

Pengaruh Kesadaran Membayar Pajak, Pemahaman Pajak *E-Commerce*, Pelayanan Fiskus Terhadap Kemauan Membayar Pajak

Sapta Setia Darma
Universitas Pamulang
saptasdarma@gmail.com

Hanania
Universitas Pamulang
hnia4934@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran membayar pajak, pemahaman pajak *e-commerce*, pelayanan fiskus terhadap kemauan membayar pajak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer. Populasi penelitian ini adalah wajib pajak UMKM di KPP Pratama Kosambi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Teknis analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan menggunakan bantuan software aplikasi IBM SPSS Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran Membayar Pajak, Pemahaman Pajak *e-commerce*, Pelayanan Fiskus berpengaruh secara simultan terhadap Kemauan Membayar Pajak. Penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Kesadaran Membayar Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kemauan Membayar Pajak, Pemahaman Pajak *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap Kemauan Membayar Pajak, Pelayanan Fiskus berpengaruh signifikan terhadap Kemauan Membayar Pajak.

Kata Kunci : Kesadaran Membayar Pajak, Pemahaman Pajak *E-Commerce*, Pelayanan Fiskus, Kemauan Membayar Pajak

Abstract

This research aims to examine the effect of tax awareness, e-commerce tax understanding, and fiscus services on tax willingness. This study uses a quantitative approach with primary data. The population of this study is MSME taxpayers at KPP Pratama Kosambi. The number of samples in this study was 100 respondents with the accidental sampling method. Data collection was carried out through questionnaires. The data analysis technique used in this study was multiple linear

regression and used the assistance of IBM SPSS Version 26 application software. The results of the study indicate that Tax have a simultaneous effect on Tax Willingness. Partial research shows that Tax Awareness has a significant effect on Tax Willingness, E-commerce Tax Understanding has a significant effect on Tax Willingness, Fiscus Services has a significant effect on Tax Willingness.

Keywords : Tax Awareness, E-Commerce Tax Understanding, Fiscus Services, Tax Willingness.

Pendahuluan

Saat ini, pajak merupakan sumber utama pendapatan dalam negeri Indonesia. “Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan, dalam pasal 1 berbunyi bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan pembangunan nasional dan kemakmuran rakyat”. Peran pajak terbesar yaitu dalam pembiayaan pembangunan yang terdiri dari berbagai aliran penerimaan APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) (Tyas, dkk, 2023).

“(Resmi, 2017), terdapat dua fungsi pajak yaitu fungsi *budgetair* (sumber keuangan negara) artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran baik rutin maupun pembangunan. Fungsi selanjutnya *regulerend* (mengatur) artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi, dan mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan”. Tujuan penerimaan dari pajak tidak langsung adalah untuk meningkatkan kesejahteraan juga kemakmuran masyarakat.

Direktorat Jenderal Perpajakan (DJP), PPh adalah pengenaan pajak atas penghasilan wajib pajak orang pribadi atau badan yang diterima dalam satu tahun pajak. Sumber penerimaan pph berasal dari banyak sektor salah satunya berasal dari sektor UMKM yang dikenakan pph final (Idris 2021). Jika melihat dari data 2020, DJP Kemenkeu mencatat “sebanyak 58 juta Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) masih belum melakukan kewajibannya untuk membayar pajak. Diketahui bahwa dari banyaknya Usaha Mikro, Kecil, Menengah, baru sekitar 2 juta dari total 60 juta UMKM di Indonesia yang sudah terdaftar sebagai wajib pajak dan membayar pajak kepada negara” (Tommy 2021). Pada 2021, UKM dan Kemenkop juga menilai jika kontribusi UMKM atas pembayaran pajak masih perlu diperbanyak. Deputy Bidang UKM Hanung Harimba Rochman dan UKM Kementerian Koperasi mengatakan “kontribusi UMKM terhadap domestik bruto (PDB) memang tercatat lebih dari 60%, tetapi setoran pajaknya masih tergolong sangat kecil. Banyaknya jumlah UMKM yang tersebar di Indonesia seharusnya bisa lebih memberikan pengaruh baik terhadap penyerapan pajak namun pada realisasinya jauh dari harapan”.

Theory Of Planned Behaviour (TPB) merupakan suatu teori yang meneliti bagaimana perilaku manusia dihasilkan. Ketika seseorang individu memiliki motivasi atau keyakinan untuk bertindak dengan cara tertentu. “(Ajzen 1991) menyatakan bahwa tingkah laku yang ditampilkan seseorang dipengaruhi oleh *intention* (niat) untuk berperilaku. Keterkaitan teori perilaku terencana dengan penelitian ini adalah salah satunya karena kemauan membayar untuk pajak sangat berkaitan dengan persepsi wajib pajak dalam membuat penilaian terhadap pajak itu sendiri”.

Salah satu kunci untuk meningkatkan penerimaan pajak dalam mencapai kemakmuran masyarakat yaitu kemauan untuk membayar pajak. Aspek dalam hal ini difokuskan pada individu atas kesadaran melakukan pembayaran pajak, pengetahuan yang dimiliki mengenai aturan perpajakan dan pelayanan fiskus yang diberikan (Hartati & Kartika, 2019). Mengingat jumlah wajib pajak potensial terus meningkat setiap tahunnya. Apabila semua wajib pajak memahami kewajibannya untuk membayar pajak, maka penerimaan negara dari pajak akan terus meningkat.

Negara ini berkembang tidak lepas dari kesadaran warganya dalam membayar pajak. Karena sadar membayar pajak dapat dilihat sebagai salah satu sikap perilaku yang menguntungkan negara. Istilah “kesadaran” dalam perpajakan mengacu pada wajib pajak untuk sadar mengetahui dan memahami jika pajak harus dibayarkan sesuai ketentuan.

Pemahaman dari wajib pajak, khususnya atas peraturan pemerintah, penting bagi wajib pajak dengan memiliki pemahaman menyeluruh tentang kewajiban membayar pajak dan peraturan perpajakan cenderung mampu melaksanakan kewajibannya. Pemahaman pada peraturan perpajakan berlaku bagi semua wajib pajak, termasuk pekerja, dan pengusaha, serta pelaku usaha *e-commerce*.

Kemauan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya ditentukan dari seberapa baik petugas pajak melayani wajib pajak. Layanan fiskus adalah proses dimana petugas membantu memenuhi kebutuhan wajib pajak dengan menyiapkan dan melengkapi semua dokumen yang diperlukan.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh kesadaran membayar pajak terhadap kemauan membayar pajak, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemahaman pajak *e-commerce* terhadap kemauan membayar pajak, mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan fiskus terhadap kemauan membayar pajak dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kesadaran membayar pajak, pemahaman pajak *e-commerce*, pelayanan fiskus terhadap kemauan membayar pajak.

Penelitian yang dilakukan peneliti memiliki perbedaan dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh (Nurahma & Kumala, 2022) dengan variabel kesadaran, pemahaman, dan kualitas pelayanan terhadap kemauan membayar pajak, wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Bekasi Utara yang mana pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada wajib pajak UMKM orang pribadi maupun badan di KPP Pratama Kosambi.

Metode

Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif data primer dengan pendekatan rumusan masalah analisis deskriptif. Adapun pengertian deskriptif “(Sugiyono, 2019) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum”.

Kemauan Membayar Pajak

Dalam variabel dependen yang digunakan yaitu kemauan membayar pajak. Kemauan membayar pajak adalah pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan negara yang diharapkan dalam pemenuhannya dilakukan secara sukarela. Indikator kemauan membayar pajak “(Hardiningsih, 2011) antara lain yaitu konsultasi sebelum melakukan pembayaran pajak, informasi mengenai cara dan tempat pembayaran pajak, informasi mengenai batas waktu pembayaran pajak, membuat alokasi dana untuk membayar pajak, dan merelakan sejumlah nilai untuk membayar pajak”.

Kesadaran Membayar Pajak

Kesadaran membayar pajak diartikan sebagai sikap moral berusaha taat pada semua peraturan yang telah ditetapkan. Indikator kesadaran membayar pajak “(Hardiningsih, 2011) diantaranya pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara, penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak sangat merugikan negara, pajak ditetapkan dengan undang-undang dan dapat dipaksakan, pemungutan pajak sesungguhnya juga dirasakan oleh mereka sendiri tapi tidak secara langsung dinikmati oleh para wajib pajak, membayar pajak akan terbentuk rencana untuk kemajuan kesejahteraan rakyat, dan membayar pajak tidak sesuai dengan yang seharusnya dibayar akan merugikan negara”.

Pemahaman Pajak E-commerce

Dengan bertambahnya pemahaman individu wajib pajak, maka tingkat kemauan untuk membayar pajak akan menjadi semakin tinggi. Indikator pemahaman peraturan perpajakan menurut penelitian yang dilakukan oleh “(Siregar, 2022) antara lain seperti kepemilikan NPWP, pengetahuan dan pemahaman mengenai hak dan kewajiban sebagai wajib pajak, pengetahuan dan pemahaman mengenai sanksi perpajakan, pengetahuan dan pemahaman mengenai PTKP, PKP, dan tarif pajak, wajib pajak mengetahui dan memahami peraturan perpajakan melalui sosialisasi yang dilakukan oleh KPP, wajib pajak memahami peraturan pajak melalui training pajak yang mereka ikuti”.

Pelayanan Fiskus

Dalam bidang jasa yang diutamakan adalah pelayanan atau *service* yang baik sehingga itu akan berpengaruh jangka panjang. Indikator pelayanan fiskus “(Rahmadiyahsyah 2014) anatara lain seperti prosedur administrai pajak dibuat sederhana agar mudah dipahami oleh semua wajib pajak, fiskus sukarela membantu kesulitan wajib pajak (besedia memberikan penyuluhan), fiskus diharapkan memiliki kompetensi skill, knowledge, experience dalam hal kebijakan perpajakan, administrasi pajak, dan perundang-undangan, fiskus dalam pelayanannya dilakukan dengan cepat dan tangkas, fiskus senantiasa menjaga kerapian dalam berpenampilan, serta fiskus bekerja secara transparan”.

Perlunya analisis kuantitatif setiap jawaban akan menerima skor atau bobot yang berbeda, yang menghasilkan lima kategori jawaban, yaitu :

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

Sumber: Sugiyono, 2016:94

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data melibatkan penyebaran kuesioner kepada wajib pajak UMKM di KPP Pratama Kosambi menggunakan *google form* guna memperoleh data primer yang diinginkan. Penentuan sampel yang dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2016), yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Proprsri kelongaran untuk ketidakakuratan yang disebabkan oleh kesalahan sampel yang diambil masih dapat diterima atau dibiarkan yaitu 10% = 0,1

Total sampel yang diperlukan:

$$n = \frac{6.094}{1 + 6.094 (0,1)^2}$$

$$n = 98,38$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan) (Kusumayanti \& Suprasto, 2019).}$$

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase %
Pria	30	30%
Wanita	70	70%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Sebagian besar responden yang mengisi kuesioner pada penelitian ini didominasi oleh wanita sebesar 70%.

Usia	Frekuensi	Presentase%
0-20 tahun	4	4%
20-40 tahun	78	78%
40-60 tahun	18	18%
Diatas 60 tahun	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Usia responden sebagian besar adalah 20-40 tahun (78%).

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase %
SD	0	0
SLTP	0	0
SLTA	36	36%
Diploma	13	13%
Sarjana	51	51%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Pendidikan terakhir responden didominasi oleh sarjana dengan presentase 51%.

Lama Usaha	Frekuensi	Presentase %
1 - 5 tahun	76	76%
6 - 10 tahun	19	19%
11 - 15 tahun	1	1%
Diatas 15 tahun	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Menurut statistik dari penelitian ini, mayoritas responden telah menjalankan bisnis selama 1-5 tahun (76%).

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel independen yang digunakan adalah kesadaran membayar pajak, pemahaman pajak e-commerce, pelayanan fiskus dengan variabel dependennya yaitu kemauan membayar pajak.

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kesadaran Membayar Pajak (X1)	100	28	60	51.92	4.322
Pemahaman Pajak E-Commerce (X2)	100	38	60	52.30	4.041
Pelayanan Fiskus (X3)	100	42	60	53.37	3.642
Kemauan Membayar Pajak (Y)	100	35	50	43.80	3.002
Valid N (listwise)	100				

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Sumber: IBM SPSS Versi 26

Dideskripsikan bahwa jumlah responden (N) sebanyak 100 dan responden tersebut menyatakan :

1. Variabel “Pengaruh Kesadran Membayar Pajak memiliki nilai minimum 28, nilai maksimum 60, nilai mean 51.92 dengan standar deviasi 4.322”.
2. Hasil dari “Pemahaman Pajak *E-Commerce* memiliki nilai minimum 38, nilai maksimum 60, nilai mean 52.30 dengan standar deviasi 4.041”.
3. Variabel “Pelayanan Fiskus memiliki nilai minimum 42, nilai maksimum 60, nilai mean 53.37 dengan standar deviasi 3.642”.
4. Hasil “Kemauan Membayar Pajak memiliki nilai minimum 35, nilai maksimum 50, nilai mean 43.80 dengan standar deviasi 3.002”.

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Pengolahan data uji normalitas dengan *software* SPSS versi 26 memiliki hasil:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	181.527.354
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.039
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.162 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas
Sumber: IBM SPSS Versi 26

Nilai sig. (2-tailed) 0,162 dan nilai *Kolmogorov Smirnov Test* sebesar 0,76 berdasarkan temuan uji normalitas pada tabel sebelumnya terbukti nilai signifikan $0,162 > 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai sisa data penelitian mengikuti distribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui adanya problem multikol, dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance Variance Inflation (VIF)* serta besaran kolerasi antar variabel *independent*.

Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF 10.

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Kesadaran Membayar Pajak (X1)	0.474	2.111	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Pemahaman Pajak E-Commerce (X2)	0.435	2.298	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Pelayanan Fiskus (X3)	0.678	1.475	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas
Sumber: IBM SPSS Versi 26

Semua variabel independen, memiliki nilai toleransi yaitu $> 0,10$ yang artinya korelasi antara variabel independen tidak ditemukan dan dilihat dari hasil *Tolerance Variance Factor (VIF)* yang diperoleh, maka variabel bebas yang diujikan nilainya < 10 . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel pada penelitian ini.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Tidak adanya gejala heteroskedastisitas merupakan salah satu syarat utama terjadinya regresi. Berikut temuan uji spearman rho terhadap uji heteroskedastisitas:

Model	Sig	Batas	Keterangan
Kesadaran Membayar Pajak (X1)	0,083	0,05	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Pemahaman Pajak E-Commerce (X2)	0,719	0,05	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Pelayanan Fiskus (X3)	0,687	0,05	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Spearman rho)
Sumber: IBM SPSS Versi 26

Dengan hasil sebesar 0,083 dimana $0,083 > 0,05$ artinya bahwa ada hubungan signifikan antara variabel bebas x1 terhadap kemauan membayar pajak. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang cukup besar antara kemauann membayar pajak dengan pengetahuan pajak *e-commerce*, dengan nilai $0,719 > 0,05$. Terdapat hubungan yang cukup besar antara pelayanan pelayanan pajak dengan kemauan membayar pajak, dengan nilai $0,687 > 0,05$.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Berikut hasil uji regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan *software SPSS* versi 26:

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.011	2.964		2.028	.045		
	Kesadaran Membayar pajak (X1)	.234	.062	.338	3.764	.000	.474	2.111
	Pemahaman Pajak E-Commerce (X2)	.100	.069	.134	1.433	.155	.435	2.298
	Pelayanan Fiskus (X3)	.382	.062	.464	6.190	.000	.678	1.475
a. Dependent Variable: Kemauan Membayar Pajak (Y)								

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Sumber: IBM SPSS Versi 26

Dapat dilihat nilai konstanta 6.011 serta koefisien regresi masing-masing sebesar 0,234; 0,100; 0,382 jika dibuat persamaan hasil regresi sebagai berikut:

$$Y = 6.011 + 0,234 X1 + 0,100 X2 + 0,382 X3$$

Persamaan diatas diketahui:

- 6.011 sebagai nilai konstanta variabel (bebas), maka variabel (terikat) akan senilai 6.011 satuan.
- Jika kenaikan satu satuan terjadi pada pengaruh variabel kesadaran, maka nilai kemauan membayar pajak akan naik sebesar 0,234 satuan dan sebaliknya.
- Nilai koefisien regresi, pemahaman pajak *e-commerce* sebesar 0,100 yang berarti bahwa andai terjadi penambahan satu satuan pada pengaruh pemahaman pajak *e-commerce* maka nilai dari variabel terikat, kemauan membayar pajak akan naik dan sebaliknya.
- Koefisien dari regresi pelayanan fiskus, bernilai 0,382 yang artinya apabila ada kenaikan satuan pada pengaruh pelayanan fiskus maka nilai variabel terikat akan naik 0,382 satuan dan sebaliknya.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted r²)

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.634	.623	1.843
a. Predictors: (Constant), Kesadaran Membayar Pajak (X1), Pemahaman Pajak E-Commerce (X2), Pelayanan Fiskus (X3)				
b. Dependent Variable: Kemauan Membayar pajak (Y)				

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted r²)

Sumber: IBM SPSS Versi 26

Pada tabel diatas, adjusted r^2 sebesar 0.623 (62,3%) menunjukkan kemauan membayar pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kosambi dipengaruhi oleh pengaruh kesadaran membayar pajak, pemahaman pajak e-commerce dan pelayanan fiskus. Sedangkan sisanya sebesar 37,7% dipengaruhi faktor lain yang pada penelitian ini tidak dihipotesiskan.

Hasil Uji Parsial dengan Uji T

1. “ (Ghozali, 2018) mengatakan bahwa pengujian signifikansi parameter individual dapat mempengaruhi apakah variabel bebas secara individual dapat mempengaruhi variabel terikat dengan asumsi variabel independent lainnya secara konstan”.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.953	2.742		7.278	.000		
	Kesadaran Membayar Pajak (X1)	.459	.053	.661	8.728	.000	1.000	1.000
	(Constant)	19.283	3.053		6.317	.000		
	Pemahaman Pajak E-Commerce (X2)	.469	.058	.631	8.055	.000	1.000	1.000
	(Constant)	12.858	3.165		4.063	.000		
	Pelayanan Fiskus (X3)	.580	.059	.703	9.798	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kemauan Membayar Pajak (Y)

Tabel 7. Uji Parsial dengan Uji T

Sumber: IBM SPSS Versi 26

Hasil Uji Signifikansi dengan Uji F

1. “ (Ghozali, 2018) uji statistik f ini digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat”.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	565.773	3	188.591	55.497	.000 ^b
	Residual	326.227	96	3.398		
	Total	892.000	99			

a. Dependent Variable: Kemauan Membayar Pajak (Y)

b. Predictors: (Constant), Kesadaran Membayar Pajak (X1), Pemahaman Pajak E-Commerce (X2), Pelayanan Fiskus (X3)

Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi dengan Uji F

Sumber : IBM SPSS Versi 26

Nilai f hitung sebesar 55.497, nilai f tabel pada signifikan 5% yaitu 2,70. f hitung lebih besar dari f tabel ($55.497 > 2,70$). Tabel diatas menyatakan nilai sig. sebesar 0,000 menunjukkan bahwa pengaruh kesadaran membayar pajak, pemahaman pajak *e-commerce* dan pelayanan fiskus secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kemauan membayar pajak. Hal ini disebabkan nilai sig. $0,000 < 0,05$.

Pembahasan

Pengaruh Kesadaran Membayar Pajak, Pemahaman Pajak *E-Commerce*, Pelayanan Fiskus Terhadap Kemauan Membayar Pajak

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah “Kesadaran Membayar Pajak, Pemahaman Pajak *E-Commerce*, Pelayanan Fiskus secara bersama berpengaruh terhadap Kemauan Membayar Pajak diterima. Koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,234, 0,100, dan 0,382, serta F hitung yang dihasilkan sebesar 55,497, sedangkan F tabel sebesar 2.7, sehingga dapat diketahui nilai F hitung lebih besar apabila dibandingkan dengan F tabel yaitu ($55,497 > 2.7$) pada signifikan 5%. Selain itu, nilai signifikan kesadaran membayar pajak terhadap kemauan membayar pajak yaitu sebesar 0,000 yang artinya nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai signifikan Pemahaman Pajak *E-Commerce* terhadap Kemauan Membayar Pajak yaitu sebesar 0,000 yang artinya nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) serta nilai pelayanan fiskus terhadap Kemauan Membayar Pajak yaitu sebesar 0,000 yang artinya nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Kesadaran Membayar Pajak, Pemahaman Pajak *E-Commerce*, Pelayanan Fiskus bersama-sama berpengaruh terhadap Kemauan Membayar Pajak”.

Hasil penelitian sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa kemampuan untuk mengetahui perpajakan akan membuat wajib pajak termotivasi untuk meningkatkan kemauannya dalam menjalankan kewajibannya, kesadaran dan pemahaman wajib pajak merupakan faktor yang paling penting, serta pelayanan fiskus yang diberikan oleh petugas pajak menjadi kunci kesuksesan dalam meningkatkan penerimaan pajak dalam mencapai kemakmuran masyarakat, faktor tersebut timbul dalam diri wajib pajak maupun orang lain untuk yaitu membayarkan kewajibannya.

Pengaruh Kesadaran Membayar Pajak Terhadap Kemauan Membayar Pajak

Hipotesis untuk pengujian ini hasilnya menunjukkan bahwa koefisien regresi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dinyatakan bahwa Kesadaran Membayar Pajak dapat meningkatkan Kemauan Membayar Pajak UMKM di KPP Pratama Kosambi. Ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) “kesadaran membayar pajak adalah suatu bentuk sikap moral yang bisa memberikan sebuah kontribusi kepada negara untuk menunjang pembangunan negara dan wajib pajak memiliki kontrol berperilaku yang tinggi akan kesadaran membayar pajak, maka kehendak untuk melakukan perilaku taat pajak pun tinggi”. Hal tersebut

menjelaskan bahwa semakin besar kesadaran membayar pajak seseorang maka akan terpenuhinya kewajiban perpajakan.

Penelitian yang dilakukan sejalan dengan (Nurahma & Kumala, 2022), (Tyas, dkk, 2023), (Hartati & Kartika 2019), yang menyatakan bahwa kesadaran membayar pajak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak. Sebaliknya, penelitian tidak sejalan dengan (Ulfa, dkk, 2021), yang menyatakan bahwa kesadaran membayar pajak tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak.

Pengaruh Pemahaman Pajak E-Commerce Terhadap Kemauan Membayar Pajak

Pengujian hipotesis berdasarkan yang dilakukan oleh penulis bahwa dapat dilihat dari koefisien regresi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dinyatakan bahwa Pemahaman Pajak E-Commerce dapat meningkatkan Kemauan Membayar Pajak UMKM di KPP Pratama Kosambi.

Hasil penelitian juga sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) bahwa “pemahaman pajak e-commerce adalah proses keyakinan individu akan hasil dari suatu perilaku, pemerintah membuat peraturan mengenai usaha dibidang e-commerce dan mengharapkan para pelaku dapat memahami peraturan tersebut”. Apabila wajib pajak memahami dan mempertimbangkan sanksi perpajakan, maka akan memiliki keyakinan mengenai pentingnya membayar pajak.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian oleh (Rosaline, 2018), (Siregar, dkk, 2022), yang hasilnya bahwa pemahaman pajak e-commerce berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan (Ramadhan, 2019), bahwa pemahaman pajak e-commerce tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak.

Pengaruh Pelayanan Fiskus Terhadap Kemauan Membayar Pajak

Hipotesis selanjutnya dilihat dari koefisien regresi $0,000 < 0,05$. Demikian dinyatakan bahwa Pelayanan fiskus dapat meningkatkan Kemauan Membayar Pajak UMKM di KPP Pratama Kosambi.

Hasil penelitian juga sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) bahwa “pelayanan fiskus adalah harapan normatif orang lain (keyakinan) dan motivasi untuk memenuhi hal tersebut, apabila fasilitas yang diberikan oleh petugas pajak memenuhi kewajiban perpajakan mereka, maka pelayanan bermutu akan terwujud”. Pelayanan fiskus berpengaruh terhadap kemauan wajib pajak karena dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman wajib pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan dilakukannya penelitian oleh (Muhroni 2018), (Ulfa, dkk, 2021), yang menyatakan bahwa pelayanan fiskus berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak, sebaliknya yang menyatakan pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak (Selviana & Khairani, 2018).

Kesimpulan

1. Kesadaran Membayar Pajak, Pemahaman Pajak *e-commerce*, Pelayanan Fiskus secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kemauan Membayar Pajak pada UMKM di KPP Pratama Kosambi.
2. Kesadaran Membayar Pajak secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kemauan Membayar Pajak pada UMKM di KPP Pratama Kosambi.
3. Pemahaman Pajak *e-commerce* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kemauan Membayar Pajak pada UMKM di KPP Pratama Kosambi.
4. Layanan fiskus mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap kemauan membayar pajak UMKM di KPP Pratama Kosambi.

Saran

Peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk pihak KPP Kosambi diharapkan tetap mempertahankan juga meningkatkan kesadaran, pemahaman dan pelayanan untuk wajib pajak UMKM dalam membayar pajak.
2. Untuk peneliti selanjutnya disarankan memperbanyak jumlah responden, memperluas ruang lingkup penelitian agar hasil penelitian memiliki cakupan yang lebih luas.
3. Kepada peneliti berikutnya diharapkan menambahkan variabel yang tidak terdapat pada penelitian ini supaya penelitian yang dilakukan dapat terus berkembang.
4. Bagi wajib pajak UMKM melakukan kewajiban membayar pajaknya untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan usaha.

Daftar Pustaka

- Ajzen, Icek. 1991. "The Theory of Planned Behavior." *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*: 438-59.
- Ghozali, I. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiningsih, Pancawati, and Nila Yulianawati. 2011. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak." 3(1): 126-43.
- Hartati, Sri, and Rosalina Anindia Sari Kartika. 2019. "Pengaruh Kesadaran Membayar Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Pengetahuan Dan Pemahaman Tentang Peraturan Perpajakan Terhadap Kemauan Membayar Pajak Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pajak Pratama Purwokerto." 12, No. 2.
- Idris. 2021. "Apa Itu UMKM: Pengertian, Kriteria Dan Contohnya." <https://money.kompas.com/read/2021/03/26/153202726/apa-itu-umkm-pengertian-kriteria-dan-contohnya?page=all>.
- Kusumayanti, i. o, and H. Suprasto. 2019. "Pengaruh Penerapan E-Filling, Sosialisasi Perpajakan, Kinerja Account Representative Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajibn Pajak Orang Pribadi." *e-jurnal akuntansi* 28(1):

491-518.

- Muhroni. 2018. "Pengaruh Program Tax Amnesty, Sanksi Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kemauan Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi." *Jurnal Ekobis Dewantara* 1(8): 98-113.
- Nurahma, Widi, and Ratih Kumala. 2022. "Pengaruh Kesadaran, Pemahaman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kemauan Membayar Pajak, Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kpp Pratama Bekasi Utara." *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik* 2(1): 105-13.
- Rahmadiyansyah, Dimas. 2014. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Memenuhi Kewajiban Membayar Pajak." *Jurnal e-Perpajakan* 1(1).
- Ramadhan, Rachmad Putra. 2019. "Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Pelayanan Fiskus, Persepsi Efektivitas Sistem Perpajakan Terhadap Kemauan Membayar Pajak (Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jayapura)." 14: 36-53.
- Resmi, Siti. 2017. *Perpajakan - Teori Dan Kasus (Edisi Ke 10 Buku 1)*. 10th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Rosaline, Amelia. 2018. "Pengaruh Pemahaman Dan Kesadaran Pelaku E-Commerce Terhadap Kemauan Membayar Pajak." *Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga*: 1-30.
- Selviana, Esmi, and Siti Khairani. 2018. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wajib Pajak Membayar Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Palembang Seberang Ulu)." *STIE MDP*: 1-15.
- Siregar, Nova Sriani, Sri Lestari Hendrayati, and Rini Oktavia. 2022. "Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kemauan Membayar Pajak Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Ariabel Moderasi." *Balance: Media Informasi Akuntansi dan Keuangan* 14(1): 45-56.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cetakan Ke-24*. Bandung: Alfabeta.
- — —. 2019. *Alphabet Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung.
- Tommy. 2021. "Rasio UMKM Taat Pajak Sejauh Apa Kesadaran Pajak Di Sektor UMKM?" <https://www.sobatpajak.com>.
- Tyas, Karunia Zuraidaning, Fitriana, Aning. 2023. "Pengaruh Kesadaran Membayar Pajak, Pengetahuan Perpajakan Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kemauan Membayar Pajak." *jurnal ilmiah akuntansi* 4, No. 1: 143.
- Ulfa, Mariya, H. M. Sodik, and Zainudin. 2021. "Pengaruh Kesadaran Membayar Pajak, Pengetahuan, Pemahaman Perpajakan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kemauan Membayar Pajak." *The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business (Wnceb)*: 643-54.
- Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan.