

DOI : <https://doi.org/10.24123/jbt.v7i1.5554>

PENGARUH PENGETAHUAN, SOSIALISASI, DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI

Mutiara¹, Levi Martantina²

^{1,2}Politeknik Ubaya; Surabaya, Indonesia

Email : martantina.levi@staff.ubaya.ac.id

Masuk 2 Maret 2023, Terbit 30 Juni 2023

Abstract

This study aims to determine the relationship between tax knowledge owned by online store owners, socialization that has been obtained, and the sanctions that have been set in paying final income tax. The population in this study was Kpop online store owners who sell physical and Kpop merchandise. This study used one dependent variable represented by taxpayer compliance and three independent variables represented by knowledge, socialization, and tax sanctions. Data were obtained by distributing questionnaires, after which the data were calculated using statistical methods with the help of the Statistical Program For Social Science (SPSS). The result of the analysis show simultaneously the independent variables have a strong relationship or correlation because they are in the range of correlation values from 0.60 to 0.799. The R Square test shows the results of the influence of the independent variables on the dependent variable in this study of 58%, which means that the independent variables can be explained by their influence on the dependent variable. The results of the F test show that simultaneously the independent variables affect the dependent variable.

Keywords: Tax Knowledge; Tax Socialization; Tax Sanctions; Taxpayer Compliance

Pendahuluan

Kegemaran generasi muda akan musik Kpop tidak lepas dari minat mereka untuk membeli dan mengoleksi *physical* album serta *merchandise* yang dikeluarkan oleh *boygrup* dan *girlgrup* asal Korea Selatan tersebut. Peluang tersebut dapat dimanfaatkan oleh individu untuk membuka bisnis *online store* yang dapat dijadikan sebagai pekerjaan tetap ataupun pekerjaan sampingan. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi para pemilik bisnis *online store* dapat dengan mudah mencari informasi dan berkomunikasi dengan pihak penjual yang ada di luar negeri agar lebih mudah dan efisien. *E-commerce* memberikan kemudahan dalam bertransaksi tanpa harus melakukan tatap muka secara langsung sehingga menjadi lebih praktis. Selain itu efisiensi waktu juga menjadi pertimbangan para pemilik *online store* yang sudah menjamur di berbagai platform sosial media. Penghasilan yang didapatkan oleh para pemilik *online store* ini dapat meningkat pesat seiring dengan bertambahnya jumlah penggemar yang membeli dan mengoleksi *physical* album serta *merchandise*. Sehingga, tidak menutup kemungkinan penghasilan

pemilik *online store* dapatkan melebihi Rp. 500.000.000,- per tahun sesuai dengan tarif PPh final UMKM.

Siti Resmi (2019:117) menyatakan bahwa “Pajak Penghasilan Pasal 21 selanjutnya disebut PPh Pasal 21 merupakan pajak yang dilewatkan terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi dalam negeri atas penghasilan yang terkait dengan pekerjaan, jasa, atau kegiatan”. PPh Pasal 21 dalam perpajakan bisnis *online store* akan dikenakan ketika pihak *e-commerce* menggunakan jasa dari pihak individu atau perorangan, misalnya *influencer*. Pengetahuan Perpajakan yaitu proses seseorang untuk menguasai pemahaman mengenai bidang pajak dan Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) yang mana meliputi ketentuan penyampaian hingga pembayaran pajak, tempat membayarkan, serta waktu pembayaran pajak (Susanti, 2021). Sosialisasi Perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Dirjen pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat khususnya Wajib Pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat (Rimawati, 2013). Mardiasmo (2018:62) mengungkapkan bahwa “sanksi Perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/ditaati/dipatuhi, dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah (*Preventif*) agar Wajib Pajak tidak melanggar norma perpajakan”. Sanksi pajak dikenakan apabila kewajiban pajak tidak dilaksanakan baik secara sengaja maupun tidak disengaja, konsekuensi ini terjadi karena pemungutan pajak mengandung unsur pemaksaan (Masruroh, 2013).

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Luh Putu Santi Krisna Dewi dan Ni Ketut Lely Aryani Merkusiwati (2018), Variabel Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pelaporan Wajib Pajak. R.A Meiska Lianty, Dini Wahjoe Hapsari, dan Kurnia (2017) menyatakan bahwa Variabel Pengetahuan Perpajakan berpengaruh signifikan dengan arah yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Variabel Sosialisasi Perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Ida Bagus Meindra Kaya dan I Ketut Jati, (2016) Sanksi Perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan Wajib Pajak.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh pengetahuan, sosialisasi dan sanksi terhadap kepatuhan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Dengan demikian ini adalah sebuah penelitian korelasi antara variable yang akan dijelaskan di bagian metode.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Maret tahun 2022. Sampel yang digunakan adalah pemilik Kpop *online store* dengan kriteria lama usaha diatas 1 (satu) tahun, rata-rata antara 2-4 tahun bisnis telah berjalan. Sebagai data pendukung peneliti mengambil jumlah rata-rata penjualan pada tahun 2021, karena peneliti tidak dapat mengambil data penjualan pada tahun berjalan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dimana sampel dilakukan secara acak (Sugiyono, 2017). Populasi terdiri dari para pemilik Kpop *online store* yang ada di berbagai kota di Indonesia. Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, jumlah sampel diambil untuk mewakili setiap variabel yang ada. Jenis variabel dalam penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah variabel Dependen dan variabel Independen (Patriandari dan Anis, 2021). Dalam penelitian ini variabel dependen diwakili oleh Kepatuhan Wajib Pajak, pembobotan jawaban kuesioner untuk variabel kepatuhan

berdasarkan *skala likert*, jawaban yang diberikan oleh responden kemudian dijumlahkan hingga mendapatkan *score* total. Variabel Independen diwakili oleh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan.

Hasil dan Pembahasan

Dalam rangka mengukur kualitas data dalam penelitian ini, yang perlu dilakukan adalah Uji Validitas dan Uji Reabilitas. Uji Validitas digunakan untuk mengukur *valid* atau tidaknya suatu kuesioner Sugiyono(2017:125). Syarat minimum untuk dianggap *valid* adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat kepercayaan 95%.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel		r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Pengetahuan Perpajakan (X1)	X1.1	0,442	0,312	<i>Valid</i>
	X1.2	0,614	0,312	<i>Valid</i>
	X1.3	0,668	0,312	<i>Valid</i>
	X1.4	0,592	0,312	<i>Valid</i>
	X1.5	0,626	0,312	<i>Valid</i>
	X1.6	0,772	0,312	<i>Valid</i>
	X1.7	0,778	0,312	<i>Valid</i>
	X1.8	0,731	0,312	<i>Valid</i>
	X1.9	0,512	0,312	<i>Valid</i>
	X1.10	0,751	0,312	<i>Valid</i>
Sosialisasi Perpajakan (X2)	X2.1	0,573	0,312	<i>Valid</i>
	X2.2	0,573	0,312	<i>Valid</i>
Sanksi Perpajakan (X2)	X3.1	0,554	0,312	<i>Valid</i>
	X3.2	0,554	0,312	<i>Valid</i>
Kepatuhan Wajib Pajak(Y)	Y.1	0,415	0,312	<i>Valid</i>
	Y.2	0,433	0,312	<i>Valid</i>
	Y.3	0,416	0,312	<i>Valid</i>

VALID karena R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel}

Sumber: Data primer penulis yang diolah Ms. Excel, 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat hasil pengujian validitas pada variabel Pengetahuan Perpajakan (X1), Sosialisasi Perpajakan (X2), Sanksi Perpajakan (X3) dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y) menunjukkan hasil yang *Valid*, dengan begitu dapat dikatakan bahwa semua indikator dalam masing-masing variabel bisa digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian selanjutnya karena jumlah nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Sedangkan Uji reabilitas dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama Sugiyono(2017:130). Apabila $r_{Alpha} < 0,06$, artinya tidak reliabel, dan jika $r_{Alpha} > 0,06$, maka dapat dikatakan reliabel. Hasil uji Reabilitas yang dilakukan oleh peneliti menggunakan bantuan *Statistic Program For Social Science* (SPSS) menghasilkan bahwa data penelitian uji reliabilitas melalui *Statistic Program For Social Science* (SPSS), nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel Pengetahuan Perpajakan (X1) memiliki nilai 0,902 variabel Sosialisasi Perpajakan (X2) memiliki nilai 0,728, Sanksi Perpajakan (X3) memiliki nilai 0,713 dan variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

memiliki nilai sebanyak 0,612. Maka, dengan hasil tersebut variabel Pengetahuan Perpajakan (X1), Sosialisasi Perpajakan (X2), Sanksi Perpajakan (X3) dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y) dinyatakan reliabel atau konsisten sehingga indikator dalam variabel tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur dalam penelitian ini dikarenakan *Cronbach Alpha* > 0,6.

Tabulasi data merupakan pembuatan tabel-tabel yang berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan (NR Nafisah, 2017). Berdasarkan tabulasi data dari variabel independen dan variabel dependen. Data tabulasi variabel Pengetahuan Perpajakan (X1) dari 40 responden memperoleh hasil rata-rata *score* sebesar 3,17 artinya nilai *score* tersebut menunjukkan bahwa responden cukup setuju pada pernyataan Pengetahuan Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Tabulasi Data Variabel Sosialisasi Perpajakan (X2) dari 40 responden memperoleh hasil rata-rata *score* sebesar 2,81 yang artinya menunjukkan bahwa responden cukup setuju pada pernyataan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan dalam membayar pajak *online store*. Tabulasi Data Variabel Sanksi Perpajakan (X3) dari 40 responden memperoleh hasil rata-rata *score* sebesar 2,82 yang artinya bahwa responden cukup setuju pada pernyataan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan dalam membayar pajak pemilik Kpop *online store*. Tabulasi Data Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) dari 40 responden memperoleh hasil rata-rata *score* sebesar 3,31, artinya responden cukup setuju pada pernyataan Kepatuhan Wajib Pajak.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji multikolinieritas, uji normalitas data, dan uji heteroskedastisitas. Uji Multikolinieritas memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dengan melihat besarnya *VIF* dan *Tolerance*. Data hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai *tolerance* pada variabel Pengetahuan Perpajakan (X1) sebesar 0,947, variabel Sosialisasi Perpajakan (X2) sebesar 0,941, dan variabel Sanksi Perpajakan (X3) sebesar 0,990. Dalam uji multikolinieritas jika nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas, dari hasil perolehan nilai *tolerance* pada masing-masing variabel independen tersebut menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0,1 maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas. Sedangkan nilai *VIF* pada tabel Pengetahuan Perpajakan (X1) sebesar 1,056, variabel Sosialisasi Perpajakan (X2) sebesar 1,062, dan variabel Sanksi Perpajakan sebesar 1,010. Dalam uji multikolinieritas jika nilai *VIF* < 10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas, dari hasil perolehan nilai *VIF* tersebut masing-masing variabel independen memperoleh hasil < 10 jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas (Trilaksana, 2015).

Kemudian Uji Normalitas dilakukan guna melihat normal atau tidaknya data yang sedang dianalisis. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui nilai residual berdistribusi normal atau tidak (Trilaksana, 2015). Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah jika nilai signifikansi > 0,05 nilai residual berdistribusi dengan normal, jika nilai signifikansi < 0,05 maka data residual tidak berdistribusi dengan normal. Hasil uji normalitas data tersebut diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 > 0,05 maka, dapat disimpulkan bahwa asumsi kedua ditolak dan asumsi pertama diterima karena dari data tersebut diketahui bahwa data terdistribusi dengan normal.

Pada Uji Heteroskedastisitas, dilakukan guna mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam suatu penelitian. Dasar pengambilan keputusan dari pengujian ini adalah jika nilai sig > 0,05 maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, namun jika nilai sig < 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas menunjukkan variabel Pengetahuan Perpajakan (X1) memiliki nilai sig. 0,578, variabel Sosialisasi Perpajakan (X2) memiliki nilai sig. 0,365 dan variabel Sanksi Perpajakan (X3) memiliki nilai 0,435. Nilai tersebut lebih besar dari probabilitas atau standar sig. 0,05. Maka, dalam uji ini dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda, digunakan karena dalam penelitian terdapat tiga variabel independen. Analisis regresi linier berganda memiliki tujuan untuk mengukur intensitas hubungan dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dan untuk membuktikan bahwa hipotesis dalam penelitian ini benar.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Standard Error	Beta				
1 (Constant)	0,524	1,887		0,278	0,783		
X1	0,258	0,040	0,732	6,486	0,000	0,914	1,094
X2	0,088	0,240	0,047	0,367	0,716	0,721	1,387
X3	0,090	0,214	0,054	0,420	0,677	0,696	1,436

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Sumber: Output SPSS yang diolah penulis, 2022

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis yang pertama adalah Uji T (Parsial), yaitu digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh suatu variabel independen secara individual dalam mempengaruhi variabel dependen. Pengujian nilai T dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Jika nilai *probabilitas signifikansi* > 0,05 maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak berarti menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mencari nilai T_{tabel} yaitu sebagai berikut: $df = n - k$. Dimana n adalah Banyaknya sampel dan k adalah Jumlah variabel yang diteliti (variabel bebas dan variabel terikat). Sehingga dalam penelitian ini nilai $df = 40 - 4 = 36$, dengan nilai nilai T_{tabel} sebesar 1,689. Hipotesis diterima jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$.

Tabel 3. Hasil Uji T (Parsial)

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	0,524	1,887		0,278	0,783		
1 X1	0,258	0,040	0,732	6,486	0,000	0,914	1,094
X2	0,088	0,240	0,047	0,367	0,716	0,721	1,387
X3	0,090	0,214	0,054	0,420	0,677	0,696	1,436

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Sumber: Output SPSS yang diolah penulis, 2022

Uji Hipotesis yang Kedua adalah Uji Korelasi, yaitu pengujian korelasi yang dilakukan guna melihat hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis menggunakan uji korelasi memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat keeratan antara dua atau lebih variabel. Hasil Uji Korelasi dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan Perpajakan (X1), Sosialisasi Perpajakan (X2), dan Sanksi Perpajakan (X3), memiliki hubungan simultan terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Besarnya nilai hubungan antara variabel tersebut adalah sebesar 0,762 dimana hasil tersebut termasuk dalam kategori korelasi kuat karena berada dalam rentang interpretasi uji korelasional dengan nilai 0,60 – 0,799, sangat kuat nilai 0,80 – 1,000. Kemudian di dalam melakukan Uji Determinasi (R^2), terdapat kelemahan dalam pengujian koefisien determinasi ini yaitu berhubungan dengan jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model pengujian. Hasil Uji Determinasi (R^2) bahwa diperoleh hasil *R Square* (R^2) sebesar 0,581 dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) dipengaruhi oleh variabel Pengetahuan Perpajakan (X1), Sosialisasi Perpajakan (X2), dan Sanksi Perpajakan (X3) sebesar 58% dan sisanya 42% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, Kepuasan Wajib Pajak, dan Tarif Pajak.

Selanjutnya dalam Uji F (Simultan), digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Y) dengan nilai signifikansi pada uji simultan (F) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga model penelitian ini layak digunakan. Sementara itu nilai pada F_{hitung} penelitian ini sebesar $16,618 > F_{tabel}$ sebesar 2,63 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Pengetahuan Perpajakan (X1), Sosialisasi Perpajakan (X2), dan Sanksi Perpajakan (X3) berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) pemilik Kpop *online store*.

Pembahasan

Pemilik Kpop *online store* adalah individu yang melakukan usaha dalam bidang penjualan album dan *merchandise* Kpop. Usaha penjualan barang-barang Kpop banyak dilirik lantaran jumlah penggemar yang ada di Indonesia tergolong cukup banyak dengan minat yang cukup tinggi untuk membeli dan mengoleksi *physical* album dan *merchandise* Kpop tersebut. Para individu membuka usaha mereka melalui *e-commerce* *shopee* dan *marketplace* seperti *Instagram* dan *Twitter*. Rata-rata penjualan per tahun mencapai 1000-2000 album dan *merchandise* dengan mematok harga kisaran Rp. 250.000,- – Rp. 300.000,- per item.

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Sosialisasi, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi” studi pada pemilik Kpop *online store* terdapat total 43 responden yang mengisi kuesioner. Namun, dengan adanya kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti maka, peneliti mengambil sebanyak 40 sampel dari total responden yang menanggapi. 3 responden tidak dijadikan sampel karena tidak memenuhi kriteria yaitu menjual barang selain album dan *merchandise*.

Kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini adalah memiliki *online store* yang menjual album dan *merchandise* Kpop, berusia diatas 17 tahun, lama usaha telah berjalan, jumlah rata-rata penjualan per tahun, kisaran harga yang dipatok. Berdasarkan kriteria tersebut, dapat disimpulkan dalam lama responden tersebut dalam berusaha.

Tabel 4. Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah	Presentase
< 1 tahun	0	0%
1-3 tahun	12	40%
4-6 tahun	18	60%

Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2022

Dari data tersebut diketahui para pemilik Kpop *online store* telah menjalankan bisnisnya kurang dari 1 tahun sebesar 0%, 1 tahun sampai dengan 3 tahun sebesar 40%, dan 4 sampai dengan 6 tahun sebesar 60%. Hal itu membuktikan bahwa sejak lama bisnis penjualan *physical* album dan *merchandise* mendapat ketertarikan yang cukup besar bagi individu yang ingin menjalankan sebuah bisnis terutama yang berkaitan dengan Kpop. Pemilik *online store* datang dari berbagai kota yang ada di Indonesia seperti, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, dan Semarang.

Tabel 5. Responden Berdasarkan Barang yang di Jual

Barang yang di Jual	Jumlah	Presentase
<i>Physical Album</i>	15	50%
<i>Merchandise</i>	3	10%
<i>Physical Album dan Merchandise</i>	12	40%

Sumber: Data primer yang diolah penulis 2022

Sampel dikelompokan juga berdasarkan barang yang dijual oleh pemilik Kpop *online store*, dapat dilihat pada Tabel 5. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa para pemilik *online store* ini lebih cenderung menjual *physical* album dibandingkan *merchandise*, yang mana harga dari *physical* album jauh lebih terjangkau dan memiliki jumlah peminat lebih banyak. Namun, masih banyak pemilik *online store* yang belum sadar akan kewajibannya dalam melapor, menghitung, serta membayar pajak atas penghasilan yang didapatkan. Padahal, jika menilik jumlah penjualan rata-rata selama satu tahun terakhir pemilik memenuhi syarat untuk menjadi seorang WP.

Tabel 6. Rata-rata Penjualan Per Tahun

Nama Barang	Penjualan
<i>Physical Album</i>	1000-2000
<i>Merchandise</i>	500-1000

Sumber: Data primer diolah oleh penulis, 2022

Pada Tabel 6 dapat diketahui jika jumlah rata-rata penjualan selama satu tahun tergolong cukup banyak. Dengan penjualan rata-rata diatas didapatkan hanya dari satu grup saja. Para pemilik Kpop *online store* ini biasanya menjual album dan *merchandise* lebih dari satu grup dalam satu tahun.

Tabel 7. Kisaran Harga Jual

Nama Barang	Harga
<i>Physical Album</i>	Rp. 250.000 – Rp. 300.000
<i>Merchandise</i>	Rp. 300.000 – Rp. 500.000

Sumber: Data primer yang diolah penulis, 2022

Jika dilihat pada Tabel 7 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa harga dari *physical* Album lebih terjangkau dibandingkan dengan *merchandise*. Selain itu, para

penggemar cenderung mengoleksi *physical* album dibandingkan dengan *merchandise*. Harga yang dipatok oleh pemilik Kpop *online store* berdasarkan pertimbangan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan transaksi pembelian ke Luar Negeri.

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Dalam penelitian ini digunakan pengukuran menggunakan *Skala likert*. *Skala likert* memiliki tingkatan khusus untuk mengukur jawaban responden, tingkatan tersebut memiliki skor 1 (satu) menunjukkan “Sangat Tidak Setuju” hingga skor 5 (lima) yang menunjukkan “Sangat Setuju”. Sebelum menunjukkan hasil tabulasi data yang diperoleh dari responden, lebih dulu peneliti menunjukkan skala pengukuran dalam penelitian ini. Data diperoleh dari 14 (empat belas) pernyataan dalam bentuk kuesioner yang diisi oleh responden, dimana setiap perolehan hasil diukur dengan menggunakan kelas interval. Representasi dari jawaban dari setiap responden diperoleh dari berapa besar interval kelas rata-rata penilaian responden terhadap suatu variabel. Skala yang dipakai untuk mengukur tanggapan responden terdiri dari 5 (lima) tingkatan khusus, maka dari itu dicari interval rasio tanggapan berdasarkan nilai rata-ratanya, Nilai Tertinggi 5, Nilai Terendah 1, Jumlah Kelas 5. Dari rumusan berikut dapat diperoleh interval sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Kelas Interval} &= \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

Tabel 8. Interval Rata-rata Skor

Interval Rata-rata Skor	Kriteria Setiap Variabel
1.00 – 1.80	Sangat Tidak Setuju
1.81 – 2.60	Tidak Setuju
2.61 – 3.40	Cukup Setuju
3.41 – 4.20	Setuju
4.21 – 5.00	Sangat Setuju

Sumber: Data sekunder yang diolah dari jurnal penelitian Unpas, 2016

Skala Interval digunakan untuk menetapkan selisih atau kesenjangan dan besaran pada setiap indikator yang memiliki jarak tertentu. Sehingga jarak ini dapat digunakan untuk mengukur atau menyatakan peringkat yang tidak absolut, karena hanya dijadikan sebagai patokan. Distribusi frekuensi berdasarkan jawaban responden variabel Pengetahuan Perpajakan dengan indikator dari Dewi Kusuma Wardani(2017:110), sedangkan Siti Kurnia Rahayu(2017:34) adalah Peraturan Perpajakan, Fungsi Pajak, Pembayaran Pajak, Sanksi Pajak.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, mengenai Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar pajak penghasilan final atas bisnis *online* pemilik Kpop *online store*, yang dibantu dengan program SPSS, menyatakan bahwa Pengaruh variabel Pengetahuan Perpajakan (X1) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) berdasarkan data yang digunakan dalam penelitian ini sudah melalui uji yang telah ditetapkan sebelumnya, meliputi distribusi frekuensi data kuesioner, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis linier berganda serta pengujian hipotesis sesuai dengan prosedur yang berlaku. Berdasarkan Uji T (Parsial) yang telah dilakukan, diketahui nilai hipotesis untuk pengaruh Pengetahuan Perpajakan (X1) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) diterima. Artinya, Pengetahuan Perpajakan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) pemilik Kpop *online store*. Hasil yang diperoleh dari uji korelasi mendapatkan hasil yang

menunjukkan masing-masing variabel independen memiliki hubungan atau korelasi terhadap variabel dependen dengan rentang nilai yang cukup kuat. Pada Uji F (Simultan) diperoleh hasil bahwa semua variabel independen berpengaruh simultan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Maka, dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Perpajakan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak secara parsial maupun secara simultan.

Kemudian terkait dengan Pengaruh variabel Sosialisasi Perpajakan (X2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) berdasarkan Data yang digunakan dalam penelitian ini sudah melalui uji yang telah ditetapkan sebelumnya, meliputi distribusi frekuensi data kuesioner, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis linier berganda serta pengujian hipotesis sesuai dengan prosedur yang berlaku. Berdasarkan Uji T yang telah dilakukan diketahui bahwa Sosialisasi Perpajakan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dikarenakan hanya menggunakan satu Indikator yaitu Pendekatan Pribadi untuk dua pernyataan. Namun, pada uji korelasi terdapat pengaruh antara Sosialisasi Perpajakan (X2) dengan Kepatuhan Wajib Pajak (Y) dikarenakan adanya uji simultan dimana tiga variabel diuji secara bersama-sama. Pada Uji F (Simultan) diperoleh hasil bahwa variabel independen berpengaruh simultan terhadap variabel dependen. Jika dilihat saat melakukan Uji T dimana variabel Sosialisasi Perpajakan tidak memiliki pengaruh secara parsial. Variabel Sosialisasi Perpajakan tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayarkan pajaknya (Siahaan dan Halimatusadiah, 2018). Hal ini berarti, tinggi atau rendahnya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintahan setempat tidak memiliki pengaruh terhadap patuh atau tidaknya individu membayarkan pajaknya. Sebab, kepatuhan Wajib Pajak tidak hanya dipengaruhi oleh sering diadakannya Sosialisasi melainkan dipengaruhi oleh faktor lain seperti kesadaran Wajib Pajak dan Pengetahuan Wajib Pajak (Susanti, 2021).

Terkait dengan Pengaruh Variabel Sanksi Perpajakan (X3) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) berdasarkan Data yang digunakan dalam penelitian ini sudah melalui uji yang telah ditetapkan sebelumnya, meliputi distribusi frekuensi data kuesioner, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, serta pengujian hipotesis sesuai dengan prosedur yang berlaku. Berdasarkan Uji T yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel Sanksi Perpajakan (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) karena $T_{hitung} < T_{tabel}$ sehingga hipotesis tidak diterima. Artinya, Sanksi Perpajakan (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Sedangkan pada uji korelasi mendapatkan hasil yang sebaliknya, dimana Sanksi Perpajakan (X3) memiliki korelasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) dan masuk kategori kuat dikarenakan adanya pengujian secara bersama-sama antar variabel independen. Pada Uji F diperoleh hasil bahwa semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Yang terakhir terkait dengan Pengaruh Secara Simultan antara Variabel Independen terhadap Variabel Dependen, pada uji simultan (F) dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Independen yang diwakili oleh Pengetahuan Perpajakan (X1), Sosialisasi Perpajakan (X2), dan Sanksi Perpajakan (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Dependen yang diwakili oleh Kepatuhan Wajib Pajak. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki oleh pemilik Kpop *online store*, didukung oleh seringnya pemerintah melakukan sosialisasi serta ketegasan peraturan akan sanksi yang berlaku maka, dapat meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 58%.

Simpulan dan Saran

Hasil pengujian secara parsial pada variabel Pengetahuan Perpajakan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) hipotesis dapat diterima karena nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dimana T_{tabel} pada penelitian ini adalah 1,689. Sementara itu, pada variabel Sosialisasi Perpajakan (X2) dan Sanksi Perpajakan (X3) tidak menunjukkan pengaruh terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) karena $T_{hitung} < T_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$. Uji Korelasi menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen memiliki hubungan atau korelasi kuat dikarenakan berada dalam rentang nilai korelasi 0,60 – 0,799. Uji R Square menunjukkan hasil dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini sebesar 58% yang artinya variabel independen dapat dijelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Hasil Uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini pemilik Kpop *online store* akan patuh dalam membayar pajak penghasilan final atas usaha bisnis *online* apabila memiliki Pengetahuan Perpajakan yang cukup dengan dibarengi oleh Sosialisasi Perpajakan dari pemerintahan setempat sekaligus pemberlakuan sanksi yang tegas agar tidak ada lagi kelalaian dalam membayar kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran kepada pemilik Kpop *online store*, bahwa sebaiknya, pemilik Kpop *online store* mulai menaruh perhatian lebih pada aspek perpajakan meskipun untuk saat ini belum menjadi subjek pajak karena beberapa alasan dan pemilik Kpop *online store* yang ingin membuka usaha mempunyai NPWP terlebih dahulu. Kemudian mulai mempelajari hal-hal terkait perpajakan mulai dari cara menghitung, menyetorkan, dan melapor, pajak tanpa menunggu sosialisasi atau penyuluhan dari pemerintah karena informasi terkait perpajakan bisa diakses melalui *website pajak.go.id*. Untuk pemilik K-pop *online store* yang sudah menjadi subjek pajak melaporkan serta membayarkan pajak dengan tepat waktu serta tidak menunda pembayaran agar terhindar dari sanksi perpajakan.

Daftar Pustaka

- Hasanudin, A. I., Ramdhani, D., & Giyantoro, M. D. (2020). "Kepatuhan Wajib Pajak Online Shopping di Jakarta: Urgensi Antara E-commerce dan Jumlah Pajak yang Disetor". *Tirtayasa Ekonomika*, Vol.15, No.1.
- Hipajak, pp. (2020, September 30). *Jenis Perpajakan Bisnis Online*. <https://www.hipajak.id/artikel-minat-bisnis-online-kenali-dulu-jenis-pajaknya>
- Jdih.kemenkeu.go.id, pp. (2019). "Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 199/PMK.010/2019 Tentang Ketentuan Kepabeanan, Cukai, dan Pajak atas Impor Barang Dagangan" <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2019/199~PMK.010~2019Per.pdf>
- Kementrian Keuangan Republik Indonesia, pp. (2019, January 14). BIBLIOGRAPHY Ini Ketentuan Pajak Bagi Pelaku E-commerce. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-ketentuan-pajak-bagi-pelaku-e-commerce/>.
- Khunaina, N., Ainul, K., & Susanti. (2021). "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Penerapan Sistem E-filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Wonocolo". *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 15, No.1.

Kontan. (2021). "Pelapak Di E-commerce Ditagih Pajak 35 juta, ini Penjelasan Ditjen Pajak."

Muhamad, M. S. (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Tahunan Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*, 69-89.

Maramis, H. (2021). *Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu*. a tanggal 8 Juni 2018." Biro Umum dan Keuangan.

Patriandari, & Safitri, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pengguna E-commerce. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol.3, No.1.

Rusdiono Consulting, pp. (2021, November 19). "Wajib Pajak Orang Pribadi Pengusaha Tertentu." RDN

Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan.

Undang-undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.

