasarkan Laporan Kinerja Direktorat Jendral Pajak (DJP) menyebutkan penerimaan pajak gagal mencapai target selama tahun 2020. Dimana sasaran targetnya sebesar Rp.1.229,58 triliun, namun yang berhasil terealisasi sampai dengan Agustus hanya sebesar Rp.741,34. Penerimaan negara dari sektor pajak sejalan lurus dengan kesadaran wajib pajak dalam membayarkan kewajibannya.

Laju perekonomian di banyak negara tahun lalu mengalami kontraksi ekonomi yang diakibatkan oleh *covid-19*. Tepat ditanggal 2 Maret 2020, Indonesia mengumumkan bahwa ada salah satu masyarakat yang telah terinfeksi *covid-19*. Namun, efek dari pandemi tersebut segera terlihat di bulan-bulan berikutnya. PPh, PPN serta PPnBm termasuk dalam pajak utama yang diharapkan memiliki pertumbuhan yang signifikan. Namun, potensi pajak dari sumber nonmigas belum diperoleh secara maksimal. Diantaranya adalah sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM).

Memasuki era globalisasi, teknologi memiliki kapasitas yang dianggap dapat menjadi pengubah kehidupan manusia agar lebih efisien dan berkembang. Hal ini dapat terlihat dari

meluasnya sistem teknologi itu sendiri (Hasanudin, dkk. 2020). Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hingga kuartal II/2020 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta. Terciptanya jaringan yang tidak terbatas, membuat internet berhasil menjadi wadah baru untuk melaksanakan kegiatan ekonomi. Salah satunya adalah melakukan perdagangan melalui transaksi digital atau biasa disebut E-Commerce. Namun, pengenaan pajak terhadap pengusaha *online* dirasa belum efektif secara keseluruhan.

**Tabel 1. Jumlah Wajib Pajak**

Kelompok WP	Total SPT Disampaikan	WP Wajib SPT	Kepatuhan
WP Badan	891.976	1.482.500	60,17%
WPOP Karyawan	12.105.924	14.172.999	85,42%
WPOP Non Karyawan	1.757.596	3.351.295	52,45%
	14.755.496	19.006.794	77,63%

Sumber: kemenkeu.go.id

Selain kondisi yang tidak menentu di pertengahan tahun 2020 lalu ada banyak faktor yang menjelaskan mengapa target penerimaan perpajakan belum tercapai, termasuk kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh wajib pajak. Lebih lanjut Mohdali (2014) menjelaskan beberapa penelitian telah memfokuskan pada dampak faktor non-ekonomi terhadap kepatuhan pajak, namun ada aspek yang diabaikan yaitu religiusitas. Dimana religiusitas diharapkan dapat mencegah suatu kelompok atau individu untuk melakukan hal-hal yang negatif. Selain itu faktor internal maupun eksternal juga berpengaruh membentuk kepribadian serta bagaimana individu tersebut memenuhi kewajibannya.

Wajib pajak seharusnya mengetahui hukum, peraturan perpajakan serta tata cara perpajakan yang benar sebagai dasar dari pemahaman (Arifin, 2019). Minimnya wawasan bisa mendorong individu berperilaku menyimpang. Lewat pengetahuan yang mumpuni diharapkan wajib pajak akan berperilaku sesuai dengan Undang-Undang dan guna memenuhi kewajiban perpsjakannya harus ada kemauan atau kesadaran diri.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan verifikatif dan deskriptif. Menurut Muhajirin dan Maya (2017) penelitian verifikatif memiliki tujuan mencocokkan fakta penelitian terdahulu dengan yang sekarang. Sedangkan, membuat deskripsi, melakukan eksplorasi, serta menyajikannya secara sistematis juga akurat terhadap populasi tertentu merupakan tujuan dari penelitian deskriptif.

Data primer dijadikan sumber data untuk penelitian, dimana hasilnya diperoleh dari tanggapan responden dengan menggunakan skala ukur instrumen likert lima poin. Populasi dalam penelitian ini adalah para wajib pajak pemilik usaha online shop terutama yang melakukan transaksi dalam marketplace seperti shopee, tokopedia, dan lain-lain. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik convenience sampling. Menurut Santoso (2012:80) model SEM yang konstruksinya dijelaskan oleh tiga indikator sampe 100 – 150 sudah dianggap memadai. Oleh sebab itu, penelitian sampel dalam penelitian sebanyak 100 data.

Sebelum dianalisis lebih jauh, dilakukan pengujian instrumen penelitian dengan validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas dilakukan berdasarkan pemaparan oleh Hair et. al. (2010) jika sampel sebanyak 100 data maka 0,55 merupakan batas r tabel yang digunakan.

Apabila besaran  $r$  hitung melebihi besaran dari  $r$  tabel maka dinyatakan valid. Setelah mendapatkan validasi data, kemudian instrumen di uji cobakan. Uji coba instrumen bertujuan untuk memperoleh data estimasi koefisien reliabilitas instrumen. Kuesioner dianggap andal jika tanggapan orang tersebut pada pertanyaan konsisten dari kurun tertentu. Uji ini dilihat berdasarkan nilai cronbach alpha, dimana jika nilainya lebih besar dari 0.6 instrumen penelitian tersebut reliabel atau dapat diandalkan.

Data karakteristik responden ditampilkan pada tabel 1 dengan mencantumkan karakteristik responden beserta persentasenya. Data karakteristik responden berupa jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pendapatan pertahun, serta lokasi usaha. Berdasarkan hasil olahan responden berjenis kelamin laki-laki ada 19 orang dan berjenis kelamin perempuan ada 81 orang. Berdasarkan usia, didominasi oleh usia 20 tahun – 30 tahun dengan jumlah 78 orang, usia 31 tahun – 40 tahun berjumlah 11 orang, usia 41 tahun – 50 tahun berjumlah 9 orang, usia diatas 55 tahun berjumlah 2 orang. Berdasarkan pendidikan terakhir didominasi oleh SMA dengan jumlah 66 orang, S1 dengan 22 orang, D3 dengan 10 orang, SMP dan S2 dengan 2 orang. Berdasarkan pendapatan pertahun didominasi oleh dibawah (<) 50 juta berjumlah 77 orang, 50 juta – 250 juta dengan 11 orang, 250 juta – 500 juta dengan 6 orang dan pendapatan lebih dari (>) 500 juta dengan 6 orang. Berdasarkan lokasi usaha didominasi oleh daerah Jakarta dengan 77 orang, Tangerang dengan 17 orang, Bogor dengan 3 orang, Bekasi dengan 2 orang, dan Depok dengan 1 orang.

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	19	19%
Perempuan	81	81%
Total	100	100%
<b>Usia</b>		
20 Tahun - 30 Tahun	78	78%
31 Tahun - 40 Tahun	11	11%
41 Tahun - 50 Tahun	9	9%
> 55 Tahun	2	2%
Total	100	100%
<b>Pendidikan Terakhir</b>		
SMP	1	1%
SMA	66	66%
D3	10	10%
S1	22	22%
S2	1	1%
Total	100	100%
<b>Pendapatan Pertahun</b>		
< 50 Juta	77	77%
50 Juta - 250 Juta	11	11%
250 Juta - 500 Juta	6	6%
> 500 Juta	6	6%
Total	100	100%
<b>Lokasi Usaha</b>		
Jakarta	77	77%
Bogor	3	3%
Depok	1	1%

Tangerang	17	17%
Bekasi	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah

Penelitian ini mempunyai dua jenis variabel. Independennya adalah pengetahuan (PP), modernisasi sistem (MP), lingkungan sosial (L), kualitas pelayanan (KP) serta religiusitas (R). Sedangkan variabel dependennya adalah kepatuhan pajak (K). Diukur dengan skala likert 1 – 5 dan memiliki pengukuran pervariabelnya sebagai berikut.

**Tabel 3. Indikator Pengukuran**

Variabel	Indikator
Kepatuhan wajib pajak	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki NPWP</li> <li>Mengisi SPT sesuai dengan UU</li> <li>Bersedia membayar tunggakan pajak</li> </ol>
Pengetahuan pajak	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui ketentuan pajak <i>e-commerce</i></li> <li>Mengetahui bahwa sistem pemungutan pajak menggunakan <i>self assessment</i></li> <li>Mengetahui cara pelaporan SPT ke kantor pajak</li> </ol>
Modernisasi perpajakan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Sistem pajak online (<i>e-SPT, e-Filling</i>) memudahkan WP dalam pelaporan pajak</li> <li><i>Complaint center</i> memberi kemudahan untuk melaporkan keluhan pajak</li> <li>Dengan reformasi pelayanan pajak, WP merasakan pelayanan yang cepat dan efisien</li> </ol>
Kualitas pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> <li>WP merasa fiskus cukup profesional dalam pelayanan</li> <li>WP merasa fiskus cukup memiliki pengetahuan pajak yang mumpuni</li> <li>WP merasa pelayanan yang diberikan adalah pelayanan yang terbaik</li> </ol>
Lingkungan sosial	<ol style="list-style-type: none"> <li>WP menerapkan kedisiplinan dalam segala hal termasuk pajak</li> <li>Lingkungan sekitar (keluarga, teman, masyarakat) mendorong untuk taat pajak</li> <li>WP akan tetap membayar pajak walaupun lingkungannya laai</li> </ol>
Religiusitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>WP selalu melaksanakan perintah serta larangan sesuai keyakinan yang dianut</li> <li>WP aktif dalam kegiatan keagamaan</li> <li>WP menjadikan ajaran agama sebagai pedoman hidup</li> </ol>

Sumber: Data Diolah

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kriteria yang telah dijelaskan untuk pengujian validitas dan reliabilitas, keseluruhan data penelitian mendapatkan hasil yang valid serta reliabel. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas variabel terlihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4. Hasil Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Faktor Loading	Nilai Cut off	Keputusan	Cronbach's Alpha	Keputusan
PP1	0,728	0,55	Valid	0,870	Reliabel
PP2	0,767		Valid		
PP3	0,884		Valid		
PP4	0,830		Valid		

PP5	0,850		Valid		
MP1	0,814		Valid		
MP2	0,888		Valid		
MP3	0,905	0,55	Valid	0,901	Reliabel
MP4	0,799		Valid		
MP5	0,849		Valid		
KP1	0,876		Valid		
KP2	0,887		Valid		
KP3	0,897	0,55	Valid	0,933	Reliabel
KP4	0,892		Valid		
KP5	0,890		Valid		
L1	0,888		Valid		
L2	0,847	0,55	Valid	0,865	Reliabel
L3	0,810		Valid		
L4	0,837		Valid		
R1	0,876		Valid		
R2	0,773	0,55	Valid	0,873	Reliabel
R3	0,887		Valid		
R4	0,880		Valid		
K1	0,806		Valid		
K2	0,907	0,55	Valid	0,873	Reliabel
K3	0,894		Valid		
K4	0,805		Valid		

Sumber: Data diolah (2021)

Untuk variabel pengetahuan pajak yang dituliskan dengan PP1 sampai dengan PP5, variabel modernisasi pajak dituliskan dengan MP1 sampai dengan MP5, variabel kualitas pajak dituliskan dengan KP1 sampai dengan KP5, lingkungan sosial dituliskan dengan L1 sampai dengan L4, variabel religiusitas yang dituliskan dengan R1 sampai dengan R4, serta variabel kepatuhan yang dituliskan dengan K1 sampai dengan K4 memiliki nilai faktor loading lebih dari 0,55 yang artinya keseluruhan item pertanyaan dinyatakan tepat untuk mengukur variabel dan dapat digunakan untuk analisis lanjutan.

Selanjutnya untuk penilaian reliabilitas dilihat dari nilai cronbach's alpha. Dimana pada variabel pengetahuan pajak memiliki nilai cronbach sebesar 0,870 dan telah melebihi 0,6 sehingga telah memenuhi kriteria reliabilitas dan instrumen penelitian tersebut dapat diandalkan. Variabel modernisasi pajak memiliki nilai cronbach sebesar 0,901 dan telah melebihi 0,6 sehingga telah memenuhi kriteria reliabilitas dan instrumen penelitian tersebut dapat diandalkan. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai cronbach sebesar 0,933 dan telah melebihi 0,6 sehingga telah memenuhi kriteria reliabilitas dan instrumen tersebut dapat diandalkan. Variabel lingkungan sosial memiliki nilai cronbach sebesar 0,865 dan telah melebihi 0,6 sehingga telah memenuhi kriteria reliabilitas. Variabel religiusitas memiliki nilai cronbach sebesar 0,873 dan telah melebihi 0,6 sehingga telah memenuhi kriteria reliabilitas. Variabel terakhir yaitu kepatuhan memiliki nilai cronbach sebesar 0,873 dan telah melebihi 0,6 sehingga telah memenuhi kriteria reliabilitas dan instrumen tersebut dapat diandalkan serta jawaban responden atas pertanyaan yang diberikan dapat dikatakan konsisten.

Dalam pengujian *Goodness of Fit* memiliki tujuan untuk melihat apakah keseluruhan indikator pertanyaan dalam penelitian memiliki nilai *Goodness of Fit*, *Marjinal Fit*, atau bahkan tidak *Goodness of Fit*. Dibawah ini merupakan hasil pengujian *Goodness of Fit*:

**Tabel 5. Hasil Goodness of Fit**

GOF Index	Hasil Amos	Cut off	Keterangan
Chi-Square	657,589	Diharapkan kecil	Tidak Goodness of Fit
Sig. Probability	0	$\geq 0,05$	Tidak Goodness of Fit
RMSEA	0,107	$\leq 0,10$	Tidak Goodness of Fit
TLI	0,825	$\geq 0,90$	Marjinal Fit
NFI	0,748	$\geq 0,90$	Tidak Goodness of Fit
RFI	0,714	$\geq 0,90$	Tidak Goodness of Fit
RMR	0,068	$\leq 0,10$	Goodness of Fit
CFI	0,846	$\geq 0,90$	Marjinal Fit
GFI	0,675	$\geq 0,90$	Tidak Goodness of Fit
CMIN/DF	2,128	Batas bawah 1 atau batas atas 5	Goodness of Fit

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa hasil pengukuran *Chi-Square* sebesar 657,589 dengan keputusan tidak *Goodness of Fit*, *p-value* yang bernilai 0,000 dengan keputusan tidak *Goodness of Fit*, TLI dengan hasil 0,825 dengan keputusan *Marjinal Fit*, RMSEA dengan hasil 0,107 dengan ketentuan tidak *Goodness of Fit*, NFI dengan hasil 0,748 dan ketentuannya tidak *Goodness of Fit*, RFI dengan hasil 0,714 dan ketentuannya tidak *Goodness of Fit*, RMR dengan hasil 0,0068 dan ketentuan *Goodness of Fit*, CFI dengan hasil 0,846 dan ketentuannya *Marjinal Fit*, GFI dengan hasil 0,675 dan ketentuannya tidak *Goodness of Fit*, serta yang terakhir adalah CMIN/DF dengan hasil 2,128 dengan ketentuan *Goodness of Fit*. Dengan penjabaran demikian model penelitian ini dapat digunakan ketahap selanjutnya sehingga hipotesis teori dapat dilanjutkan.

Setelah model yang sesuai berhasil didapatkan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Pengambilan keputusannya didasarkan pada membandingkan nilai *p-value* dengan signifikansi sebesar 0,05. Pengambilan keputusannya dengan melihat besaran *critical ratio* (CR) jika melebihi ( $>$ ) 1,96 dan *probability* (P) kurang dari ( $<$ ) 0,05 maka variabel independent memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, dan sebaliknya. Berikut ini merupakan hasil pengujian hipotesis:

**Tabel 6. Hasil Goodness of Fit**

HIPOTESIS	ESTIMATE	C.R.	P	KET
Pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak	.097	1.180	.238	Ditolak
Modernisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak	.530	2.635	.008	<b>Diterima</b>
Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak	-.039	-.368	.713	Ditolak
Lingkungan sosial berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak	.500	2.331	.02	<b>Diterima</b>
Religiusitas berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak	-.137	-.639	.523	Ditolak

### Pengetahuan Pajak Tidak Berpengaruh pada Kepatuhan Wajib Pajak

Variabel pengetahuan memiliki nilai *Critical Ratio* (CR) sebesar 1,180 atau kurang dari 1,96 dan juga memiliki nilai *p-value* sebesar 0,238 atau lebih dari 0,05 sehingga tidak memenuhi kriteria yang seharusnya. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan, maka hipotesis 1 dinyatakan

ditolak. Jika mengacu pada teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori atribusi dijelaskan bahwa seseorang dalam memenuhi kewajibannya dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, pengetahuan pajak merupakan faktor internal yang diharapkan dapat mempengaruhi namun nyatanya didalam hasil penelitian pengetahuan pajak belum mampu memengaruhi kepatuhan wajib pajak *e-commerce* daerah Jabodetabek.

Penelitian ini tidak mendukung teori yang diterangkan oleh Indrawan dan Binekas (2018) bahwa semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki oleh wajib pajak akan pula meningkatkan kepatuhan serta meningkatnya penerimaan pajak dari sektor UMKM. Namun, penelitian ini sejalan dengan teori yang dijelaskan oleh Listyowati, Yuli Chomsatu Samrotun, dan Suhendro (2018) bahwa tingginya pengetahuan yang dimiliki oleh wajib pajak tidak lantas membuat peningkatan terhadap kepatuhan itu sendiri, wajib pajak yang dasarnya memiliki kepatuhan yang tinggi akan tetap membayar kewajiban.

### **Modernisasi Pajak Berpengaruh Positif Signifikan pada Kepatuhan Wajib Pajak *E-commerce***

Variabel modernisasi pajak memiliki nilai Critical Ratio (CR) sebesar 2,635 atau lebih besar dari 1,96 dan juga memiliki p-value sebesar 0,008 atau kurang dari 0,05 sehingga memenuhi kriteria yang seharusnya. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel modernisasi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan, maka hipotesis 2 dinyatakan diterima. Jika dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori atribusi dijelaskan bahwa seseorang dalam memenuhi kewajibannya dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, modernisasi merupakan faktor eksternal yang ternyata sejalan dengan hipotesis yang diajukan.

Penelitian ini tidak mendukung teori yang dipaparkan oleh Arifah, Rita Andini, dan Kharis Raharjo (2017) bahwa tidak adanya pengaruh antara peningkatan modernisasi pajak terhadap kepatuhan. Namun, penelitian ini searah dengan Wulandari (2021) bahwa semakin baik dan terbaharunya sebuah sistem administrasi perpajakan mempermudah wajib pajak untuk membayar serta melaporkan kewajiban perpajakannya, terlebih semakin pesatnya perkembangan teknologi mengharuskan pemerintah menerapkan sistem yang transparan dan akuntabel sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

### **Kualitas Pelayanan Tidak Berpengaruh pada Kepatuhan Wajib Pajak *E-commerce***

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai Critical Ratio (CR) sebesar -0,368 atau kurang dari 1,96 dan juga memiliki p-value sebesar 0,713 atau lebih dari 0,05 sehingga tidak memenuhi kriteria yang seharusnya. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan, maka hipotesis 3 dinyatakan ditolak. Jika dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori atribusi dijelaskan bahwa seseorang dalam memenuhi kewajibannya dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal, pelayanan fiskus merupakan faktor eksternal yang diharapkan dapat mempengaruhi namun nyatanya dalam penelitian kualitas pelayanan fiskus belum mampu memengaruhi kepatuhan wajib pajak *e-commerce* daerah Jabodetabek.

Penelitian ini tidak mendukung teori yang dipaparkan oleh Rachmawati Meita dan Sheilla (2016) bahwa kualitas pelayanan fiskus yang baik dapat meningkatkan kepatuhan. Namun, penelitian ini sejalan dengan Listyowati, Yuli Chomsatu, dan Samrotun Suhendro

(2018) bahwa kepatuhan didasarkan pada kesadaran wajib pajak tentang peraturan yang berlaku, adanya pihak-pihak yang menyalahgunakan dana pajak membuat kepercayaan wajib pajak turun terhadap aparat pajak. Sikap aparat pajak tidak dapat mempengaruhi aksi wajib pajak untuk patuh ataupun mangkir dari kewajibannya.

### **Lingkungan Sosial Berpengaruh Positif Signifikan pada Kepatuhan Wajib Pajak *E-commerce***

Variabel lingkungan sosial memiliki nilai Critical Ratio (CR) sebesar 2,331 atau lebih dari 1,96 serta memiliki p-value sebesar 0,02 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga memenuhi kriteria yang seharusnya. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan, sehingga hipotesis 4 dinyatakan diterima. Jika dihubungkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori atribusi seseorang dalam menjalankan kewajiban dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal, lingkungan sosial merupakan faktor eksternal yang ternyata sejalan dengan hipotesis yang diajukan yaitu berpengaruh positif signifikan, lingkungan merupakan keadaan disekitar individu yang memiliki hubungan langsung dengan seluruh komponen kehidupan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Zarah Durah Nabila (2019) bahwa lingkungan yang kondusif atau lingkungan yang mudah mengikuti aturan berlaku, akan memberikan contoh yang patuh pada pelaksanaan kewajiban perpajakan. Sehingga wajib pajak pun akan meniru hal tersebut secara langsung dan akan mempengaruhi kepatuhan perpajakannya

### **Religiusitas Tidak Berpengaruh pada Kepatuhan Wajib Pajak *E-commerce***

Variabel religiusitas memiliki nilai Critical Ratio (CR) sebesar -0,639 atau kurang dari 1,96 dan p-value sebesar 0,523 atau lebih dari 0,05 sehingga tidak memenuhi kriteria. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan, maka hipotesis 5 dinyatakan ditolak. Jika dihubungkan oleh teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori atribusi seseorang dalam melaksanakan kewajibannya dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal, religiusitas merupakan faktor internal yang diharapkan memiliki pengaruh namun nyatanya dalam penelitian belum mampu mempengaruhi kepatuhan wajib pajak e-commerce daerah Jabodetabek.

Penelitian ini tidak mendukung teori yang dijelaskan oleh Ria Dewi Ambarwati (2020) bahwa seseorang dengan religiusitas tinggi cenderung akan patuh dengan berbagai aturan termasuk pajak. Namun, penelitian ini mendukung teori yang dipaparkan oleh Muchamad Faisal dan Agung Yulianto (2020) bahwa pemahaman tentang agama atau tingkat kereligiusan wajib pajak belum tentu mampu mengontrol tindakannya termasuk ketaatan dalam membayar pajak, tingginya tingkat kereligiusan wajib pajak malah bisa mengubah pandangan seseorang mengenai perpajakan itu sendiri.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengujian terhadap hipotesis pertama menghasilkan hipotesis 1 ( $H_1$ ) ditolak atau tidak memiliki pengaruh. Kepatuhan wajib pajak didasari oleh niat yang ada pada diri seseorang itu, pengetahuan yang didapatkan lewat pendidikan formal tidak menjamin seseorang tersebut akan memiliki sikap yang patuh aturan.

2. Pengujian terhadap hipotesis kedua menghasilkan hipotesis 2 (H<sub>2</sub>) diterima atau memiliki pengaruh yang positif signifikan. Reformasi atau perubahan sistem administrasi merupakan hal yang sangat penting dan dibutuhkan. Sistem administrasi modern seperti *e-SPT*, *e-filling* dan sebagainya mampu meningkatkan mekanisme pelaporan, pengecekan, serta pengaksesan dimanapun dan kapanpun.
3. Pengujian terhadap hipotesis ketiga menghasilkan hipotesis 3 (H<sub>3</sub>) ditolak atau tidak memiliki pengaruh. Hal ini membuktikan bahwa menurun atau menaiknya kualitas pelayanan yang diberikan fiskus tidak dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Masih banyaknya oknum yang menyalahgunakan wewenang dan dana pajak membuat turunnya kepercayaan, serta dapat berdampak pada kepatuhan wajib pajak itu sendiri.
4. Pengujian terhadap hipotesis empat menghasilkan hipotesis 4 (H<sub>4</sub>) diterima atau memiliki pengaruh positif signifikan. Lingkungan pertama bagi anak merupakan keluarga. Hakikatnya tetangga serta teman disekitar pun bisa dikatakan sebagai jembatan awal untuk individu membentuk kepribadiannya. Diartikan bila lingkungan wajib pajak memperkuat hubungan tiap faktor pada kepatuhan, maka wajib pajak akan mendapat pengaruh yang baik. Namun jika ternyata sebaliknya yaitu memperlemah hubungan tiap faktor maka wajib pajak akan pula mendapat pengaruh yang berbanding terbalik dengan kepatuhan.
5. Pengujian terhadap hipotesis lima menghasilkan hipotesis 5 (H<sub>5</sub>) ditolak atau tidak memiliki pengaruh. Pemahaman atau sebuah ketertarikan untuk belajar lebih dalam tentang agama tidak dapat mempengaruhi kepatuhan, meningkatnya keagamaan seseorang kadang bisa menimbulkan dua akibat yang berbeda. Diantaranya adalah perubahan sudut pandang individu mengenai aturan perpajakan yang berlaku. Pentingnya peran pemerintah atau aparat pajak untuk melakukan penegakan hukum (*law enforcement*) di masyarakat tidak lepas dari upaya meningkatkan kepatuhan secara administrasi keadilan.

## REFERENSI

- Agus Ismaya Hasanudin, D. R. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak Online Shopping Di Jakarta: Urgensi Antara E-Commerce. *Ekonomika*, 15.
- Arifah, R. A. (2017). Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Perpajakan Dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Demak Selama Periode ( 2012-2016). *Ekonomi – Akuntansi*.
- Arifin, A. H. (2019). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kualitas Pelayanan Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran Di Kabupaten Magelang. (*Master's thesis, Universitas Islam Indonesia*).
- Basri, Y. M. (2015). Pengaruh Dimensi Budaya Dan Religiusitas Terhadap Kecurangan Pajak. *AKUNTABILITAS*, 61 - 77.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New York: Pearson.
- Indrawan, R., & Binemas, B. (2018). Pengaruh Pemahaman Pajak dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 6(3), 419-428.

- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). *APBN KITA KINERJA DAN FAKTA*. Jakarta: Tim Deputies Asset Liability Committee Kementerian.
- Listyowati, Y. C. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*.
- Maya Panorama, M. (2017). Pendekatan Praktis: Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif.
- Muazu Ibrahim, A. M.-H. (2015). Beyond enforcement: what drives tax morale in Ghana? *Humanomics*, 31(4), 399 - 414.
- Muchamad Faisal, A. Y. (2019). Religiusitas, Norma Subjektif, dan Persepsi Pengeluaran Pemerintah dalam Mendukung Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 170-183.
- Rachmawati Meita Oktaviani, S. A. (2016). Kepatuhan Wajib Pajak UKM. *Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 5, 136 - 145.
- Raihana Mohdali, J. P. (2014). The Influence of Religiosity on Taxpayers' compliance attitudes Empirical evidence from a mixed-methods study in Malaysia. *Accounting Research Journal*, 27(1), 71-91.
- Ria Dewi Ambarwati, N. F. (2020). Pengaruh Religiosity Dan Lingkungan Terhadap Kepatuhan Pajak Orang Pribadi Di Surabaya. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Journal)*, 29-35.
- Santoso, S. (2012). Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 24. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Tim APJII. (2020, November). *Buletin APJII*. Retrieved from apjii: <https://apjii.or.id>
- Winarsih, E. (2018). Pengaruh Sistem Perpajakan, Kualitas Pelayanan dan Terdeteksinya Kecurangan Terhadap Penggelapan Pajak (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Selatan). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*.
- Wulandari, D. S. (2021). Digitalisasi Sistem Administrasi Perpajakan Dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Journal of Accounting Science*, 36-70.
- Zahra Durah Nabila, I. I. (2019). Pengaruh Kewajiban Moral Dan Lingkungan Sosial Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pengusaha. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 47-58.