

Pengaruh Peraturan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *Marketplace* Tokopedia

Krisnawati Tarigan¹, Naomi Angeline Suciani²

Akuntansi, Universitas Kristen Krida Wacana, Jalan Tanjung Duren Raya No. 4,
Indonesia

krisnawati.tarigan@ukrida.ac.id¹, naomi.2018ea125@civitas.ukrida.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah Peraturan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna *Marketplace* Tokopedia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini mengambil sampel pengguna *Marketplace* Tokopedia. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk google form. Jumlah kuesioner yang diolah sebanyak 117 kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan diolah menggunakan program SPSS *version* 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peraturan Perpajakan dan Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna *Marketplace* Tokopedia sedangkan Sanksi Perpajakan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna *Marketplace* Tokopedia.

Kata kunci: *Peraturan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Kepatuhan Wajib Pajak, Marketplace Tokopedia, E-Commerce.*

Influence of Taxation Regulations, Taxation Socialization, Tax Sanctions on Taxpayer Compliance of Tokopedia Marketplace Users

Abstract

This research aims to test whether Tax Regulations, Taxation Socialization and Taxation Sanctions affect taxpayer compliance of Tokopedia Marketplace users. The data used in the study was primary data by disseminating questionnaires. This study took a sample of Tokopedia Marketplace users. Sampling techniques use purposive sampling techniques. Data collection is done by distributing questionnaires in the form of google forms. The number of questionnaires processed as many as 117 questionnaires. The data was analyzed using multiple linear regression analysis and processed using the SPSS version 24 program. The results showed that the Tax Regulation and Taxation Socialization had a significant positive effect on taxpayer compliance of Tokopedia Marketplace users while tax sanctions had a positive but insignificant effect on taxpayer compliance of Tokopedia Marketplace users.

Keywords: Taxation Regulation, Taxation Socialization, Taxation Sanctions, Taxpayer Compliance, Tokopedia Marketplace, E-Commerce.

Pendahuluan

Pajak merupakan sumber pendapatan terbesar suatu Negara yang sangat penting untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat termasuk Indonesia. Pada dasarnya, penerimaan pajak yang dihasilkan setiap tahunnya harus mengalami peningkatan agar sebanding dengan tingkat kemampuan Negara demi membangun sektor yang dijalankan. Sistem pemungutan pajak yang berlaku di Indonesia adalah *self assesment system*, yakni wajib pajak bertanggung jawab penuh untuk menghitung, menyetor serta melaporkan sendiri besar pajaknya. Maka dari itu, *self assesment system* berhubungan dengan kepatuhan wajib pajak dimana akan berpengaruh terhadap penerimaan negara. Sistem yang ada di Indonesia masih banyak kekurangan khususnya bagi wajib pajak yang belum sepenuhnya memahami sistem tersebut.

Masalah kepatuhan wajib pajak menjadi satu pokok permasalahan penting diseluruh dunia karena wajib pajak yang tidak patuh akan menimbulkan kurangnya penerimaan pajak negara. Di Indonesia tingkat kepatuhan wajib pajak masih terbilang rendah karena kurangnya wawasan serta pemahaman tentang pajak (Cnbcindonesia.com, 2019). Pemahaman peraturan perpajakan dinilai sangat penting bagi kepatuhan wajib pajak karena berhubungan langsung dengan penerimaan pajak negara. Apabila pemerintah menjalankan sosialisasi perpajakan dengan baik, maka dapat diharapkan akan meningkatkan pemahaman wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya. Wajib pajak seharusnya wajib untuk mengikuti sosialisasi perpajakan secara berkala karena dapat meningkatkan pemahaman tentang peraturan perpajakan. Sosialisasi memberikan wawasan tentang penerapan seperti sanksi perpajakan yang sebagai pengontrol kewajiban perpajakan bagi wajib pajak dan juga supaya dapat memberikan efek jera kepada wajib pajak yang melanggar peraturan perpajakan. Semakin berat sanksi yang dikenakan maka wajib pajak akan lebih sadar dan patuh terhadap peraturan perpajakan untuk membayar pajaknya.

Selama pandemi Covid-19 terjadi, pengguna *e-commerce* meningkat drastis di Indonesia dalam melakukan transaksi jual beli. Bendahara negara menjelaskan bahwa timbulnya *trend* pengenaan pajak digital merupakan upaya bagi negara untuk pemulihan negara (Liputan6.com, 2020). Melihat potensi banyaknya pengguna *e-commerce* saat ini, pemerintah lewat Kementerian Keuangan akan bersikap tegas kepada seluruh pelaku usaha melalui sistem elektronik, sehingga pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan No 48/PMK.03/2020 tentang pemberlakuan pajak atas perdagangan *e-commerce*. Selain peraturan PMK ada juga Peraturan PER-12/PJ/2020 mencakup kriteria batasan yang diterbitkan oleh Dirjen Pajak yaitu PPN akan langsung dikenakan kepada pembeli dan akan dilaporkan oleh penjual. *E-commerce* yang memiliki data kunjungan situs tertinggi di Indonesia adalah *Marketplace* Tokopedia yang telah memberikan pengaruh besar untuk perekonomian Indonesia. Namun rupanya, pengenaan pajak *e-commerce* yang telah ditetapkan masih terbilang baru dan belum diketahui luas oleh masyarakat terutama para pengguna *e-commerce* (Kedaton, 2021).

Pemahaman peraturan perpajakan merupakan informasi pajak yang digunakan wajib pajak sebagai dasar dalam pelaksanaan hak dan kewajibannya pada perpajakan. Apabila wajib pajak memiliki pemahaman yang cukup luas maka akan lebih patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Berdasarkan penelitian sebelumnya dari Jihan (2020), Indriyani (2020) dan Afwan (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan peraturan pajak berpengaruh signifikan atas kepatuhan pembayaran pajak transaksi *e-commerce*.

Menurut penelitian sebelumnya yaitu Maxuel (2021) dan Hama (2021) sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya yang dapat memberikan informasi mengenai perpajakan dengan tujuan supaya wajib pajak paham tentang perpajakan sehingga dapat meningkatkan kepatuhan kewajiban perpajakannya. Dengan demikian hasil penelitian sebelumnya yaitu sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* yang

dimana akan meningkatkan motivasi serta wawasan wajib pajak untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya.

Menurut Arisandy (2017) dan Wirda (2015) menyatakan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi sanksi pajak yang diberikan dan lebih tegas, maka kepatuhan wajib pajak akan semakin tinggi juga

Adapun beberapa rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah ada pengaruh tentang peraturan perpajakan, sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *marketplace* Tokopedia. Penelitian ini memiliki tujuan dari rumusan masalah yaitu untuk mengetahui pengaruh peraturan perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *marketplace* Tokopedia.

Hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

H1: Peraturan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

H2: Sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

H3 : Sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda yang merupakan metode regresi yang melibatkan variabel *dependent response* lebih dari satu atau sering disebut metode *multiple regression*. Jenis data yang digunakan adalah data primer, data ini merupakan data yang diperoleh langsung dan diolah oleh peneliti melalui pengumpulan kuesioner yang diisi oleh responden. Data yang didapat akan diolah menggunakan program SPSS *version 24*.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dari seluruh daerah selaku pengguna *Marketplace* Tokopedia. Jumlah sampel yang didapat sebanyak 117 sampel. Sementara itu, teknik *purposive sampling* akan digunakan sebagai teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *google form* sebagai alat bantu penyebaran kuesioner. Variabel *independent* dan *dependent* akan diukur menggunakan skala likert empat poin yang terdiri dari beberapa pernyataan, antara lain skor (1) yang artinya sangat tidak setuju, (2) yang artinya tidak setuju, (3) yang artinya setuju, dan (4) yang artinya sangat setuju.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah

$$KWPE = \hat{\alpha} + \beta_1 PP + \beta_2 SSP + \beta_3 SP + e$$

Keterangan :

KWP = Kepatuhan Wajib Pajak

$\hat{\alpha}$ = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien regresi

PP = Peraturan Perpajakan

SSP = Sosialisasi Perpajakan

SP = Sanksi Perpajakan

e = Standar *error*

Hasil dan Pembahasan

Analisis ini didasarkan melalui data yang telah dikumpulkan dari hasil kuesioner para responden sebanyak 174 sampel data. Data penelitian ini akan dibuat dalam bentuk tabel sehingga mudah dipahami. Analisis ini digunakan oleh peneliti dengan tujuan untuk melakukan pembahasan lebih lanjut lagi mengenai hasil yang diperoleh melalui demografi responden yang didalamnya terdiri dari jenis kelamin, usia, apakah memiliki NPWP, dan apakah pengguna Tokopedia atau tidak yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini. Semua informasi yang terkumpul akan dipaparkan dalam Tabel 1 yang berisi penjelasan mengenai jumlah data responden yang akan digunakan dalam mengolah data antara lain :

Tabel 1. Demografi Responden

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang diterima	174
Kuesioner yang diisi lengkap sesuai kriteria	117
Kuesioner yang tidak sesuai kriteria	57

Berdasarkan Tabel 1 diatas menyatakan bahwa kuesioner yang diterima tidak semua dapat dipakai untuk meneliti dikarenakan tidak sesuai dengan kriteria yang ada. Hasil dari penyebaran kuesioner tersebut kemudian akan diolah menggunakan program SPSS.

Uji Validitas

Uji Validitas akan dilakukan dengan metode *Corrected Item Total Correlation* yang merupakan salah satu parameter dengan tujuan untuk melihat kesesuaian fungsi item pernyataan dengan fungsi keseluruhan skala. Menurut Jonathan Sarwono pengambilan keputusan dalam uji validitas ini pada signifikansi 0,05% maka dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung > r kritis yaitu 0,3. Berikut adalah hasil penghitungan uji validitas kuesioner penelitian :

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Data

Item-Total Statistics					Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted		Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	18.90	2.196	.581	.670	X2.1	14.21	4.095	.443	.744
Y.2	18.94	2.108	.570	.670	X2.2	14.51	3.304	.541	.711
Y.3	18.91	2.138	.547	.677	X2.3	14.26	4.093	.320	.781
Y.4	18.93	2.461	.347	.733	X2.4	14.44	2.956	.711	.639
Y.5	18.88	2.434	.392	.721	X2.5	14.40	3.242	.642	.671
Y.6	18.91	2.310	.406	.720					

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	20.83	9.212	.409	.829
X1.2	20.92	8.537	.535	.813
X1.3	21.04	7.610	.733	.781
X1.4	21.33	7.138	.577	.813
X1.5	21.23	7.645	.576	.807
X1.6	21.23	7.420	.685	.787
X1.7	20.95	8.446	.578	.807

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	13.89	3.617	.357	.679
X3.2	13.83	3.402	.643	.580
X3.3	13.75	3.585	.517	.623
X3.4	14.00	3.190	.530	.605
X3.5	14.27	3.166	.322	.727

Pada Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa semua item dari setiap variabel bebas memiliki nilai $> 0,3$ yang berarti semua variabel sudah valid. Maka dari 23 pernyataan variabel bebas dengan Wajib Pajak yang memiliki NPWP serta pengguna Tokopedia mempunyai korelasi yang signifikan terhadap pembentukan nilai suatu variabel atau dengan kata lain setiap item pernyataan tersebut dikatakan valid.

Uji Realibitas Data

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat kestabilan pada variabel-variabel penelitian. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas Data

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepatuhan_Wajib_Pajak	59.98	40.379	.682	.730
Peraturan_Perpajakan	58.09	25.131	.707	.709
Sosialisasi_Perpajakan	64.72	37.290	.583	.751
Sanksi_Perpajakan	65.24	38.580	.554	.765

Dari tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk semua variabel memiliki kriteria melebihi nilai 0,6 yang artinya seluruh pernyataan untuk variabel di atas dinyatakan reliabel sesuai dengan tingkatannya.

Uji Normalitas Data

Uji Normalitas Data digunakan untuk mengetahui apakah dalam penggunaan model regresi dapat menghasilkan kesalahan atau tidak. Data akan dikatakan normal apabila memiliki nilai *Asymp Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Berikut ini adalah hasil dari uji normalitas data dengan menggunakan Uji Statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov* :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		117
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.26723778
Most Extreme Differences	Absolute	.127
	Positive	.039
	Negative	-.127
Test Statistic		.127
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel 4 diatas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya bahwa data ini tidak berdistribusi secara normal. Namun berdasarkan *Central Limit Theory*, data pada suatu uji normalitas ini dapat dikatakan berdistribusi normal apabila data sampel yang digunakan diatas 100, maka kesimpulannya data penelitian ini telah dianggap normal.

Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau interkorelasi antara variabel bebas dalam suatu model regresi. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi korelasi apabila nilai VIF < 10 dan nilai *Collinearity Tolerance* > 0,1. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas dari penelitian ini :

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Peraturan_Perpajakan	.593	1.686
	Sosialisasi_Perpajakan	.705	1.418
	Sanksi_Perpajakan	.689	1.451

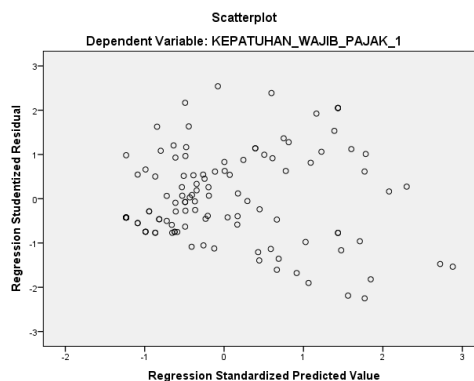
a. Dependent Variable: Kepatuhan_Wajib_Pajak

Pada tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa tidak terjadi multikolinearitas karena ketiga variabel bebas tersebut memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *Collinearity Tolerance* > 0,1. Maka penelitian ini telah memenuhi kriteria dengan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk mengukur apakah terdapat perbedaan variance dan residual untuk keseluruhan pengamat dalam model regresi linear. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas :

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari tabel 6 diatas menunjukkan bahwa data telah menyebar serta menjauh dari titik diagonal, maka dapat disimpulkan data ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis Data

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik maka penelitian ini menggunakan data yang telah sesuai dengan uji asumsi klasik. Hal ini dapat dipakai karena data sudah berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas oleh sebab itu penulis akan melanjutkan penelitian uji hipotesis data.

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11.640	1.153		10.098	.000
	Peraturan Perpajakan	.249	.048	.460	5.243	.000
	Sosialisasi Perpajakan	.213	.062	.276	3.426	.001
	Sanksi Perpajakan	.063	.065	.079	.971	.334

a. Dependent Variable: Kepatuhan_Wajib_Pajak

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel *independent* yang ada dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*.

Tabel 8. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20.451	3	6.817	13.202	.000 ^b
	Residual	58.350	113	.516		
	Total	78.801	116			

a. Dependent Variable: KEPATUHAN_WAJIB_PAJAK_1

b. Predictors: (Constant), Sanksi_Perpajakan, Sosialisasi_Perpajakan, Peraturan_Perpajakan

Pada tabel 8 hasil menunjukkan bahwa uji F memiliki nilai sig sebesar 0,000 dimana tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 yang memiliki arti bahwa model regresi linear berganda ini layak digunakan dalam memprediksi variabel *dependent*.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi dilambangkan dengan nilai 0 sampai 1. Apabila nilai R² mendekati nilai 1 maka dapat disimpulkan hampir semua variabel *dependent* memberikan jawaban yang diperoleh untuk mendeteksi keakuratan variabel *independent* dan berlaku sebaliknya, apabila nilai R² mendekati nilai 0 maka dapat disimpulkan hampir semua variabel *dependent* tidak memberikan jawaban yang diperoleh untuk mendeteksi keakuratan variabel *independent*.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.509 ^a	.260	.240	.71859	1.643

a. Predictors: (Constant), Sanksi_Perpajakan, Sosialisasi_Perpajakan, Peraturan_Perpajakan

b. Dependent Variable: KEPATUHAN_WAJIB_PAJAK_1

Berdasarkan tabel 9 disimpulkan bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,24 yang berarti ketiga variabel *dependent* yaitu peraturan perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan sanksi

perpajakan dalam penelitian ini berpengaruh sebesar 24% terhadap variabel *independent* yaitu kepatuhan wajib pajak dan sisanya sebesar 76% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada model penelitian.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh pada masing-masing variabel *dependent* terhadap variabel *independent*. Uji t juga digunakan untuk melihat adakah pengaruh secara parsial variabel *dependent* terhadap variabel *independent*. Uji t dapat dilihat dari nilai sig hitung $< 0,05$ maka dapat dikatakan variabel *dependent* berpengaruh terhadap variabel *independent*.

Tabel uji t dapat dilihat pada tabel 7 yang menunjukkan bahwa peraturan perpajakan memiliki nilai sig 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti peraturan perpajakan secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *marketplace* Tokopedia. Kemudian sosialisasi perpajakan memiliki nilai sig 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *marketplace* Tokopedia. Variabel ketiga yaitu sanksi perpajakan yang memiliki sig sebesar 0,334 yang artinya lebih besar dari 0,05 maka hal ini menunjukkan bahwa sanksi perpajakan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *marketplace* Tokopedia.

Pembahasan

Dari hasil tabel 7 diperoleh nilai sig $0,000 < 0,05$, artinya peraturan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Apabila dilihat dari nilai t hitung sebesar 5,243 maka menunjukkan hasil yang positif dan sudah lebih besar dari t tabel sebesar 1,98. Hal ini berarti peraturan perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi tingkat pengetahuan pajak maka semakin tinggi juga wajib pajak patuh terhadap perpajakannya. Sesuai dengan *Theory of Planned Behavior*, wajib pajak akan mematuhi pajaknya apabila memiliki motivasi dari dalam diri wajib pajak itu sendiri. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung hasil peneliti sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Jihan (2020) yang menyatakan bahwa peraturan perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Ningsih (2019) yang menyatakan bahwa peraturan perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dari hasil tabel 7 diperoleh nilai sig $0,001 < 0,05$, yang artinya sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Apabila dilihat dari nilai t hitung sebesar 3,426 maka menunjukkan hasil positif dan sudah lebih besar dari t tabel sebesar 1,98 yang berarti bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil ini dapat diasumsikan bahwa kepatuhan wajib pajak akan meningkat apabila wajib pajak mengikuti kegiatan sosialisasi perpajakan seperti seminar-seminar atau penyuluhan secara langsung maupun dari media social. Dengan mengikuti kegiatan tersebut, wajib pajak akan mendapatkan pengetahuan dan wawasan yang lebih terhadap kewajiban perpajakannya. Menurut hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung satu peneliti sebelumnya yaitu Maxuel (2021) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dan bertentangan dengan penelitian Indriyani &

Jayanto (2020) dimana sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dilihat dari tabel 7 nilai sig sanksi perpajakan diperoleh sebesar $0,334 > 0,05$, yang artinya sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dan apabila dilihat dari nilai t hitung $0,971 <$ dari nilai t tabel 1,98 yang artinya sanksi perpajakan berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan. Hal ini terjadi karena sanksi yang diberikan kurang tegas dan banyak wajib pajak menganggap bahwa sanksi pajak hanya legalitas semata tanpa adanya efek jera untuk wajib pajak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Thoyyibatun (2021) yang dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Setelah melakukan penelitian tentang Peraturan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan maka dapat disimpulkan hasilnya sebagai berikut :

1. Peraturan Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna *Marketplace* Tokopedia. Hal ini dapat terjadi karena peraturan perpajakan masih diperlukan dan dianggap penting bagi Wajib Pajak dalam kewajiban perpajakannya, serta sistem *self assesment* yang menuntut wajib pajak memiliki pengetahuan terkait peraturan perpajakan. Semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki wajib pajak maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
2. Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna *Marketplace* Tokopedia. Hal ini terjadi karena sosialisasi perpajakan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam kewajibannya. Sosialisasi perpajakan juga memberikan manfaat yang baik terhadap pemahaman serta wawasan wajib pajak.
3. Sanksi Perpajakan dalam penelitian ini berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna *Marketplace* Tokopedia, ini terjadi karena sanksi yang diberikan kurang tegas dan banyak wajib pajak menganggap bahwa sanksi pajak hanya legalitas semata tanpa adanya efek jera untuk wajib pajak.
4. Hasil keseluruhan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari variabel Peraturan Perpajakan, variabel Sosialisasi Perpajakan, dan variabel Sanksi Perpajakan secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pengguna *Marketplace* Tokopedia.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijelaskan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Bagi Wajib Pajak

Diharapkan bagi Wajib Pajak supaya lebih peduli untuk mematuhi dan memahami tata cara perpajakan yang berlaku dengan baik dan benar. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Wajib Pajak untuk lebih menyadari pentingnya meningkatkan kepatuhan kewajiban perpajakan sehingga dapat terus berkontribusi terhadap pembangunan negara.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan berbagai macam variabel baru yang nantinya dapat lebih menggali hasil data yang dapat mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak.
- b. Diharapkan supaya peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode selain kuesioner atau bisa dengan observasi maupun wawancara pada setiap objek penelitian.
- c. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengambil sampel lebih banyak dari penelitian ini.
- d. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan lokasi objek lebih dari satu tidak hanya pada Tokopedia, namun bisa seperti Shopee, Lazada, dan sebagainya.

3. Bagi Pemerintah

Diharapkan pemerintah dapat meningkatkan kegiatan sosialisasi secara rutin supaya wajib pajak dapat lebih mengerti akan kewajiban perpajakannya.

Daftar Pustaka

- Aviliani. (2019). Kepatuhan Pajak di Indonesia Masih Rendah. *Cnbcindonesia.Com*.
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20190326160157-4-63008/aviliani-kepatuhan-pajak-di-indonesia-masih-rendah>
- Kedaton, K. R. S. (2021). *Kontroversi Meroketnya Transaksi dan Pengenaan Pajak E-Commerce*. 11-08-2021. <https://www.pajak.com/pwf/kontroversi-meroketnya-transaksi-dan-pengenaan-pajak-e-commerce/>
- Liputan6.com. (2020). *Sri Mulyani Buka Suara soal Ambisinya Pungut Pajak Digital*.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4388801/sri-mulyani-buka-suara-soal-ambisinya-pungut-pajak-digital>