

STUDI EKSPERIMEN TENTANG KEPATUHAN PAJAK *E-COMMERCE*: PERAN PENGETAHUAN PAJAK DAN PERSEPSI ATAS PERILAKU WAJIB PAJAK LAIN

Febriani¹, Puji Rahayu², Fitria Magdalena Suprpto³

¹²³ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kediri

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juli, 2025

Revised Juli, 2025

Accepted Juli, 2025

Available online Juli, 2025

inifebriani272@gmail.com,
pujirahayu@uniska-kediri.ac.id,
fitria.magdalena@uniska-kediri.ac.id

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh peran pengetahuan pajak dan persepsi atas perilaku wajib pajak lain terhadap kepatuhan pajak *e-commerce*. Berdasarkan pada data eksperimen dengan desain 2x2 faktorial antar subyek yang diberikan manipulasi pengetahuan yang tinggi cenderung lebih patuh dibandingkan dengan wajib pajak yang memiliki pengetahuan pajak yang rendah, begitu pula dengan persepsi wajib pajak lain cenderung menunjukkan tingkat kepatuhan yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan wajib pajak lain tidak patuh. Terakhir, hasil interaksi menunjukkan bahwa kedua variabel tidak signifikan. Hal tersebut mengimplikasikan bahwa pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan tidak signifikan dimoderasi atau diperkuat oleh persepsi terhadap perilaku wajib pajak lain dan begitu pula sebaliknya.

Kata Kunci: Kepatuhan Pajak *E-Commerce*; Pengetahuan Pajak; Persepsi atas Perilaku Wajib Pajak Lain

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of the role of tax knowledge and perceptions of the behavior of other taxpayers on tax compliance.e-commerce. Based on experimental data with a 2x2 factorial design between subjects given high knowledge manipulation tend to be more compliant compared to taxpayers with low tax knowledge, likewise, perceptions of other taxpayers tend to show a much higher level of compliance compared to other taxpayers who are not compliant. Finally, the interaction results show that both variables are insignificant. This implies that the effect of tax knowledge on compliance is not significantly moderated or strengthened by perceptions of the behavior of other taxpayers and vice versa.

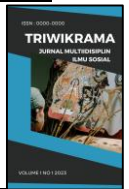
Keywords: Tax Compliance*E-Commerce*; Tax Knowledge; Perception of Other Taxpayer Behavior

1. PENDAHULUAN

Pemanfaatan teknologi pada era digital tidak lagi terbatas pada kebutuhan komunikasi, melainkan telah diintegrasikan secara luas oleh berbagai organisasi guna meningkatkan efisiensi dan produktivitas operasional, termasuk dalam aktivitas perdagangan barang maupun jasa secara daring (Amornkitvikai et al., 2022). Proses transaksi jual beli yang memanfaatkan jaringan internet dikenal dengan istilah *electronic commerce* (*e-commerce*), yang merupakan salah satu cakupan yang lebih luas, yaitu *electronic business*. Sebagai konsekuensi dari perkembangan teknologi informasi,

*Corresponding author

E-mail addresses: inifebriani272@gmail.com



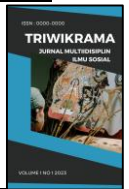
e-commerce terus mengalami pertumbuhan pesat, didorong oleh perubahan perilaku konsumen serta penetrasi internet yang semakin luas. Sejalan dengan hal tersebut, transformasi digital melalui *e-commerce* mendorong terjadinya perubahan model bisnis tradisional menjadi lebih adaptif terhadap teknologi. Sebagaimana dijelaskan oleh Laudon Guercio (2020), perusahaan yang mengimplementasikan sistem *e-commerce* cenderung lebih mampu merespon dinamika pasar secara *real time* dan membangun interaksi pelanggan yang lebih intensif. Oleh karena itu, integrasi teknologi digital menjadi elemen vital dalam pembangunan ekosistem bisnis yang berkelanjutan.

Pertumbuhan signifikan dalam pemanfaatan teknologi digital juga tercermin dari perkembangan ekonomi digital Indonesia. Menurut laporan *e-Conomy SEA* (2024), nilai *Gross Merchandise Value* (GMV) sektor ekonomi digital Indonesia meningkat sebesar 13% , dari US\$ 65 miliar pada tahun 2023 menjadi US\$ 90 miliar pada tahun 2024. Pencapaian ini menempatkan Indonesia sebagai pasar ekonomi digital terbesar di kawasan Asia Tenggara. Lonjakan nilai GMV tersebut didorong oleh pergeseran perilaku konsumen yang kini semakin terbiasa berbelanja melalui *platform* daring, seiring dengan pesatnya inovasi teknologi digital dan peningkatan infrastruktur internet di berbagai daerah. Selain faktor teknologi dan perilaku konsumen, kebijakan pemerintah juga memainkan peran penting dalam mendukung ekosistem *e-commerce*. Salah satunya adalah diterbitkannya Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 mengatur ketentuan terkait perlakuan pajak atas aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik. Regulasi ini secara terperinci menguraikan prosedur proses dan tata cara perpajakan dalam sektor *e-commerce* guna menyederhanakan tata kelola, meningkatkan kepatuhan perpajakan, serta menciptakan keadilan fiskal antara pelaku bisnis daring dan konvensional. Dengan adanya regulasi tersebut, diharapkan pelaku usaha *e-commerce* dapat menjalankan kegiatan bisnis secara lebih transparan dan akuntabel, sejalan dengan upaya pemerintah dalam membangun sistem ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Merujuk pada Undang - Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, pajak diartikan sebagai kewajiban yang harus dipenuhi oleh setiap peraturan perundang-undangan. Meskipun pembayar pajak tidak menerima manfaat secara langsung dari pembayaran tersebut, seluruh penerimaan pajak tersebut digunakan sepenuhnya untuk mendukung kesejahteraan masyarakat secara umum. Pajak berfungsi sebagai sumber pendanaan utama guna mendukung pembangunan nasional. Namun demikian, Indonesia masih menghadapi tantangan serius dalam hal penerimaan pajak. Tingkat penerimaan yang rendah tidak sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk, tenaga kerja, dan pertumbuhan ekonomi nasional. Secara teoritis, pertumbuhan ekonomi seharusnya mencerminkan peningkatan aktivitas ekonomi dan pendapatan per kapita, yang pada gilirannya memperbesar potensi penerimaan pajak. Sayangnya, rasio pajak

Indonesia saat ini hanya mencapai 12% dari Produk Domestik Bruto (PDB). Angka ini tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya, seperti Malaysia (16%) dan Singapura (18%). Sementara itu, rata-rata rasio pajak di negara-negara anggota *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) tercatat sebesar 33% dari PDB. Meskipun terdapat perbedaan metodologis dalam perhitungan rasio pajak, banyak pihak menilai bahwa Indonesia masih berada dalam kondisi *undertaxing* (Putong, 2017).

Kondisi rendahnya rasio pajak mencerminkan adanya kelemahan struktural dalam sistem perpajakan nasional, yang disebabkan oleh rendahnya tingkat kepatuhan sukarela,



belum terintegrasinya data perpajakan secara menyeluruh, serta lemahnya pengawasan pada sektor ekonomi digital yang berkembang pesat. Selain itu, ketergantungan yang tinggi pada penerimaan pajak pada sektor badan usaha turut menjadi faktor risiko dalam struktur pendapatan pajak. Ketika terjadi perlambatan ekonomi, kinerja keuangan perusahaan dapat menurun, sehingga berdampak langsung pada menurunnya kewajiban perpajakan yang disetorkan. Situasi ini diperburuk oleh tingkat kepatuhan perpajakan pelaku usaha *e-commerce* yang masih rendah. Anisyah (2021) menegaskan bahwa sebagian besar pelaku di sektor ini belum memenuhi kewajiban pajaknya secara optimal. Hal ini diperkuat oleh hasil Kementerian Keuangan tahun 2014 yang menunjukkan bahwa dari 1.000 pelaku *e-commerce* yang disurvei, sebanyak 380 di antaranya masih terdapat wajib pajak yang belum terdaftar atau belum memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) (Dirjen Pajak, 2014). Temuan ini mengindikasikan perlunya reformasi sistem perpajakan digital yang menyeluruh guna memperluas basis pajak, meningkatkan kepatuhan, dan mendorong pertumbuhan rasio pajak nasional secara berkelanjutan.

Kepatuhan perpajakan merujuk pada kesanggupan dan kemauan wajib pajak untuk menyelesaikan semua tanggung jawab perpajakan mereka. Ini termasuk menghitung, membayar, dan melaporkan pajak melalui Surat Pemberitahuan (SPT) sesuai jadwal dan peraturan yang ditetapkan. Kepatuhan pajak pada dasarnya dipengaruhi oleh beragam faktor, salah satunya adalah sejauh mana pengetahuan wajib pajak terhadap peraturan serta sistem perpajakan. Menurut temuan Nur Fajriya (2023), pengetahuan perpajakan secara signifikan meningkatkan kepatuhan pajak, terutama di kalangan pelaku usaha *e-commerce*. Namun, hasil yang berbeda disampaikan oleh Mahendra (2021) yang menemukan tidak adanya korelasi signifikan antara pengetahuan perpajakan dengan kepatuhan pajak di sektor yang sama. Perbedaan temuan ini kemungkinan besar disebabkan oleh belum optimalnya proses edukasi perpajakan yang diterima oleh wajib pajak, sehingga meskipun memiliki pengetahuan dasar, hal tersebut belum tentu mendorong terwujudnya kepatuhan yang nyata. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi edukatif yang lebih sistematis melalui pelatihan, penyuluhan, dan sosialisasi yang terstruktur. Upaya ini tidak hanya untuk meningkatkan kesadaran akan peran pajak bagi pembangunan negara, tetapi juga untuk memperdalam pemahaman wajib pajak atas regulasi perpajakan secara utuh.

Pada ranah perpajakan, perilaku wajib pajak tidak terlepas dari interaksi sosial di sekitarnya. Wajib pajak tidak bertindak secara individual, melainkan turut dipengaruhi oleh persepsi dan tindakan wajib pajak lain dalam masyarakat. Sebelum memutuskan untuk memenuhi atau mengabaikan kewajiban perpajakan, individu umumnya mempertimbangkan norma dan sikap yang berkembang dalam lingkungan sosialnya. Apabila mereka melihat bahwa sebagian besar wajib pajak melakukan penghindaran atau kecurangan dalam membayar pajak, maka muncul kecenderungan untuk melakukan hal serupa. Sebaliknya, ketika mayoritas menunjukkan kepatuhan terhadap pajak, maka dorongan untuk memenuhi kewajiban pajak secara jujur juga semakin kuat (Putong, 2017).

Penelitian Putong (2017) menegaskan bahwa persepsi individu terhadap kepatuhan pajak orang lain dapat memengaruhi niatnya sendiri dalam berkontribusi. Artinya, terdapat semacam mekanisme penyesuaian perilaku di mana seseorang akan cenderung meniru tindakan wajib pajak lain dalam hal kepatuhan pajak. Jika individu melihat bahwa kontribusi perpajakan dilakukan secara kolektif, maka ia akan merasa terdorong untuk

turut berkontribusi. Sebaliknya, rendahnya partisipasi dari orang lain dapat menurunkan semangat untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan.

Fenomena ini dapat dianalogikan dengan penyebaran virus, di mana perilaku membayar pajak menyebar melalui pengaruh sosial. Dalam masyarakat yang menjunjung tinggi kepatuhan pajak, terdapat tekanan normative yang mendorong individu untuk mengikuti perilaku positif tersebut. Sebaliknya, di lingkungan yang permisif terhadap penghindaran pajak, individu lebih rentan untuk meniru perilaku negative tersebut. Dengan demikian, interaksi sosial memainkan peran sentral dalam membentuk budaya kepatuhan pajak. Semakin banyak individu yang menunjukkan kepatuhan, maka semakin besar pula peluang terwujudnya kepatuhan kolektif yang berkelanjutan dalam sistem perpajakan nasional.

Lebih lanjut, pengaruh lingkungan sosial terhadap kepatuhan pajak berkaitan erat dengan aspek psikologis dan moral dijelaskan melalui pendekatan psikologis dan moral wajib pajak. Wenzel (2004), menyatakan bahwa kepatuhan pajak tidak semata-mata dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi atau ancaman sanksi hukum, tetapi juga oleh kaidah sosial serta nilai moral yang diyakini oleh wajib pajak. Sejalan dengan pemikiran Wenzel (2004), penelitian yang dilakukan oleh Kirchler *et al.* (2010) yang mana strategi peningkatan kepatuhan tidak hanya cukup melalui penegakan hukum, tetapi juga perlu memperhatikan upaya membangun kepercayaan publik dan memperkuat norma sosial positif mengenai pajak di masyarakat.

Penelitian mengenai kepatuhan pajak kerap menghadapi kendala ketika pengumpulan data dilakukan melalui survei lapangan, karena potensi munculnya bias pada hasil penelitian. Oleh sebab itu, penelitian ini dirancang dengan menggunakan metode eksperimen untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepatuhan

Menurut Indriyani (2020), teori kepatuhan memiliki peranan penting dalam menjelaskan hubungan antarvariabel yang menjadi fokus suatu penelitian, terutama karena konsep kepatuhan erat kaitannya dengan hukum. Dalam kajian hukum, kepatuhan dapat dianalisis melalui dua perspektif utama. Pertama, perspektif instrumental yang beranggapan bahwa individu cenderung bertindak berdasarkan kepentingan pribadi dan akan merespon aturan sesuai dengan tujuan atau kebutuhan pribadinya. Kedua, perspektif normative yang mendasarkan kepatuhan pada nilai moral dan etika, yang dalam hal ini menekankan bahwa seseorang cenderung mengikuti peraturan apabila aturan tersebut dianggap sejalan dengan norma dan keyakinan moral yang dimilikinya. Dengan kata lain, individu dapat menolak atau mengabaikan aturan apabila dinilai bertentangan dengan prinsip pribadi yang dianutnya.

Dalam kaitannya dengan konteks perpajakan, teori kepatuhan ini menjelaskan bahwa seseorang akan cenderung patuh terhadap peraturan perpajakan apabila aturan tersebut dianggap sah dan adil menurut persepsinya. Wajib pajak yang memiliki pemahaman yang baik mengenai ketentuan perpajakan serta merasa bahwa aturan tersebut sesuai dengan nilai-nilai internalnya, akan cenderung lebih berkomitmen dalam memenuhi tanggung jawab perpajakannya secara sukarela. Dengan demikian, wawasan mengenai perpajakan menjadi salah satu determinasi yang mendorong individu melakukan kepatuhan baik atas

dasar kesadaran pribadi (perspektif normatif) maupun karena perhitungan rasional atas konsekuensi yang mungkin ditimbulkan (perspektif instrumental).

Pengetahuan Pajak

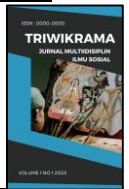
Pemahaman individu atas ketentuan, prosedur, serta kewajiban dalam sistem perpajakan merujuk pada sejauh mana individu memahami berbagai aspek yang berkaitan dengan sistem perpajakan, termasuk mekanisme dan prosedur dan pelaksanaan kewajiban pajak. Menurut Veronica (2015), pengetahuan perpajakan merujuk pada pemahaman terhadap landasan utama dan aturan-aturan pokok di bidang perpajakan, yang meliputi pengelompokan ragam pajak yang berlaku di Indonesia, penetapan pihak yang dikenakan pajak (subjek) maupun objek yang dikenakan pajak, penghitungan kewajiban pajak yang harus dibayar (utang pajak), serta prosedur pengisian dan penyampaian laporan pajak secara akurat. Selanjutnya, Setiyani dkk. (2018) menegaskan bahwa pengetahuan perpajakan juga meliputi pemahaman terhadap regulasi yang mengatur hak dan kewajiban wajib pajak, pemahaman atas metode perhitungan yang akurat, serta prosedur pelaporan kewajiban fiskal sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Lebih jauh, pengetahuan terhadap aspek perpajakan memiliki peran sentral dalam mendukung implementasi sistem kepatuhan sukarela, khususnya dalam konteks penerapan *self assessment system*. Saad (2014) menyatakan bahwa pemahaman yang memadai terhadap peraturan dan prosedur perpajakan menjadi prasyarat utama bagi wajib pajak dalam melaksanakan penghitungan kewajiban pajak, melakukan pembayaran, serta menyampaikan laporan pajaknya secara mandiri. Apabila wajib pajak memiliki keterbatasan dalam pemahaman ini, maka efektivitas sistem *self assessment* akan menurun, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif terhadap tingkat kepatuhan pajak secara keseluruhan.

Persepsi Atas Perilaku Wajib Pajak Lain

Wajib pajak pada hakikatnya tidak menjalankan kewajibannya secara terisolasi, melainkan berada dalam lingkungan sosial yang penuh dengan interaksi dan pengaruh dari sesama individu. Dalam proses pengambilan keputusan, mereka sering kali mempertimbangkan perilaku wajib pajak lainnya sebagai acuan. Apabila persepsi yang terbentuk adalah bahwa mayoritas individu dalam masyarakat melakukan penghindaran atau kecurangan pajak, maka besar kemungkinan perilaku serupa akan diadopsi oleh individu tersebut. Sebaliknya, apabila terdapat keyakinan bahwa sebagian besar wajib pajak menjalankan kewajiban perpajakan dengan jujur dan taat, maka akan muncul dorongan moral untuk bertindak serupa. Dengan demikian, sejauh mana individu lain berkontribusi terhadap kepatuhan pajak dapat memengaruhi intensi seseorang dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (Putong, 2017).

Lebih lanjut, komitmen wajib pajak dalam mentaati ketentuan perpajakan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengetahuan atau moral pribadi, tetapi juga sangat bergantung pada konteks sosial dan tindakan kolektif. Ketika individu memandang bahwa kepatuhan merupakan norma sosial yang berlaku dan mayoritas masyarakat menaati aturan tersebut, maka akan timbul tekanan sosial dan keinginan untuk menyesuaikan diri. Henrich (2004) memperkenalkan konsep kesesuaian sosial, yakni motivasi untuk berkontribusi dalam penyediaan barang publik, seperti pajak, muncul dari dorongan untuk tunduk pada norma dan nilai-nilai yang dianut masyarakat. Dalam konteks ini, perilaku orang lain berperan sebagai *moral reference point*, yang memengaruhi persepsi mengenai perilaku yang dianggap pantas dan adil. Konsep kesesuaian ini secara tidak langsung mendorong individu untuk mengejar keadilan sosial melalui kepatuhan



pajak, sehingga ketidaksesuaian perilaku antarwajib pajak dapat menimbulkan rasa ketidakadilan dan penurunan motivasi untuk taat.

Selanjutnya, persepsi individu juga memiliki peranan sentral dalam memengaruhi perilaku kepatuhan. Menurut Thoha (2007:141) dikutip dalam Mangumban (2015) menyatakan bahwa “persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, penghayatan, perasaan dan penciuman.” Dengan demikian, cara wajib pajak memandang kewajiban perpajakannya akan membentuk dasar dari respons dan sikap yang diambil. Apabila persepsi tersebut positif, maka kemungkinan besar individu akan menunjukkan sikap patuh terhadap peraturan pajak. Sebaliknya, apabila persepsinya negatif, maka kecenderungan untuk tidak patuh akan meningkat. Hal ini sejalan dengan pernyataan Gibson dalam Mangumban (2015:13) bahwa “perilaku seseorang akan sangat dipengaruhi oleh persepsi orang tersebut.” Dengan demikian, peran otoritas pajak tidak hanya menekankan aspek hukum dan sanksi, tetapi juga membentuk persepsi positif masyarakat mengenai pentingnya pajak melalui edukasi, transparansi, dan pelayanan yang baik. Upaya ini diharapkan dapat menciptakan lingkungan sosial dan psikologis yang kondusif, yang mendorong kepatuhan perpajakan secara sukarela dan berkelanjutan.

Kepatuhan Pajak *E-commerce*

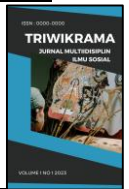
Kepatuhan pajak diartikan sebagai ketaatan dan kesediaan untuk menjalankan ketentuan perpajakan. Dengan demikian, wajib pajak adalah mereka yang secara konsisten memenuhi dan melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku Irawati dan Sari (2019). Dilihat dari sisi kewajiban, kepatuhan dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yakni kepatuhan formal dan kepatuhan materiil. Kepatuhan formal ialah suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan secara formal sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan. Sedangkan kepatuhan materiil ialah suatu keadaan wajib pajak secara substantif/hakikatnya memenuhi semua ketentuan materiil perpajakan yakni sesuai isi dan jiwa undang-undang perpajakan. Jika dilihat dari sisi “niat” kepatuhan wajib pajak dibagi dua menjadi kepatuhan yang bersifat sukarela dan kepatuhan terpaksa.

Kepatuhan sukarela merujuk pada kepatuhan wajib pajak untuk melaporkan pajak pada kondisi yang sebenarnya, tidak ada paksaan dan takut sanksi perpajakan. Sedangkan kepatuhan terpaksa ialah kepatuhan wajib pajak karena keterpaksaan atau dorongan hal lain. Jika tidak ada sanksi berat, maka wajib pajak yang membayar pajak akan sedikit. Sejalan dengan implementasi dari *self assessment* yang diharapkan wajib pajak dapat mencapai tingkat kepatuhan pajak secara sukarela.

Kepatuhan pajak bisa diartikan sebagai tindakan atau sikap wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan yang sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Tingkah laku individu melibatkan interaksi antara perilaku wajib pajak, kelompok, serta organisasi. Tingkat kepatuhan wajib pajak dapat dinilai melalui adanya *tax gap*. *Tax gap* merupakan selisih antara pendapatan pajak yang diterima dan jumlah yang seharusnya diterima jika semua wajib pajak mentaati peraturan sepenuhnya.

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian eksperimen, yakni metode yang bertujuan untuk menguji hubungan kausal antara variabel dengan melakukan manipulasi terhadap kondisi subjek dan pengendalian terhadap variabel-variabel luar yang berpotensi mengganggu validitas internal. Eksperimen yang digunakan merupakan



eksperimen laboratorium, yang meskipun tidak harus dilakukan dalam laboratorium secara fisik, memiliki karakteristik utama berupa kontrol penuh oleh peneliti terhadap proses manipulasi dan pengacakan subjek ke dalam kelompok perlakuan. Lebih lanjut, semua variabel ekstrani dikendalikan melalui proses randomisasi dalam pengalokasian subjek ke dalam kondisi eksperimen. Lebih lanjut, semua variabel ekstrani dikendalikan melalui proses randomisasi dalam pengalokasian subjek ke dalam kondisi eksperimen. Pengacakan ini bertujuan untuk menciptakan kesetaraan karakteristik antar kelompok seperti usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan yang tidak menjadi bagian dari variabel yang dimanipulasi. Dengan demikian, potensi bias dapat diminimalkan dan kesimpulan yang diambil dari hasil eksperimen menjadi lebih valid.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari partisipan penelitian. Data primer dalam penelitian eksperimen ini diperoleh melalui observasi aktif terhadap subjek yang telah dikenai manipulasi variabel, dan selanjutnya diamati responsnya terhadap kondisi tersebut. Sesuai dengan pendapat Nahartyo dan Utami (2016), data primer eksperimen melibatkan pengamatan langsung terhadap partisipan yang telah mengalami perlakuan dalam konteks penelitian yang terkendali. Partisipan tersebut adalah mahasiswa yang telah lulus konsentrasi perpajakan pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kadiri

Pengumpulan Data

Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini berbentuk kasus pajak yang relevan dengan fenomena yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Instrumen ini dirancang untuk menstimulasi partisipan agar merespon situasi perpajakan seolah-olah mereka adalah wajib pajak yang sedang menghadapi keputusan nyata. Bentuk dari instrumen yang diberikan kepada partisipan adalah daftar pertanyaan terstruktur, yang disusun dalam booklet dan mencakup tiga bagian utama, yaitu:

1. Data Demografis
Berisi 6 item pertanyaan yang menggali informasi dasar partisipan seperti usia, jenis kelamin, dan pendidikan terakhir.
2. Cek Manipulasi
Terdiri dari 3 item pertanyaan yang dirancang untuk memastikan bahwa partisipan benar-benar memahami dan merespons perlakuan eksperimental yang diberikan sesuai dengan desain (pengetahuan pajak tinggi/rendah dan persepsi wajib pajak lain patuh/tidak patuh).
3. Pertanyaan Variabel Dependen
Hanya terdiri dari 1 item, yaitu pertanyaan yang mengukur kepatuhan pajak partisipan dalam skenario yang disajikan. Pertanyaan ini bersifat kuantitatif dan menjadi indikator utama dalam mengukur variabel kepatuhan pajak.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Analysis of Variance* (ANOVA). Anova merupakan alar inferensial yang digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata antara tiga kelompok atau lebih (Ghozali, 2021). Analisis ini juga digunakan untuk menguji adanya *main effect* dan interaksi antar variabel. Langkah - langkah analisis sebagai berikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif
Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik

demografis partisipan, seperti usia, jenis kelamin, dan pendidikan terakhir.

2. Uji ANOVA dua arah (*Two-Way ANOVA*)

Digunakan untuk menguji:

- Main Effect* dari variabel pengetahuan pajak.
Indikator Tinggi & Rendah. Sumber: Putong (2017).
- Main Effect* dari persepsi atas perilaku wajib pajak lain.
Indikator : Patuh dan Tidak Patuh. Sumber: Putong (2017).
- Interaksi antara kedua variabel independen terhadap kepatuhan pajak.
Indikator : Patuh & Tidak Patuh. Sumber: Pranenjaya (2017).

3. Tingkat Signifikansi

Batas tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% ($p < 0,05$) dan 10% ($p < 0,10$) sesuai dengan ketentuan dalam ilmu sosial (Joseph *et al.* 2010).

- Hasil pengujian dikatakan signifikan jika nilai p berada di bawah ambang tersebut.

Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menyimpulkan apakah manipulasi eksperimen berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepatuhan pajak dalam konteks *e-commerce*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pengujian Randomisasi

Tabel 1 Pengujian Randomisasi Demografi Partisipan

Karakteristik	Pearson Chi-Square (Value)	Df	N	Sig
Jenis Kelamin	2,379	3	80	0,498
Umur	10,462	6	80	0,107

Tabel 1 menunjukkan bahwa untuk variabel jenis kelamin, nilai Chi-square sebesar 2,379 dengan derajat kebebasan (df) = 3 dan signifikansi $p = 0,498$ ($> 0,05$) menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antar kelompok. Untuk variabel umur, nilai Chi-square sebesar 10,462 dengan $df = 6$ dan signifikansi $p = 0,107$ ($> 0,05$) juga menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antar kelompok.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa proses randomisasi telah berhasil dilakukan dengan baik. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam karakteristik demografis partisipan (jenis kelamin dan umur) antar kelompok. Hal ini menunjukkan bahwa penempatan partisipan ke dalam masing-masing kelompok eksperimen telah dilakukan secara acak, sehingga respons partisipan dalam masing-masing kelompok dapat dianggap tidak terkontaminasi oleh perbedaan karakteristik antar subjek.

Analisis Preliminari

Tabel 2 Uji Levene Ekuualitas Kesalahan Variansi

F	df1	df2	Sig.
1,013	3	76	0.392

Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel kepatuhan memiliki nilai F sebesar 1,013 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,392. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan variansi yang signifikan antar kelompok. Dengan demikian, asumsi homogenitas variansi telah terpenuhi, sehingga pengujian ANOVA bisa dilanjutkan. Ini mengindikasikan variansi dari seluruh kelompok eksperimen dapat dianggap seragam (tidak berbeda secara statistik).

Pengujian Hipotesis

Tabel 3 Statistik Deskriptif Respon Kepatuhan Persepsi atas Perilaku Wajib Pajak Lain

		Patuh	Tidak patuh	
Pengetahuan Pajak	Tinggi	Grup 1 (N=20) Mean= 8,45 Std= 0,826	Grup 2 (N=20) Mean= 3,90 Std= 0,718	N= 40 Mean= 6,18 Std=2,427
	Rendah	Grup 3 (N=20) Mean= 7,95 Std= 0,945	Grup 4 (N=20) Mean= 3,60 Std= 0,940	N= 40 Mean= 5,78 Std= 2,391
		N= 40 Mean= 8,20 Std= 0,911	N= 40 Mean= 3,75 Std= 0,840	N= 80 Mean= 5,98 Std= 2,402

Nilai *mean* yang semakin tinggi menunjukkan respon kepatuhan yang semakin tinggi. Dapat dilihat berdasarkan tabel 3 tersebut bahwa respon kepatuhan tertinggi terjadi pada grup 1 yakni sebesar 8,45. Disusul berturut-turut untuk grup 3 dan grup 2, sedangkan grup 4 memiliki nilai kepatuhan yang paling rendah.

Pengujian Tambahan dengan Menggunakan Ancova

Tabel 4 Hasil Pengujian Hipotesis Ancova

Sumber	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Corrected Model</i>	4	100.203	136.301	<,001
<i>Intercept</i>	1	96.964	131.894	<,001
X1 (Pengetahuan Pajak)	1	2.678	3.642	0,060
X2 (Persepsi Atas perilaku WP lain)	1	393.551	535.326	<,001
X1*X2	1	0.093	0.126	0,724
Jenis Kelamin	1	1.363	1.854	0,177
<i>Error</i>	75	0.735		
<i>Total</i>	80			
<i>Corrected Total</i>	79			

Berdasarkan hasil uji Ancova yang ditampilkan pada Tabel 4, diketahui bahwa ketika variabel jenis kelamin / JK dimasukkan sebagai kovariat, hasilnya menunjukkan nilai yang tidak signifikan ($F = 1.854$; $P > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin tidak memberikan pengaruh terhadap variabel kepatuhan pajak dalam penelitian ini. Dengan kata lain, tingkat kepatuhan pajak tidak dipengaruhi oleh perbedaan jenis kelamin.

PEMBAHASAN

Main Effect Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak *E-Commerce*

Hipotesis 1 dalam penelitian ini menyatakan bahwa kepatuhan pajak akan lebih meningkat saat wajib pajak memiliki pengetahuan pajak yang tinggi dibandingkan dengan wajib pajak yang memiliki pengetahuan pajak yang rendah. Hasil pengujian Anova untuk hipotesis 1 menunjukkan bahwa ada perbedaan respon kepatuhan pajak pada wajib pajak yang mempunyai pengetahuan pajak tinggi dan kepatuhan pajak pada wajib pajak yang mempunyai pengetahuan pajak yang rendah. Temuan ini terlihat pada tabel 10, di mana nilai p yang diperoleh 0,041, yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa wajib pajak yang memiliki pengetahuan yang tinggi cenderung lebih patuh dibandingkan dengan wajib pajak yang memiliki pengetahuan pajak yang rendah.

Tabel 3 menunjukkan adanya perbedaan nilai rata-rata antara kondisi pengetahuan pajak tinggi sebesar 6,18 dan nilai rata-rata kondisi pengetahuan pajak rendah sebesar 5,78. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan pajak yang tinggi terhadap kepatuhan pajak lebih besar dibandingkan dengan pengaruh pengetahuan pajak rendah. Oleh karena itu, hipotesis 1 dinyatakan terdukung.

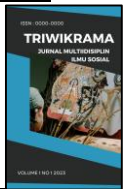
Hasil yang diperoleh penelitian ini menguatkan penelitian sebelumnya oleh oleh Fajriya & Zulaikha (2023) menemukan bahwa Pengetahuan tentang perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Chanita & Sitinjak (2021) menemukan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak pelaku usaha *e-commerce* karena pengetahuan pajak yang semakin baik menyebabkan kepatuhan pajak meningkat. Pengetahuan pajak yang semakin baik membuat pelaku usaha *e-commerce* paham kewajiban yang harus dilakukan terkait aspek perpajakan. Dengan pengetahuan perpajakan yang baik, maka wajib pajak cenderung akan sadar akan kewajiban mereka untuk membayar pajak tepat waktu. Selain itu pengetahuan pajak juga sebagai pendorong untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya kontribusi pajak terhadap pembangunan negara.

Penelitian ini sejalan dengan teori kepatuhan yang dikemukakan oleh Kirchler *et al.* (2010), yang mengklasifikasikan kepatuhan pajak menjadi dua yaitu kepatuhan secara sukarela dan kepatuhan secara terpaksa. Pengetahuan pajak yang tinggi cenderung mendorong kepatuhan sukarela, di mana wajib pajak secara sadar dan mandiri mematuhi peraturan perpajakan tanpa adanya tekanan eksternal. Hal ini karena pemahaman yang baik mengenai sistem perpajakan membuat wajib pajak merasa lebih percaya diri dan bertanggung jawab dalam memenuhi kewajibannya.

Selanjutnya, dalam konteks penelitian ini, juga sesuai dengan perspektif normatif dalam teori kepatuhan menurut Indrayani (2020), individu akan lebih cenderung patuh apabila peraturan yang ada dianggap sesuai dengan nilai moral dan norma pribadi. dengan demikian, pengetahuan pajak menjadi pondasi utama bagi individu dalam memahami hak dan kewajibannya sebagai wajib pajak, sekaligus menjadi motivasi internal untuk mematuhi sistem perpajakan, terutama dalam sektor *e-commerce* yang dinamis dan seringkali kompleks.

Main Effect Persepsi Perilaku Wajib Pajak Lain Terhadap Kepatuhan Pajak *E-Commerce*

Hipotesis 2 dalam penelitian ini menyatakan bahwa ketika wajib pajak lain patuh, kepatuhan pajak akan meningkat dibandingkan dengan ketika wajib pajak lain tidak patuh. Hasil pengujian Anova untuk hipotesis 2 menunjukkan bahwa ada perbedaan respon



kepatuhan pajak pada wajib pajak dengan persepsi tinggi dan respon kepatuhan pajak pada wajib pajak dengan persepsi rendah. Temuan ini terlihat pada tabel 10, di mana nilai p yang diperoleh 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh persepsi tersebut signifikan secara statistik.

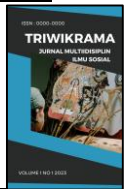
Tabel 3 menunjukkan adanya perbedaan nilai rata-rata antara kondisi persepsi bahwa wajib pajak lain patuh sebesar 8,20 dan nilai rata-rata kondisi persepsi bahwa wajib pajak lain tidak patuh sebesar 3,75. Nilai tersebut menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap kontribusi wajib pajak lain memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kepatuhan pajak dibandingkan dengan persepsi tidak patuh. Oleh karena itu, hipotesis 2 dinyatakan terdukung.

Wajib pajak cenderung mau memenuhi kewajiban perpajakan mereka dengan syarat tertentu, yakni bergantung pada tindakan dan perilaku wajib pajak lainnya di lingkungan sosial mereka. Hal ini menandakan bahwa kepatuhan pajak bukan hanya ditentukan oleh aspek individual, namun juga sangat terdampak oleh dinamika sosial dan persepsi terhadap norma kolektif yang berkembang. Dengan demikian, ketika banyak wajib pajak lain yang dianggap jujur dan patuh dalam membayar pajak, maka akan muncul kecenderungan yang lebih besar bagi individu untuk ikut memenuhi kewajibannya secara sukarela. Fenomena ini mencerminkan prinsip perilaku pro-sosial, di mana individu merasa terdorong untuk berkontribusi ketika melihat bahwa kontribusi tersebut juga dilakukan oleh orang lain. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Putong (2017) yang menjelaskan bahwa persepsi atas perilaku wajib pajak lain terhadap kepatuhan pajak akan meningkat ketika wajib pajak mengetahui wajib pajak lain juga ikut berkontribusi membayar pajak. Wajib pajak mempertimbangkan perilaku wajib pajak lain sebelum dan menemukan keputusan pajaknya. Hal ini juga sejalan dengan pernyataan Gibson dalam Mangumban (2015:13) bahwa “perilaku seseorang akan sangat dipengaruhi oleh persepsi orang tersebut.”

Penelitian ini konsisten dengan teori kepatuhan, sebagaimana dikemukakan oleh Kirchler *et al.* (2010), yang membagi kepatuhan menjadi dua bentuk: kepatuhan sukarela dan kepatuhan karena paksaan. Dalam konteks ini, persepsi atas perilaku wajib pajak lain berkaitan erat dengan pembentukan kepatuhan sukarela, di mana individu terdorong untuk mematuhi peraturan pajak karena ingin menyesuaikan diri dengan norma sosial yang berlaku di lingkungannya, bukan karena takut terhadap sanksi.

Lebih lanjut, Alabede (2011) memperkenalkan konsep *committed compliance*, yaitu bentuk kepatuhan di mana individu secara sadar dan sukarela menjalankan kewajiban perpajakannya. Persepsi bahwa orang lain di sekitarnya juga patuh memperkuat komitmen individu untuk menunjukkan perilaku serupa. Ini menunjukkan adanya efek sosial yang memperkuat keputusan moral dan hukum seseorang dalam memenuhi kewajiban pajaknya.

Dari sisi lain, Indriyani (2020), menyebutkan adanya dua perspektif dalam teori kepatuhan, yaitu perspektif instrumental dan perspektif normatif, yaitu ketika seseorang terdorong untuk bertindak patuh bukan karena ancaman hukuman, melainkan karena adanya keyakinan bahwa perilaku tersebut sejalan dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat. Ketika seseorang melihat bahwa orang lain di lingkungannya mematuhi peraturan perpajakan, maka ia pun akan terdorong untuk berperilaku sama untuk menjaga keselarasan dengan norma sosial. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa perilaku sosial di sekitar individu dapat menjadi pendorong kuat dalam meningkatkan kepatuhan pajak. Dalam sektor *e-commerce* yang sangat dipengaruhi oleh



komunitas dan jaringan sosial, persepsi terhadap kepatuhan orang lain menjadi salah satu indikator penting dalam membentuk sikap dan keputusan perpajakan individu.

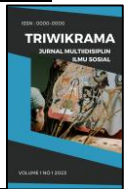
Interaksi Antara Pengetahuan Pajak dan Persepsi Perilaku Wajib Pajak Lain Terhadap Kepatuhan Pajak E-Commerce

Selain menguji pengaruh langsung dari variabel independen, penelitian ini juga menganalisis adanya efek interaksi di antara variabel-variabel independen tersebut. Hasil pengujian interaksi antara pengetahuan pajak dan persepsi atas perilaku wajib pajak lain sebagaimana ditampilkan pada tabel 10, menunjukkan bahwa nilai p yang diperoleh 0,605 yang lebih besar dari 0,05. Nilai ini menunjukkan bahwa interaksi antara kedua variabel tidak signifikan dalam memengaruhi variabel dependennya. Meskipun secara statistik interaksi tidak signifikan, pola hubungan yang tergambar dalam grafik menunjukkan adanya kecenderungan bahwa pengetahuan pajak lebih efektif mendorong kepatuhan ketika wajib pajak mempersepsikan bahwa orang lain juga patuh terhadap pajak. Sebaliknya, ketika lingkungan sosial dianggap tidak patuh, pengetahuan pajak tidak cukup kuat untuk memotivasi kepatuhan. Hal ini mengindikasikan bahwa konteks sosial tetap berperan sebagai faktor pendukung efektivitas pengetahuan pajak, meskipun hubungan interaktifnya tidak signifikan.

Hasil penelitian ini menguatkan teori kepatuhan yang dikemukakan oleh Kirchler *et al.* (2010), yang mengklasifikasikan kepatuhan menjadi dua bentuk utama, yaitu kepatuhan secara sukarela dan kepatuhan karena paksaan. Kepatuhan secara sukarela dipengaruhi oleh pemahaman dan penerimaan terhadap peraturan, serta keyakinan bahwa peraturan tersebut adil dan sesuai dengan nilai pribadi individu. Dalam konteks ini, pengetahuan pajak seharusnya mendorong kepatuhan sukarela. Namun, ketika persepsi terhadap perilaku wajib pajak lain bersifat tidak patuh, maka lingkungan sosial yang tidak mendukung justru dapat melemahkan dorongan internal untuk patuh, sehingga pengetahuan yang tinggi tidak cukup untuk meningkatkan kepatuhan pajak.

Lebih lanjut, persepektif normative dalam teori kepatuhan menjelaskan bahwa seseorang akan mematuhi hukum apabila aturan tersebut sejalan dengan nilai sosial dan norma yang berlaku di lingkungannya. Dengan kata lain, meskipun individu memiliki pengetahuan yang memadai tentang kewajiban perpajakan, mereka tetap mempertimbangkan tindakan orang lain sebagai acuan. Jika lingkungan sosial menunjukkan perilaku tidak patuh, maka kecenderungan individu untuk menyesuaikan diri meningkat, bahkan mengalahkan niat patuh yang berasal dari pengetahuan pribadi.

Temuan ini berhubungan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putong (2017) dan Henrich (2004) yang menyatakan bahwa wajib pajak cenderung mengikuti norma sosial, di mana tingkat kepatuhan akan meningkat apabila individu merasa bahwa wajib pajak lain juga berkontribusi dalam membayar pajak. Sementara itu, penelitian oleh Irwansyah (2023) menunjukkan bahwa persepsi terhadap wajib pajak lain memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun interaksi antara kedua variabel tidak berpengaruh secara signifikan, pemahaman mengenai peran persepsi sosial tetap penting dalam merancang strategi kebijakan pajak yang lebih menyeluruh dan efektif.



4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris terkait: (1) pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan pajak *e-commerce*; (2) pengaruh persepsi atas perilaku wajib pajak lain terhadap kepatuhan pajak *e-commerce*; serta (3) pengaruh pengetahuan pajak dan persepsi atas perilaku wajib pajak lain terhadap kepatuhan pajak *e-commerce*. Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan di bab 4, beberapa simpulan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

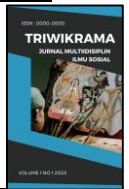
1. Hipotesis pertama yang dirumuskan pada penelitian ini menyatakan bahwa kepatuhan pajak akan meningkat saat wajib pajak memiliki pengetahuan pajak tinggi dibanding dengan wajib pajak memiliki pengetahuan pajak rendah. Hasil uji statistik pada penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan signifikan dalam tingkat kepatuhan antara wajib pajak memiliki pengetahuan pajak yang tinggi dan pengetahuan pajak yang rendah. Ini mengindikasikan bahwa, dalam penelitian ini, pengetahuan yang tinggi cenderung lebih patuh dibandingkan dengan wajib pajak yang memiliki pengetahuan pajak yang rendah. Oleh karena itu hipotesis pertama yang dirumuskan pada penelitian ini terdukung.
2. Hipotesis kedua yang dirumuskan pada penelitian ini menyatakan bahwa wajib pajak lain patuh, kepatuhan pajak akan meningkat dibanding dengan wajib pajak lain tidak patuh. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa persepsi wajib pajak lain cenderung menunjukkan tingkat kepatuhan yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan wajib pajak lain tidak patuh. Oleh karena itu hipotesis kedua yang dirumuskan pada penelitian ini terdukung secara signifikan.
3. Hipotesis ketiga yang dirumuskan pada penelitian ini menyatakan kepatuhan pajak akan meningkat saat pengetahuan pajak tinggi dan persepsi wajib pajak patuh daripada kepatuhan pajak menurun dan wajib pajak tidak patuh. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa secara statistik interaksi kedua variabel ini tidak signifikan. Ini berarti bahwa pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan tidak signifikan dimoderasi atau diperkuat oleh persepsi terhadap perilaku wajib pajak lain dan begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu hipotesis ketiga yang dirumuskan pada penelitian ini tidak terdukung.

Saran

1. Penelitian selanjutnya dapat memperkaya teori kepatuhan pajak dengan mengintegrasikan lebih banyak variabel psikologis dan sosial yang mungkin memengaruhi keputusan kepatuhan pajak di sektor *e-commerce*, selain pengetahuan pajak dan persepsi atas perilaku wajib pajak lain.
2. Penelitian selanjutnya dengan topik yang serupa dapat mempertimbangkan untuk melakukan eksperimen lapangan agar hasilnya lebih mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Namun, pendekatan ini tentu tidak mudah dilakukan karena eksperimen lapangan menuntut prosedur yang lebih kompleks dan tingkat kehati-hatian yang tinggi, mengingat partisipan akan dimanipulasi secara langsung sesuai dengan situasi nyata.

5. DAFTAR PUSTAKA

Alabede, J. O., Ariffin, Z. B. Z., & Idris, K. M. (2011). Determinants of tax compliance behaviour: A proposed model for Nigeria. *International Research Journal of Finance and Economics*, 78(78), 121-136.



- Aldeya Veronica. (2015). *PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, PELAYANAN FISKUS, PENGETAHUAN PAJAK, PERSEPSI PENGETAHUAN KORUPSI, DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI (WPOP) PADA KPP PRATAMA SENAPELAN PEKANBARU*.
- Amornkitvikai, Y., Tham, S. Y., Harvie, C., & Buachoom, W. W. (2022). Barriers and Factors Affecting the E-Commerce Sustainability of Thai Micro-, Small- and Medium-Sized Enterprises (MSMEs). *Sustainability (Switzerland)*, 14(14), 1-28. <https://doi.org/10.3390/su14148476>
- Black, William C and Babin, Barry J and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*.
- Chanita, O. A., & Sitinjak, N. D. (2021). Peranan Pengetahuan Pajak dan Kesadaran Pajak bagi Kepatuhan Pajak Pelaku Usaha E-Commerce. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 233-238. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i2.6203>
- Economysea2024. (2024). *indonesia e-conomy sea 2024 report* (Issue 1, pp. 1-18). <https://economysea.withgoogle.com/report/>
- Fajriya, S. N., & Zulaikha. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Pelaksanaan Self- Assessment, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib pajak Pelaku E-commerce (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku UMKM di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 12(4), 1-15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Ghozali, I. (2005). Analisis Multivariate dengan program SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 12, 33-56.
- Henrich, J. (2004). Cultural group selection, coevolutionary processes and large-scale cooperation. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 53(1), 3-35. [https://doi.org/10.1016/S0167-2681\(03\)00094-5](https://doi.org/10.1016/S0167-2681(03)00094-5)
- Hofir, A., Mahendra, D. W., & Mutiarasari, D. R. (2021). *Reformasi adalah Keniscayaan, Perubahan adalah Kebutuhan: Cerita di Balik Reformasi Perpajakan*.
- Indriyani, P. D., & Jayanto, P. Y. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan WPOP Pelaku E-Commerce di Kota Semarang pada Platform Online Marketplace Blibli.com. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 113-122. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7703>
- Irawati, W., & Sari, A. K. (2019). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Dan Preferensi Risiko Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(2), 104-114. <https://doi.org/10.33884/jab.v3i2.1223>
- Kirchler, E., Muehlbacher, S., Kastlunger, B., & Wahl, I. (2010). *Why Pay Taxes? A Review of Tax Compliance Decisions. December*.
- Laudon, K., & Guercio, C. (2020). *Negocios, tecnologia, sociedad E-commerce*.
- Mangumban, B. T. (2015). *Persepsi Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak PPN*.
- Nahartyo, Ertambang and Utami, I. (2016). Panduan praktis riset eksperimen. *Jakarta: PT. Indeks*.
- Pandemi Jadi Awal Kebangkitan Belanja Online Di E-Commerce (2021).
- Peraturan Menteri Keuangan. (2018). PMK No. 210/PMK. 010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce). *Kemenkeu RI*, 1-26.
- Pranajaya, K. P. (2017). *Dapatkah Sanksi Pajak Dan Tax Amnesty Memitigasi Tindakan Ketidakepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan* <https://repository.unair.ac.id/64238/>



Putong, I. H. (2017). *Ir - perpustakaan universitas airlangga*.

Republik Indonesia. (2021). Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP). *Republik Indonesia*, 12(November), 1-68. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/234926/perpu-no-2-tahun-2022%0Awww.djpk.depkeu.go.id>

Saad, N. (2014). Tax Knowledge, Tax Complexity and Tax Compliance: Taxpayers' View. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109(1), 1069-1075. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.590>

Setiyani, Nunung Manis and Andini, Rita and Oemar, A. (2018). Pengaruh motivasi Wajib Pajak dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi dengan kesadaran Wajib Pajak sebagai variabel intervening (Pada kantor pelayanan pajak pratama di Kota Semarang. *Journal of Accounting*, 4.

Wenzel, M., & Taylor, N. (2004). An experimental evaluation of tax-reporting schedules: a case of evidence-based tax administration. *Journal of Public Economics*, 88(12), 2785-2799. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2003.10.001>