

PENGARUH TINGKAT KESADARAN PAJAK DAN MEKANISME PEMBAYARAN PAJAK TERHADAP *TRAFFIC* TRANSAKSI JUAL BELI PADA *ONLINE SHOP*

Putri Intan Permata Sari

putriintanpermatasari@UPIYPTK.AC.ID, Akuntansi, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

Fitri Yeni

fitri_yeni@UPIYPTK.AC.ID, Manajemen, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

Rosa Citra Dewi,

rosacitra17@gmail.com, Akuntansi, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

Ramdani Bayu Putra

ramdhani_bayu@UPIYPTK.AC.ID, Manajemen, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengestimasi Pengaruh Tingkat Kesadaran Pajak dan Mekanisme Pembayaran Pajak terhadap Traffic Transaksi Jual Beli pada online shop di Kota Padang dengan Tarif Pajak sebagai Variabel Kontrol. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM yang terdaftar pada layanan Go-Food di Kota Padang Kecamatan Lubuk Begalung pada tahun 2019 sebanyak 227 UMKM. Sampel sebanyak 60 UMKM sektor makanan yang melakukan penjualan via Go-Food yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan diolah menggunakan program SPSS 21. Berdasarkan hasil uji hipotesis Tingkat Kesadaran Pajak tidak berpengaruh terhadap Traffic Transaksi Jual Beli sedangkan Mekanisme Pembayaran Pajak memiliki pengaruh terhadap Traffic Transaksi Jual Beli pada Online Shop di Kota Padang. Pengaruh tingkat kesadaran pajak dan mekanisme pembayaran pajak secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap traffic jual beli dan berdasarkan hasil korelasi parsial variabel tingkat kesadaran pajak dan mekanisme pembayaran pajak berpengaruh terhadap traffic transaksi jual beli dengan tarif pajak sebagai variabel kontrol. Diharapkan para pelaku UMKM online mampu untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan terhadap pajak karena akan mempengaruhi tingkat jual beli dan berdampak pada perekonomian masyarakat yang semakin membaik.

Kata Kunci: *Tingkat Kesadaran Pajak, Mekanisme Pembayaran Pajak, Traffic Transaksi Jual Beli, Tarif Pajak.*

THE INFLUENCE OF THE LEVEL OF TAX AWARENESS AND TAX PAYMENT MECHANISMS ON BUYING AND SELLING TRAFFIC ON THE ONLINE SHOP

Abstract

This research aims to analyze and estimate the effect of tax awareness level and tax payment mechanism on buying and selling traffic at online shops in Padang with tax rates as control variables. The population used in this study is UMKMs registered on Go-Food services in Padang City, Lubuk Begalung District in 2019 as many as 227 UMKMs. A sample of 60 food sector UMKMs selling via Go-Food were selected using the purposive sampling technique. Analysis data techniques used multiple regression analysis and were processed using the SPSS 21 program. Based on the results of the level of tax awareness and do not affect the sale and purchase traffic and tax payment mechanism has significant affect to selling traffic at online shop in Padang. The effect of the level of tax awareness and the tax payment mechanism together has an effect on buying and selling traffic and based on the results of the partial correlation of the variable level of tax awareness and the tax payment mechanism has an effect on the traffic of buying and selling transactions with the tax rate as a control variable. It is expected that the UMKMs will be able to increase awareness and knowledge of taxes because it will affect the level of buying and selling and have an impact on the people's economy which is getting better.

Keywords: *Tax Awareness Level, Tax Payment Mechanisms, Sales Transaction Traffic, Tax Rates.*

PENDAHULUAN

Seiring dengan majunya perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat membuat kehidupan masyarakat di Indonesia juga mengalami berbagai perubahan. Majunya teknologi tersebut berdampak pada kemudahan masyarakat dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari seperti kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli secara konvensional dan juga secara *online* melalui sistem *e-commerce*. Dalam laporan yang ditulis oleh Widowati (2019) melalui website databoks.katadata.co.id, menjelaskan bahwa pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia termasuk ke dalam peringkat pertama tercepat dari sepuluh negara di dunia dimana pertumbuhannya sebesar 78% pada tahun 2018 berdasarkan lembaga riset yang berasal dari Inggris, Merchant Machine. Hal ini juga ditandai dengan meningkatnya pelaku usaha yang menjadi mitra Go-Food sebesar 80% dan Kota Padang merupakan satu dari lima kota dengan pertumbuhan transaksi makanan paling tinggi di semua daerah operasional Go-Food (www.industri.kontan.co.id, 2019). Besarnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap belanja daring ini tidak diiringi dengan kewajiban pemilik *e-commerce* untuk membayar pajak. Padahal pendapatan pajak ini memiliki kontribusi yang sangat tinggi terhadap penerimaan di Kota Padang (P. I. P. Sari & Elfiswandi, 2019).

Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak menyatakan bahwa pada tahun 2018 jumlah wajib pajak di Sumatera Barat baru menyentuh angka 34 persen yang sudah melaporkan Surat

Pemberitahuan (SPT) dari 720 ribu wajib pajak orang pribadi dan badan (republika.co.id, 2018). Menurut Ningsih (2019) memberikan kesimpulan bahwa kesadaran WP memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap komitmen WP pengguna *e-commerce*. Oleh karena itu diperlukan peningkatan kesadaran dalam membayar pajak oleh WP serta meningkatkan pengetahuan akan mekanisme pembayarannya sebagai wujud warga negara yang baik.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah melakukan berbagai cara agar dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak dengan membentuk suatu unit kerja yaitu Kantor Pelayanan Pajak (KPP) dan diberlakukannya sistem pemungutan pajak secara *self assessment system* (Anam et al., 2018). Menurut DJP (2016) menjelaskan bahwa berdasarkan teori inklusi dalam konteks membayar pajak diduga bahwa setiap orang pada dasarnya memiliki kebutuhan untuk membayar pajak yang memiliki tujuan untuk dapat diterima atau bergabung dengan kelompok pembayar pajak yang diasosiasikan sebagai *good citizen* atau kelompok warga negara yang baik. Sejalan dengan penelitian Hasanah (2016) yang menjelaskan bahwa kesadaran dalam perpajakan merupakan suatu sikap atau perbuatan terhadap fungsi pajak dengan menerapkan beberapa komponen seperti kognitif, afektif, dan konatif untuk bisa memahami, merasakan, dan berperilaku terhadap makna dan fungsi pajak itu sendiri. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika seseorang telah sadar akan kewajiban perpajakannya maka akan mempengaruhi setiap kegiatan hidupnya termasuk dalam kegiatan transaksi jual beli secara online yang erat kaitannya dengan perpajakan. Sari et al. (2019) menjelaskan semakin tinggi kesadaran wajib pajak dalam memahami perpajakannya juga akan meningkatkan kepatuhan dalam membayar pajak. Putri et al. (2018) menyatakan bahwa kesadaran dalam kewajiban perpajakan terhadap sektor usaha kecil dan menengah juga dipengaruhi oleh kemudahan dalam melakukan sistem pembayaran perpajakan mengingat masih banyaknya kesulitan WP dalam mengisi formulir laporan pajak.

Metode pembayaran pajak di Indonesia atau yang disebut dengan mekanisme pembayaran pajak sudah menerapkan *self assessment system* dimana WP diharuskan untuk mendaftar, menghitung, membayar, serta melaporkannya sendiri berapa jumlah pajak terhutang yang menjadi kewajibannya. DJP sudah memberikan kemudahan untuk membayar dan melaporkan pajak dengan menyediakan *e-banking*, *e-SPT*, *e-filing* yang nantinya dapat meningkatkan kepatuhan WP (Wahyuningsih, 2016). Obert et al., (2018) menyatakan bahwa *e-filing* merupakan langkah yang positif menuju kepatuhan perpajakan. Selain mekanisme pembayaran pajak juga terdapat tarif pajak yang dapat memberi pengaruh terhadap kesadaran WP dalam membayar pajak seperti hasil penelitian A. D. E. Putri (2016) yang menyimpulkan bahwa tarif pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak PP No. 46 Tahun 2013.

Menurut Cahyani & Noviari (2019) menjelaskan bahwa tarif pajak merupakan persentase yang dapat digunakan sebagai dasar dalam menghitung jumlah pajak yang harus dibayarkan. Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh WP yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu yang merupakan pengganti Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 mengatur mengenai tarif pajak UMKM

yang semulanya dikenakan tarif pajak penghasilan (PPh) final sebesar 1% diturunkan menjadi 0,5%. Tarif pajak untuk UMKM yang memiliki penghasilan bruto diatas 4,8 miliar akan ditetapkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) dan dikenakan PPh final sebesar 0,5% dari omset sedangkan UMKM dengan pendapatan kurang dari 4,8 miliar akan dikenakan tarif 0,5% dari penghasilan bruto per bulan. Penurunan tarif pajak yang ditetapkan oleh pemerintah ini menunjukkan hasil yang positif dengan meningkatnya penerimaan pajak setiap tahunnya yang artinya kesadaran WP khususnya pelaku usaha baik secara online maupun konvensional juga mengalami kenaikan seperti yang tertera pada tabel 1 mengenai laporan dari DJP melalui situsnya www.pajak.go.id (2019).

Tabel 1.

<i>Destination Statement</i> Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2015-2019					
Indikator	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Tax Ratio*</i>	13,2%	14,2%	14,6%	15,2%	16%
Penerimaan Pajak	1.294 T	1.512 T	1.737 T	2.007 T	2.329 T
SPT melalui <i>E-Filing</i>	2 Juta	7 Juta	14 Juta	18 Juta	24 Juta
Jumlah WP Terdaftar	32 Juta	36 Juta	40 Juta	42 Juta	44Juta

*termasuk 1% pajak daerah

Sumber: (www.pajak.go.id, 2019)

Dengan adanya regulasi dan peraturan perpajakan yang ada mengenai transaksi online maka besar atau kecilnya tarif pajak yang dikenakan atas suatu transaksi akan berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan transaksi suatu barang atau jasa. Seperti yang disimpulkan oleh Yudawirawan et al. (2021) yang menjelaskan bahwa transaksi suatu perusahaan yang berpengaruh terhadap tarif pajak. Saat ini transaksi bisnis online sudah menjadi bahan perbincangan karena selalu digunakan oleh WP untuk melakukan kegiatan usahanya (Arisandy, 2017). Namun transaksi bisnis online ini memiliki berbagai permasalahan yang kompleks. Ditjen Pajak Kementerian Keuangan menyatakan bahwa pelaku bisnis online atau *e-commerce* yang memiliki penghasilan di atas Rp 4,8 miliar per tahun tidak patuh dalam membayar pajak (www.liputan6.com, 2017).

Dari fenomena di atas dapat dijelaskan bahwa kesadaran dalam membayar pajak dan mekanisme pembayaran pajak memiliki keterkaitan dalam mempengaruhi *traffic* transaksi dalam jual beli online. Kenaikan atau penurunan transaksi suatu barang atau jasa secara online juga akan mempengaruhi besar atau kecilnya tarif pajak yang dikenakan. Sehingga penelitian ini akan melihat bagaimana pengaruh kesadaran pajak dan mekanisme pembayaran pajak terhadap *traffic* transaksi jual beli online dengan tarif pajak sebagai variabel kontrol.

TINJAUAN PUSTAKA

Traffic Transaksi Jual Beli

Fitria & Supriyono (2019) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan jual beli adalah suatu perjanjian atau kontrak dalam bentuk barter barang/benda yang memiliki nilai secara riil di antara kedua belah pihak dimana salah satu pihak menerima benda atau barang dan pihak yang lainnya menerima sesuai dengan kontrak atau perjanjian yang sesuai syara' dan telah disetujui. Sedangkan yang dimaksud dengan jual beli *online (e-commerce)* adalah jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online seperti GoFood pada aplikasi Gojek (T. N. Fitria, 2017).

Tingkat Kesadaran Pajak

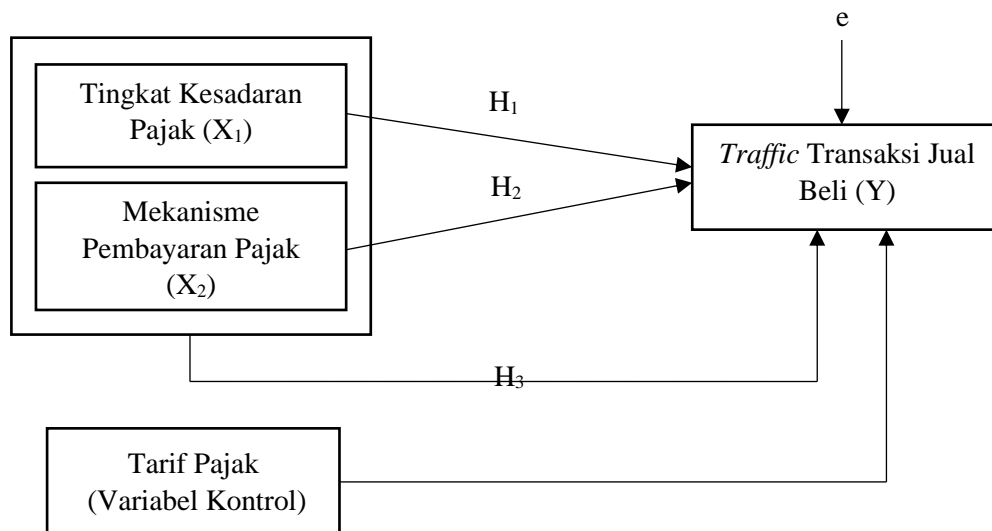
Kesadaran WP dapat diartikan sebagai itikad baik dilakukan oleh seseorang dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dengan kerelaan dan ikhlas.

Mekanisme Pembayaran Pajak

Mekanisme pembayaran pajak berdasarkan PP No. 46 Tahun 2013 yang tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 107 Tahun 2013 mengatur tentang bagaimana tata cara dalam perhitungan, penyetoran, dan pelaporan pajak bagi WP yang memiliki usaha dan memiliki peredaran bruto lebih dari Rp 4,8 miliar dalam satu tahun pajak.

Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam bentuk diagram sekmatik seperti yang terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pikir
Sumber: data yang diolah (2019)

Hipotesis

- H1 : Tingkat kesadaran pajak berpengaruh terhadap *traffic* transaksi jual beli pada *online shop*
- H2 : Mekanisme pembayaran pajak berpengaruh terhadap *traffic* transaksi jual beli pada *online shop*
- H3 : Tingkat kesadaran pajak dan mekanisme pembayaran pajak berpengaruh terhadap *traffic* transaksi jual beli pada *online shop*
- H4 : Tingkat kesadaran pajak dan mekanisme pembayaran pajak secara bersama-sama berpengaruh terhadap *traffic* transaksi jual beli pada *online shop* dengan tarif pajak sebagai variabel kontrol

METODE

Populasi yang terdapat pada penelitian ini adalah pelaku usaha online yang telah terdaftar pada aplikasi Gojek di Kota Padang pada Kecamatan Lubuk Begalung tahun 2019 sebanyak 227 UMKM. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Dalam layanan Go-Food terdapat sepuluh kategori yaitu: terdekat, terlaris, *pickup*, menu sehat, terfavorit, promosi, 24 jam, baru minggu ini, menu hemat, dan siap masak. Penelitian ini terfokus pada layanan Go-Food dengan kategori “terdekat” dengan jarak 0 km sampai 2 km dari Kecamatan Lubuk Begalung untuk mempermudah dalam penyebaran kuisisioner.
2. Pelaku usaha memiliki rating 4,5 keatas pada layanan Go-Food.

Berdasarkan kriteria di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 para pelaku UMKM yang melakukan penjualan makanan dan minuman dan pemasaran melalui layanan Go-Food dalam aplikasi Gojek

Jenis data yang dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuisisioner untuk pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan data primer dan juga data sekunder. Data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah melalui penyebaran kuisisioner dan data sekunder berupa penelitian terdahulu, artikel, dan sumber penukung lainnya.

Penelitian ini didesain untuk menganalisis apakah tingkat kesadaran pajak, mekanisme pembayaran pajak dapat berpengaruh terhadap *traffic* transaksi jual beli online dengan tarif pajak sebagai variabel kontrol. Untuk mengetahui kategori jawaban dari setiap variabel maka metode yang digunakan adalah Tingkat Capaian Responden (TCR) yang nantinya akan dinilai sejauh mana capaian atau kondisi masing-masing variabel penelitian menggunakan klasifikasi penilaian TCR dengan rumus:

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

TCR = Tingkat Capaian Responden

Rs = Rata-rata skor jawaban responden

N = Nilai skor maksimum

Tabel 2.
 Rentang Skala TCR

No.	Angka	Keterangan
1	90% - < 100%	Sangat Baik
2	80% - < 90%	Baik
3	65% - < 80%	Cukup Baik
4	55% - < 65%	Kurang Baik
5	0% - < 55%	Tidak Baik

Sumber: (Arikunto, 2015)

Tabel 3.
 Alternatif Pilihan Jawaban dan Bobot Jawaban

Keterangan	Singkatan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: (Arikunto, 2015)

Tabel 4.
 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Jumlah pertanyaan	No. Item
1.	Traffic transaksi jual beli online (Yp)	1. Kredibilitas	2	1,2
		2. Kepercayaan	2	3,4
2.	Tingkat kesadaran pajak (X ₁)	1. Kemauan WP dalam membayar pajak dan melaporkan SPT.	2	5,6
		2. Ketertiban dan kedisiplinan WP dalam membayar pajak	2	7,8
		3. Volume Jual Beli	2	9,10
3.	Mekanisme pembayaran pajak (X ₂)	1. Faktor petugas pajak.	2	11,12
		2. Faktor hukum pajak.	2	13,14
		3. Faktor sikap rasional.	2	15,16
		4. Ketaatan Pajak	2	17,18
4.	Tarif pajak (Z)	1. Penerimaan penghasilan tinggi membayar pajak penghasilan lebih besar.	2	19,20
		2. Tarif pajak proposional adil.	2	21,22
		3. Tarif pajak yang adil harus sama untuk setiap WP.	2	23,24
		4. Pengenaan tarif pajak penghasilan orang pribadi adalah	2	25,26

No.	Variabel	Indikator	Jumlah pertanyaan	No. Item
-----	----------	-----------	-------------------	----------

Sumber: Agustina et al. (2018), Priambodo & Yushita (2017)

Uji Hipotesis Dengan Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk memprediksi keadaan naik turunnya variabel dependen yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen sebagai faktor manipulasi maka dilakukan regresi linier berganda untuk melakukan uji hipotesis (Sugiyono, 2016). Dipilihnya model penelitian ini disebabkan karena penelitian ini didesain untuk meneliti variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 atau yang disebut juga dengan koefisien determinasi berganda memiliki range antara 0 sampai dengan 1 ($0 < R^2 < 1$). Jika nilai R^2 semakin mendekati nilai satu maka pengaruh variabel independen secara simultan dianggap kuat dan jika R^2 mendekati nilai nol maka lemahnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen maka perlu dilakukan Uji F. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ (Sugiyono, 2016). Ketentuan penolakan dan penerimaan hipotesis sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $F_{hitung} > 0,05$ maka H_0 dapat diterima dan H_a akan ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika nilai signifikansi $F_{hitung} < 0,05$ maka H_0 akan ditolak dan H_a dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Uji Koefisien Parsial (Uji-t)

Uji-t ini digunakan untuk menguji apakah secara parsial terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengansumsikan bahwa variabel lain adalah konstan. Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa hasil pengujian untuk t-statistik dengan standar signifikan $\alpha = 5\%$ adalah:

- Jika probabilitas $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $sig \geq \alpha$, maka H_0 akan ditolak dan H_a dapat diterima. Artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki pengaruh.
- Jika probabilitas $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan $sig \geq \alpha$, maka H_0 dapat diterima dan H_a akan ditolak. Artinya antara variabel bebas dengan variabel terikat tidak terdapat pengaruh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa untuk variabel tingkat kesadaran pajak pada butir 5 dan 6 tidak valid dan pada variabel mekanisme pembayaran pajak pada butir 8 juga tidak valid. Hal ini dikarenakan nilai dari hasil olah berada dibawah 0,400.

Tabel 5.
 Hasil Uji Validitas

Variabel	No. butir	Hasil olah	Loading factor	Status
Traffic Transaksi Jual Beli	1	0,559	0,400	Valid
	2	0,783	0,400	Valid
	3	0,572	0,400	Valid
	4	0,730	0,400	Valid
Tingkat Kesadaran Pajak	5	0,663	0,400	Valid
	6	0,572	0,400	Valid
	7	0,644	0,400	Valid
	8	0,593	0,400	Valid
	9	0,171	0,400	TidakValid
	10	0,295	0,400	TidakValid
Mekanisme Pembayaran Pajak	11	0,784	0,400	Valid
	12	0,752	0,400	Valid
	13	0,677	0,400	Valid
	14	0,712	0,400	Valid
	15	0,677	0,400	Valid
	16	0,705	0,400	Valid
	17	0,433	0,400	Valid
	18	0,394	0,400	TidakValid
Tarif Pajak	19	0,767	0,400	Valid
	20	0,737	0,400	Valid
	21	0,838	0,400	Valid
	22	0,841	0,400	Valid
	23	0,728	0,400	Valid
	24	0,782	0,400	Valid
	25	0,777	0,400	Valid
	26	0,756	0,400	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Uji Reliabilitas

Pada tabel 6 di bawah ini terlihat bahwa seluruh instrumen berdasarkan analisis reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* adalah di atas 0,700 untuk semua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bisa dikatakan reliabel atau handal.

Tabel 6.
 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N= 60		Composite Reability	Keputusan
	Jumlah Pernyataan	Cronbach Alpha		
Traffic Transaksi Jual Beli (Y)	4	0,830	0,700	Reliabel
Tingkat Kesadaran Pajak (X1)	6	0,748	0,700	Reliabel
Mekanisme Pembayaran Pajak (X2)	8	0,879	0,700	Reliabel
Tarif Pajak (Z)	8	0,937	0,700	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Uji Normalitas

Uji normalitas dihitung dengan menggunakan aplikasi SPSS untuk mengolah data dimana salah satunya dengan melakukan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Ketentuan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* adalah apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data terdistribusi normal.

Tabel 7.
 Uji Normalitas (*One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test*)

	Unstandardized Residual
N	60
Test Statistic	,096
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari tabel 7 di atas menunjukkan bahwa uji normalitas diperoleh nilai *Asymp.Sig (2-Tailed)* lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200. Hal Ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal sehingga layak dipakai untuk analisis regresi berganda dan dapat dilakukan pengujian berikutnya.

Uji Multikolinieritas

Untuk melihat apakah terjadinya multikolinieritas pada model regresi dalam penelitian ini ditentukan dari nilai *Tolerance* atau *Variance Inflation Factor (VIF)* serta besaran korelasi antar variabel bebas. Dalam uji ini, jika nilai *tolerance* besar sama dengan 0,10 atau memiliki nilai VIF kecil sama dengan sepuluh, maka model regresi terbebas dari masalah multikolinieritas. Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 8.

Uji Multikolinieritas

Model	Colinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 TKP	,872	1,147
MPP	,791	1,264
TP	,874	1,145

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 8 terlihat bahwa hasil uji multikolinieritas yang diperoleh oleh masing-masing variabel independen memiliki nilai *tolerance* yaitu Tingkat Kesadaran Pajak sebesar 0,872, Mekanisme Pembayaran Pajak sebesar 0,791 dan Tarif Pajak sebagai Variabel Kontrol sebesar 0,874 dimana ketiga variabel independen dan satu variabel kontrol tersebut memiliki nilai masing-masing besar dari 0,10. Sedangkan untuk VIF masing-masing variabel bebas yaitu Tingkat Kesadaran Pajak sebesar 1,147; Mekanisme Pembayaran Pajak sebesar 1,264; dan Tarif Pajak sebagai Variabel Kontrol sebesar 1,145. Dari keempat variabel tersebut memiliki nilai VIF yang kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat korelasi diantara variabel independen atau tidak adanya multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan untuk metode uji Glejser ini yaitu apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian heterokedastisitas yang telah dilakukan maka diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 9 di bawah ini.

Tabel 9.

Uji Heteroskedastisitas

Model	t	Sig.
(Constant)	1,427	,159
TKP	-,741	,462
MPP	-,039	,969
TP	1.081	.284

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 9 di atas menunjukkan hasil heterokedastisitas dimana nilai signifikansi Tingkat Kesadaran Pajak $0,729 > 0,05$, nilai signifikansi untuk Mekanisme Pembayaran Pajak $0,947 > 0,05$, dan nilai signifikansi untuk Tarif Pajak $0,284 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi ini layak digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini dapat digunakan teknik regresi berganda dengan aplikasi SPSS. Hasil regresi linier berganda tersaji pada tabel di bawah ini.

Tabel 10.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	14,609	1,865
	TKP	-,013	,097
	MPP	,032	,067

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari hasil analisis linier berganda yang terlihat pada tabel 10, diperoleh persamaan regresinya sebagai berikut:

$$TTJB = 14,609 - 0,013TKP + 0,032MPP + \epsilon$$

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda tersebut adalah:

1. Konstanta sebesar 14,609 artinya jika Tingkat Kesadaran Pajak (X1) dan Mekanisme Pembayaran Pajak (X2) nilainya 0, maka besarnya *output Traffic* Transaksi Jual Beli adalah Positif atau meningkat 14,609%.
2. Koefisien regresi Tingkat Kesadaran Pajak sebesar -0,013 artinya apabila Tingkat Kesadaran Pajak ditingkatkan sebesar satu-satuan bobot, dengan nilai variabel independen lain diabaikan atau bernilai 0, maka mengakibatkan penurunan *Traffic* Transaksi Jual Beli sebesar 0,013.
3. Koefisien regresi variabel Mekanisme Pembayaran Pajak sebesar 0,032 artinya jika Mekanisme Pembayaran Pajak mengalami peningkatan 1%, maka *Traffic* Transaksi Jual Beli akan mengalami kenaikan sebesar 0,032% dengan perkiraan variabel bebas lainnya bernilai tetap.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variabel dependen maka diperlukan uji koefisien determinasi. Dimana proporsi variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat melalui model regresinya, sisanya diterangkan oleh variabel lain di luar model penelitian. Hasil uji koefisien determinasi disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 11.

Hasil Uji Koefisien Determinasi Tanpa Variabel Kontrol

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,194 ^a	,037	,004	2,414

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Kolom *R Square* yang disajikan pada tabel 11 memperoleh nilai = 0,037 atau 4% (pembulatan). Hal ini menunjukkan bahwa hanya 4% *Traffic* Transaksi Jual Beli yang dapat dijelaskan oleh variasi independen yaitu Tingkat Kesadaran Pajak dan Mekanisme Pembayaran Pajak, sisanya 96% (100% - 4%) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tingkat kesadaran pajak dan mekanisme pembayaran pajak memiliki hubungan yang sangat lemah dalam mempengaruhi variabel *traffic* transaksi jual beli.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

Hasil uji-F disajikan dalam tabel 12 di bawah ini.

Tabel 12.

Uji-F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,587	2	1,794	,308	,036 ^b
	Residual	332,063	57	5,826		
	Total	335,650	59			

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Pada tabel 12 di atas uji-F menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya Tingkat Kesadaran Pajak dan Mekanisme Pembayaran Pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

Untuk mengetahui apakah secara parsial terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan uji t. Hasil pengujian ini terlihat pada tabel 13 berikut ini.

Tabel 123.

Uji-t			
Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
	(Constant)	7,833	,000
1	TKP	-,137	,091
	MPP	,476	,036

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 13 di atas menunjukkan hasil dari pengaruh variabel Tingkat Kesadaran Pajak dan Mekanisme Pembayaran Pajak, yaitu:

1. Hasil uji koefisien regresi variabel Tingkat Kesadaran Pajak (X1)

Hasil pengujian dari uji-t memperlihatkan bahwa variabel Tingkat Kesadaran Pajak memiliki nilai signifikansi sebesar $0,091 > 0,05$. Maka dapat diartikan H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya Tingkat Kesadaran Pajak secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli.

2. Hasil uji koefisien regresi variabel Mekanisme Pembayaran Pajak (X2)

Hasil pengujian uji-t dipeoleh bahwa variabel Mekanisme Pembayaran Pajak menunjukkan nilai signifikansi $0,036 < 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya Mekanisme Pembayaran Pajak secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli.

Analisis Korelasi Parsial

Untuk mengetahui analisis korelasi parsial pada penelitian ini dapat dilihat pada *output* yang disajikan dalam tabel 14.

Tabel 14.
 Hasil Analisis Korelasi Parsial

Correlations					
Control Variables		TKP	MPP	TTJB	
TP	TKP	Correlation	1.000	.172	-.164
		Significance (2-tailed)	.	.192	.214
		df	0	57	57
MPP	MPP	Correlation	.172	1.000	.068
		Significance (2-tailed)	.192	.	.609
		df	57	0	57
TTJB	TTJB	Correlation	-.164	.068	1.000

Control Variables	Correlations		
	TKP	MPP	TTJB
Significance (2-tailed)	.214	.609	.
df	57	57	0

a. Cells contain zero-order (Pearson) correlations.

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa nilai koefisien korelasi setelah adanya variabel kontrol sebesar -0,164. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tarif pajak memiliki hubungan yang sangat lemah dalam mempengaruhi variabel tingkat kesadaran pajak dan mekanisme pembayaran pajak terhadap variabel *traffic* transaksi jual beli. Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Pengaruh Tingkat Kesadaran Pajak Terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli pada *Online Shop* di Kota Padang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Tingkat Kesadaran Pajak secara sebagian memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli, dimana pada tabel 13 terlihat bahwa nilai dari signifikansi sebesar 0,091 yang artinya lebih besar dari 0,05. **H_1 ditolak** yang berarti dapat dinyatakan untuk variabel Tingkat Kesadaran Pajak tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli pada *online shop* yang ada di Kota Padang. Hal ini disebabkan karena mayoritas usaha yang berdiri kurang dari satu tahun, sehingga keuntungan yang didapatkan lebih difokuskan untuk biaya balik modal, peningkatan inovasi dan pengembangan usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Hikmah & Siringoringo (2018) yang menyatakan bahwa rendahnya kesadaran pelaku *e-Commerce* selaku WP memiliki pengaruh yang positif yang signifikan terhadap penghambat pengenaan pajak penghasilan pada pelaku usaha *e-commerce*. atau dapat dijelaskan bahwa Tingkat Kesadaran Pajak para pelaku usaha online di Kota Padang masih rendah terhadap usaha jual beli yang dilakukannya. Hal ini juga selaras dengan penelitian yang didapatkan oleh Rusmawanti & Wardani (2015) jika tingkat kesadaran pajak berpengaruh negatif dimana dengan rendahnya tingkat kesadarannya ini dipengaruhi oleh tingkat pemahaman yang rendah akan pajak, sehingga berpengaruh pada transaksi jual beli yang berlangsung.

Untuk meningkatkan transaksi jual beli melalui kesadaran pajak masyarakat, dapat dilakukan upaya sebagai berikut: 1) DJP diupayakan agar lebih gencar memberikan penyuluhan terhadap pentingnya pajak terhadap pembagunan, 2) Pelaku usaha UMKM hendaknya lebih peka terhadap kewajibannya, 3) DJP agar lebih mampu mendorong para pelaku UMKM untuk melakukan kewajibannya pajaknya, sehingga berimbas pada keuntungan yang didapan oleh pelaku UMKM dan konsumen.

Pengaruh Mekanisme Pembayaran Pajak Terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli pada *Online Shop* di Kota Padang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Mekanisme Pembayaran Pajak secara parsial memperlihatkan hasil yang positif tidak signifikan. Pada tabel 13 terlihat bahwa nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,036 atau lebih kecil dari 0,05. **H2 diterima** bahwa dapat disimpulkan Mekanisme Pembayaran Pajak berpengaruh secara signifikan terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli pada *online shop* yang ada di Kota Padang. Hal ini disebabkan karena para pelaku masih merasa bingung dan kurangnya pengetahuan akan bagaimana cara pembayaran pajak yang benar, baik secara konvensional maupun secara *online*. Sehingga ketika para pelaku usaha tidak memahami bagaimana cara pembayaran pajak yang benar, maka keinginan untuk tidak membayar pajak semakin tinggi dan tidak berpengaruh terhadap transaksi jual belinya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lado & Budiantara (2018) dimana pemahaman internet tidak dapat mendukung pengaruh Penerapan Sistem *E-filling* sebagai salah satu Mekanisme Pembayaran Pajak. Sedangkan menurut Yusdita (2017) menyebutkan jika masih banyak WP yang buta teknologi, apalagi saat ini sedang gencarnya sosialisasi mengenai *e-billing* dan masih rumitnya tata cara pembayaran pajak secara manual. Sehingga dapat diketahui jika Mekanisme Pembayaran Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli.

Untuk meningkatkan transaksi jual beli melalui mekanisme pembayaran pajak, maka dapat dilakukan beberapa upaya, yaitu: 1) Petugas pajak dapat melakukan penyuluhan terhadap para pelaku UMKM atau kepada konsumen bagaimana melakukan pembayaran pajak yang benar, 2) Memberikan informasi kepada para pelaku UMKM maupun konsumen tentang konsep pembayaran pajak secara online sehingga lebih meningkatkan kemudahan.

Pengaruh Tingkat Kesadaran Pajak dan Mekanisme Pembayaran Pajak Terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli pada *Online Shop* di Kota Padang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Tingkat Kesadaran Pajak dan Mekanisme Pembayaran Pajak secara bersama-sama memperlihatkan hasil yang signifikan. Hal ini disajikan pada tabel 12 yang memperlihatkan hasil uji signifikansi secara bersama-sama sebesar $0,036 < 0,050$. **H3 diterima** karena sebagian besar para pelaku UKM *online* sudah adanya kesadaran dan mekanisme pembayaran yang sudah cukup dipahami oleh para pelaku UKM *online*.

Menurut Iriani (2018) dari survey yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa para pelaku usaha kuliner *online* menyadari omset penjualan mereka meningkat setelah berintegrasi dengan Layanan Go-Food daripada sebelum bergabung dengan Layanan Go-Food. Hal ini dikarenakan bahwa Go-Food selalu mempromosikan makanan yang di produksinya secara menarik dan *continue*. Selain itu dari pihak BPS juga menjelaskan bahwa sektor perdagangan makanan dan minuman berkontribusi dalam menaikkan PDRB sehingga juga akan berdampak dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Hal ini juga diungkapkan oleh NSS & Rahoyo (2018) jika semakin tinggi pendapatan yang didapatkan dari sektor *e-commerce* juga akan meningkatkan jumlah pendapatan bidang kuliner. Namun karena kurangnya pengetahuan dan kesadaran akan

pajak, menjadikan sebagian besar masyarakat Indonesia masih tidak taat akan kewajiban pajaknya.

Pengaruh Tingkat Kesadaran Pajak dan Mekanisme Pembayaran Pajak Terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli dengan Tarif Pajak sebagai Variabel Kontrol pada *Online Shop* di Kota Padang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Tingkat Kesadaran Pajak dan Mekanisme Pembayaran Pajak secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli dengan Tarif Pajak sebagai variabel kontrol meskipun memiliki arah yang berlawanan. Pada tabel 14 terlihat bahwa nilai koefisien korelasi yang didapat sebesar -0,164. Sehingga dapat disimpulkan **H4 diterima**. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yudawirawan et al. (2021) yang menyimpulkan bahwa tarif pajak memiliki pengaruh terhadap transaksi suatu perusahaan. Besar atau kecilnya tarif pajak yang dikenakan atas suatu transaksi online akan berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan transaksi suatu barang atau jasa tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang diperoleh dan telah dijabarkan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Variabel Tingkat Kesadaran Pajak (X1) secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli. Variabel Mekanisme Pembayaran Pajak (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli. Variabel Tingkat Kesadaran Pajak dan Mekanisme Pembayaran Pajak secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli. Variabel Tingkat Kesadaran Pajak dan Mekanisme Pembayaran Pajak memiliki pengaruh terhadap *Traffic* Transaksi Jual Beli dengan Tarif Pajak sebagai variabel kontrol.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang ada, maka diharapkan para pelaku UMKM khususnya yang bergerak di bidang online secara sadar mau mendaftarkan diri dan membayarkan pajak yang harus dibayarnya sebagai wujud warga negara yang baik. Bagi pemerintah, dengan adanya penelitian ini, agar lebih aktif untuk melakukan sosialisasi dan memberikan pendidikan pajak kepada masyarakat agar tingkat kesadaran pajak masyarakat Indonesia meningkat dan mampu memberikan sumbangsih yang baik bagi Indonesia. Serta bagi penelitian selanjutnya, agar lebih mampu untuk melakukan penelitian yang lebih luas lagi sehingga mampu menghasilkan informasi yang lebih akurat mengenai *traffic* transaksi jual beli terkhusus dibidang *online* atau elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- agustina, L., Fayardi, A. O., & Irwansyah, I. (2018). Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online Dalam Platform E-Commerce. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2). [Https://Doi.Org/10.24002/Jik.V15i2.1320](https://doi.org/10.24002/jik.v15i2.1320)
- Anam, M. C., Andini, R., & Hartono. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Usaha Pekerjaan Bebas Sebagai Variabel Intervening (Studi Di Kpp Pratama Salatiga). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pandanaran*, 4(4).
- Arikunto, S. (2015). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- 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 Dan Bisnis*, 14(1), 62–71. [Https://Journal.Unilak.Ac.Id/Index.Php/Jieb/Article/Download/871/618](https://journal.unilak.ac.id/index.php/jieb/article/download/871/618)
- Cahyani, L. P. G., & Noviani, N. (2019). Pengaruh Tarif Pajak, Pemahaman Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *E-Jurnal Akuntansi*, 26(3), 1885–1911. [Https://Doi.Org/10.24843/Eja.2019.V26.I03.P08](https://doi.org/10.24843/Eja.2019.V26.I03.P08)
- Djp, T. E. (2016). *Kesadaran Pajak Dalam Perguruan Tinggi*. Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan Republik Indonesia. [Https://Edukasi.Pajak.Go.Id/Images/Buku_Pt/Materi_Terbuka/Bukumtkppt2.Pdf](https://edukasi.pajak.go.id/images/buku_pt/materi_terbuka/bukumtkppt2.pdf)
- Fitria, P. A., & Supriyono, E. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Persepsi Tarif Pajak, Dan Keadilan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Journal Of Economics And Banking (Econbank)*, 1(1), 47–54. [Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.35829/Econbank.V1i1.7](https://doi.org/10.35829/econbank.v1i1.7)
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(1), 52–62.
- Handayani, D., & Arfan, T. (2014). Pengaruh Transaksi Perusahaan Afiliasi Terhadap Tarif Pajak Efektif. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 7, 11–19.
- Hasanah, R. A. (2016). *Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce: Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shopping* [Universitas Islam Negeri Malang]. [Http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/10498/](http://etheses.uin-malang.ac.id/10498/)
- Hikmah, L. N., & Siringoringo, W. H. W. (2018). Analisis Faktor-Faktor Penghambat Penerimaan Pajak Penghasilan. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(1). [Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.32722/Eb.V17i1.1135](https://doi.org/10.32722/eb.v17i1.1135)
- Iriani, T. Y. (2018). *Analisis Dampak Layanan Go-Food Terhadap Omzet Penjualan Rumah Makan Di Kota Bandung* [Unpas Bandung]. [Http://Repository.Unpas.Ac.Id/33108/](http://repository.unpas.ac.id/33108/)
- Lado, Y. O., & Budiantara, M. (2018). Pengaruh Penerapan Sistem E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pegawai Negeri Sipil Dengan Pemahaman Internet Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Diy). *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 4(1), 59–84. [Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.26486/Jramb.V4i1.498](https://doi.org/10.26486/jramb.v4i1.498)
- Ningsih, A. S. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce. *E-Jra*, 08(01), 82–91.

- Nss, R. L. P., & Rahoyo. (2018). Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 20(2). [Https://Doi.Org/Http://Dx.Doi.Org/10.26623/Jdsb.V20i2.1243](https://doi.org/10.26623/Jdsb.V20i2.1243)
- Obert, S., Rodgers, K., Tendai, M. J., & Desderio, C. (2018). Effect Of E-Tax Filing On Tax Compliance: Case Of Clients In Harare, Zimbabwe. *African Journal Of Business Management*, 12(11), 338–342. [Https://Doi.Org/10.5897/Ajbm2018.8515](https://doi.org/10.5897/Ajbm2018.8515)
- Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. (2018).
- Priambodo, P., & Yushita, A. N. (2017). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sanksi Perpajakan, Dan Kesadaran Wajib Pajak, Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kabupaten Purworejo Pada Tahun 2017. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 5(5). [Http://Journal.Student.Uny.Ac.Id/Ojs/Index.Php/Profita/Article/View/9831](http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/profita/article/view/9831)
- Pris K, A., & Kiswara, E. (2010). *Dampak Dimensi Keadilan Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Badan* [Universitas Diponegoro]. [Http://Eprints.Undip.Ac.Id/22599/](http://eprints.undip.ac.id/22599/)
- Putri, A. D. E. (2016). Pengaruh Pemahaman, Tarif, Dan Tingkat Pendidikan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 3(2). [Https://Jimfeb.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jimfeb/Article/View/2019/1850](https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2019/1850)
- Putri, E., Purbasari, H., Handayani, M. T., & Ulynnuha, O. I. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kesadaran Kewajiban Perpajakan Pada Sektor Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(1), 80. [Http://Journals.Ums.Ac.Id/Index.Php/Reaksi/Article/View/5733](http://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/article/view/5733)
- Republika.Co.Id. (2018). *Wajib Pajak Laporan Spt Di Sumbar Masih Minim*. [Https://Www.Republika.Co.Id/Berita/P5w30y382/Wajib-Pajak-Lapor-Spt-Di-Sumbar-Masih-Minim](https://www.republika.co.id/berita/P5w30y382/wajib-pajak-laporan-spt-di-sumbar-masih-minim)
- Rusmawanti, S., & Wardani, D. K. (2015). Pengaruh Pemahaman Pajak, Sanksi Pajak, Dan Sensus Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi Yang Memiliki Usaha. *Jurnal Akuntansi*, 3(2), 75–91. [Https://Core.Ac.Uk/Download/Pdf/267896553.Pdf](https://core.ac.uk/download/pdf/267896553.pdf)
- Sari, D. P., Putra, R. B., Fitri, H., Ramadhanu, A., & Putri, F. C. (2019). Pengaruh Pemahaman Pajak, Pelayanan, Aparat Pajak, Sanksi Perpajakan, Dan Preferensi Risiko Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Umkm Toko Elektronik Di Kecamatan Sitiung Dharmasraya). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 1(2). [Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.47233/Jteksis.V1i2.46](https://doi.org/10.47233/jteksis.V1i2.46)
- Sari, P. I. P., & Elfiswandi. (2019). Analisis Kontribusi Pajak Mobil LCGC Terhadap Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor Sumatera Barat. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 6(2). [Http://Dx.Doi.Org/10.17977/Um004v6i22019p309](http://dx.doi.org/10.17977/um004v6i22019p309)
- Siat, C. C., & Toly, A. A. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Membayar Pajak Di Surabaya. *Tax & Accounting Review*, 1(1). [Http://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/Akuntansi-Pajak/Article/View/440](http://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-pajak/article/view/440)
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Susilawati, K. E., & Budiarta, K. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengathuan Pajak, Sanksi Perpajakan Dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(2), 345–357.

- https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/50954490/jurnal__inter_1_v.pdf?1482092368=&Response-Content-Disposition=inline%3b+filename%3djurnal_inter_1_v.pdf&Expires=1607702782&Signature=Cqlcffjyedun~Cfsncgr48dzdqze6y~Ajxlviggbvx5zta5wmtawqejxjprqaimsoxvq2abcb
- Wahyuningsih, T. (2016). *Pengaruh Pemahaman Pajak, Tarif Pajak, Mekanisme Pembayaran Pajak, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Bidang Mebel Di Surakarta* [Institut Agama Islam Negeri Surakarta]. <https://core.ac.uk/download/pdf/296469763.pdf>
- Widowati, H. (2019). Indonesia Jadi Negara Dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat Di Dunia. In *Databoks.Katadata.Co.Id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>
- Www.Industri.Kontan.Co.Id. (2019). *Pt Go-Jek Indonesia Sebut Mitra Go-Food Bertambah 80% Selama 2018*. <https://industri.kontan.co.id/news/pt-go-jek-indonesia-sebut-mitra-go-food-bertambah-80-selama-2018>
- Www.Liputan6.Com. (2017). *Ditjen Pajak: Banyak Pelaku Bisnis Online Yang Tak Bayar Pajak*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3083079/ditjen-pajak-banyak-pelaku-bisnis-online-yang-tak-bayar-pajak#>
- Www.Pajak.Go.Id. (2019). *Rencana Strategis Tahun 2015-2019*. <https://www.pajak.go.id/id/rencana-strategis-2015-2019-direktorat-jenderal-pajak>
- Yudawirawan, M. Y., Yanuar, Y., & Hamdy, S. (2021). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Dan Transfer Hubungan Istimewa Terhadap Tarif Pajak Efektif Perusahaan. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management, And Business*, 4(1).
- Yusdita, E. E. (2017). Studi Interpretif Untuk Memahami Perilaku Keengganan Menggunakan E-Billing. *Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 6(1), 85–92. <https://doi.org/http://doi.org/10.25273/jap.v6i1.1295>