

IMPLEMENTASI THEORY OF PLANNED BEHAVIOR DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA PELAKU USAHA E-COMMERCE

Nanik Qosidah, Galuh Aditya, Sri Handoko, Didik Sofian Haryadi
Universitas Sains Dan Teknologi Komputer

Article Info

Received 09 Juni 2023

Received in revised form 21 Juni 2023

Accepted 11 Juli 2023

Available online 12 Juli 2023

Keyword:

Faktor individu
Faktor sosial
Faktor informasi

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan menguji niat dan perilaku kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *E-commerce* dari perspektif *theory of planned behavior* (faktor : individu, sosial dan informasi). Originalitas terdapat pada pengukuran yang masih jarang diuji oleh para peneliti di Indonesia terdiri dari : (1). Faktor individu, menggunakan indikator pengalaman. (2). Faktor social, dengan pengukuran tingkat pendidikan, jenis kelamin, pendapatan dan lama usaha. (3). Faktor informasi, berdasarkan indikator pengetahuan dan sarana pelaporan. Metodologi dengan desain penelitian kuantitatif, memuat populasi para pelaku usaha pengguna *E-commerce* yang ada di Jawa Tengah. Sampel ditentukan dengan menggunakan *sample random sampling* diperoleh 175 responden. Uji instrumen terdiri dari *bartlett's test of sphericity*, *KMO*, *loading factors*, dan *alpha cronbach*. Alat analisis menggunakan regresi linier sederhana dan berganda. Hasil penelitian terungkap bahwa faktor individu, dan faktor sosial menunjukkan terjadinya *gap* atas *theory of planned behavior*, namun yang selaras secara signifikan terhadap niat patuh adalah faktor informasi. Selanjutnya niat tersebut berimplikasi terhadap meningkatnya perilaku secara signifikan untuk patuh melaporkan SPT PPh orang pribadi. Novelty Keterbaruan dari penelitian ini yaitu sebagian besar responden menyatakan belum mengetahui bahwa secara otomatis identitas pribadi, dan rekapitulasi pendapatan dilaporkan kepada Kantor Pelayanan Pajak (secara sistem), namun mempunyai niat yang tinggi untuk melaporkan SPT PPh orang pribadi. Artinya, berdasarkan hasil penelitian ini dibutuhkan dibutuhkan peran pemerintah untuk dapat meningkatkan pengetahuan.

1. Pendahuluan

Pajak mempunyai peran yang sangat krusial bagi peningkatan pendapatan Negara, diantaranya berkontribusi dalam Anggaran Pendapatan, dan Belanja Negara (APBN) hingga 82% (Rismawanti, 2021), dan juga merupakan indikator pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Misalnya yang bersumber dari Pajak Penghasilan (PPh) orang pribadi, dinyatakan oleh Egbunike et al. (2018), dan Gashi et al. (2018) berdampak positif dan signifikan terhadap APBN dan PDB. Dinyatakan pula oleh Menteri Keuangan, bahwa di Indonesia hingga akhir tahun 2020 bahwa penerimaan PPh orang pribadi tumbuh 2,46% (*yoy*), dan merupakan satu-satunya jenis pajak yang masih tumbuh positif di tengah pandemi covid-19. Kondisi ini tentu saja memberikan *signal* bagi negara Indonesia harus semakin melakukan reformasi supaya kontribusi PPh semakin meningkat mencapai target.

Kabar baik tersebut hanya untuk para wajib pajak orang pribadi kelompok karyawan, namun kepatuhan PPh untuk orang pribadi kelompok non karyawan masih rendah (Suryanto, 2020). Sehubungan dengan hal ini, maka Direktorat Jenderal Pajak (DJP) juga mengungkapkan kelompok wajib pajak tersebut memiliki tingkat kepatuhan penyampaian Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) yang masih rendah yaitu <50% dari yang ditargetkan (Hariani, 2021). Kepatuhan pajak adalah suatu konsep yang terkait dengan kesediaan individu

Received 06 April, 2023; Revised 27 April, 2023; Accepted 03 Mei, 2023

untuk bertindak sesuai dengan peraturan perundang-undangan, dan administrasi perpajakan tanpa harus dihubungkan dengan tindakan penegakan. Sehubungan dengan kepatuhan pajak dengan demikian menjadi sangat menarik untuk dilakukan kajian, karena mempunyai tingkat kompleksitas dan multidimensi yang beragam. Hal ini dikarenakan ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk bereaksi terhadap perpajakan (Lois, 2019).

Kepatuhan wajib pajak diatur dalam Keputusan Menteri Keuangan RI. No. 74/PMK.03/2012 tentang Tata Cara Penetapan dan Pencabutan Penetapan Wajib Pajak Dengan Kriteria Tertentu Dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak. Kepatuhan tersebut diantaranya diukur dari indikator rasio ketepatan waktu penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT). Kenyataannya masih ada kesenjangan tingkat kepatuhan antara wajib pajak orang pribadi kelompok karyawan dan non karyawan (termasuk pelaku UMKM). Rasio kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan SPT PPh orang pribadi kelompok karyawan dalam 5 (lima) tahun terakhir mengalami peningkatan 16,63%, namun untuk non karyawan terjadi penurunan hingga 30,94% (Laporan Tahunan DJP, 2020).

Upaya untuk mengatasi kesenjangan kepatuhan tersebut, maka Kementerian Keuangan Republik Indonesia membuat Keputusan Menteri Keuangan No. 885/KMK.03/2016 tentang Pembentukan Tim Reformasi Perpajakan. Maksud dan tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kepatuhan dari para wajib pajak secara sukarela (Kementerian Keuangan, 2016). Selanjutnya, juga membentuk 3 (tiga) segmentasi yaitu wajib pajak besar atau pengusaha besar, serta UMKM. Pelaku UMKM yang baru marak saat ini adalah dengan menggunakan fasilitas *E-commerce*. Hasil survei *goole* tahun 2022 mengungkapkan bahwa pengguna *E-commerce* ke depan 32% diprediksi akan mengalami peningkatan (Widi, 2022). Di Jawa Tengah sendiri secara nasional menduduki ranking 3 (tiga) pada tahun 2021, dengan demikian terjadi peningkatan dibandingkan pada tahun 2020 yaitu ranking 8 (Badan Pusat Statistik, 2022). Kondisi tersebut harapannya memberikan probabilitas kontribusi positif bagi pemerintah melalui Dirjen Pajak dalam menumbuhkan pendapatan perpajakan. Kenyataannya berbeda, sebagaimana yang dinyatakan di dalam penelitian Magdalena dan Frederica (2021), bahwa 76% responden mempunyai kepatuhan yang tinggi, namun setelah diberlakukannya regulasi perpajakan *e-commerce* menjadikan kepatuhan turun (4%), dan 20% memiliki kepatuhan yang sama.

Artinya bahwa mengandalkan regulasi saja tidak cukup memadai untuk meningkatkan kepatuhan dari para wajib pajak secara sukarela, sehingga dibutuhkan untuk memahami berbagai determinan yang diduga bisa menjadi penyebabnya. Angraini (2018) di dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *theory of planned behavior*, yang dipandang dipandang mempunyai relevansi tinggi untuk menjelaskan/melihat niat yang kemudian berdampak pada perilaku (Wibowo, 2023). Bellova and Spirikova (2021) juga mengungkapkan bahwa selama 10 tahun terakhir, *theory of planned behavior* relevan untuk melakukan pengukuran terkait dengan Undang-Undang perpajakan. *Theory of planned behavior* yang merupakan perluasan dari *theory of reasoned action*, pertama kali diuji oleh Ajzen dan Madden (1986), dimana sebuah model yang bisa dijadikan sebagai sarana untuk melakukan prediksi perilaku di masa mendatang baik secara positif maupun negatif.

Ajzen (1991) memberikan definisi mengenai *theory of planned behavior* adalah sebuah teori yang dirancang untuk memprediksi, dan menjelaskan perilaku manusia dalam konteks tertentu. Selanjutnya, Arham dan Firmansyah (2021) juga mengungkapkan bahwa *theory of planned behavior* merupakan teori perilaku yang paling banyak digunakan untuk mengukur kepatuhan wajib pajak. Hasilnya bahwa masih menunjukkan perbedaan hasil antara penelitian sebelumnya, yaitu ada yang memberikan kesimpulan berpengaruh positif maupun negatif, bahkan tidak berdampak terhadap kepatuhan pajak pelaku UMKM di Indonesia. Pengukuran dari *theory of planned behavior* dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa faktor. Pertama, faktor individu, yang terdiri dari kepribadian, kecerdasan, dan pengalaman. Kedua, faktor sosial, antara lain pendidikan, umur, jenis kelamin, pendapatan, agama, ras, suku, budaya, motivasi, pendapatan, dan lama usaha. Ketiga, faktor informasi, menyangkut pengetahuan, media/sarana, dan intervensi regulasi (Bellova and Spirikova, 2021).

Faktor individu adalah aturan dan standar yang ada dalam diri atau internal masing-masing individu yang dapat membentuk perilaku (Bobek et al, 2013). Selanjutnya mengacu pada pada keyakinan tentang harapan normatif dari referensi penting dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (Smart, 2012). Penelitian dari Bellova and Spirikova (2021) bahwa faktor individu berdampak positif dan signifikan terhadap niat atas perilaku. Penelitian tersebut mendapat pertentangan dari Angraini (2018), Natoen dkk (2020), Khozen dan Setyowati (2023), yang mana faktor individu justru tidak mampu mempengaruhi niat individu dalam konteks tertentu. Arham dan Firmansyah (2021) sehubungan dengan faktor individu, direkomendasikan menggunakan indikator pengalaman, masih jarang dilakukan pengujian di Indonesia.

Faktor sosial merupakan aturan dan standar yang dipahami oleh individu dan/atau anggota kelompok, dan yang membimbing dan/atau membatasi perilaku sosial tanpa kekuatan hukum (Bobek et al, 2013). Mayoritas di dalam penelitian Lois (2019) menunjukkan perspektif yang positif terhadap niat kepatuhan pajak akibat adanya pengaruh faktor sosial. Pengukuran dalam faktor sosial dalam mempengaruhi niat kepatuhan dari para wajib pajak dalam melaporkan SPT PPh orang pribadi mengacu rekomendasi dari Arham dan Firmansyah (2021), yaitu menyangkut tingkat pendidikan, jenis kelamin, pendapatan dan lama usaha. Disisi

lain, pengukurna tersebut menurut Barannyk et al (2021) adalah sangat penting, karena pajak tersebut bergantung pada karakteristik pribadi serta pendapatan. Berbeda halnya dengan hasil pengujian dari Natoen dkk (2020), Hidayati et. al. (2023), Markonah dan Manrejo (2022), Widyari et al (2021), Hasanudin dkk. (2020), Dwianika dan Naurisa (2019) yang memberikan kesimpulan bahwa faktor tersebut tidak berpengaruh terhadap niat untuk patuh.

Faktor informasi adalah aturan dan standar yang dapat menumbuhkan niat dan membangun perilaku terutama yang bersumber dari eksternal (Bobek et al, 2013). Arham dan Firmansyah (2021) mengungkapkan bahwa sehubungan dengan faktor informasi yang masih sangat jarang dilakukan sebagai alat ukur adalah pengetahuan dan sarana pelaporan. Pada penelitian Muzakkir dkk (2019), Natoen dkk (2020), Zulma (2020), Gangodawilage et al (2021), Utam et. al. (2021), Granfon, et. al. (2023), Junaid (2023), Syahdan et al. (2023), Fikry, et al. (2023), Rokhman (2023) menyimpulkan bahwa adanya faktor informasi yang memadai berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat individu untuk memenuhi kepatuhan. Kondisi sebaliknya, diungkap dalam wawancara kepada Leonardo dan Tjen (2020) kepada PT. Bukalapak.com bahwa kurangnya informasi menyebabkan pengetahuan yang rendah dari para pelaku usaha *E-commerce* maka tidak berdampak pada kepatuhan atas pelaporan pajak, sebagaimana yang diharapkan. Diantaranya nampak dari hasil pengolahan data akibat pengetahuan yang kurang, bahwa 26,56% para pelaku usaha tersebut belum mempunyai NPWP. Survei Jamain (2019) kepada 100 orang pelaku *E-commerce*, yang mana 82% diantaranya sudah memiliki NPWP namun juga mempunyai niat kepatuhan yang rendah.

Berdasarkan fenomena rendahnya kepatuhan wajib pajak orang pribadi, adanya inkonsistensi dari dan hasil *review* berbagai hasil penelitian terdahulu, maka dapat ditarik benang merah atas originalitas dalam kajian ini yaitu mengacu rekomendasi dari Arham dan Firmansyah (2021). Dinyatakan bahwa pengukuran yang masih jarang diuji oleh para peneliti di Indonesia terdiri dari : Pertama, faktor pribadi menggunakan indikator pengalaman. Kedua, faktor sosial dengan pengukuran tingkat pendidikan, jenis kelamin, pendapatan dan lama usaha. Ketiga, faktor informasi berdasarkan indikator pengetahuan dan sarana pelaporan. Selanjutnya ketiga faktor tersebut digunakan sebagai determinan untuk menguji niat kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *E-commerce*, yang selanjutnya menguji pengaruh niat terhadap perilaku patuh.

2. RESEARCH METHOD

Desain Penelitian, dan Operasionalisasi Variabel

Penelitian dilakukan dengan menggunakan desain kuantitatif, yaitu merupakan metode untuk mengembangkan dan menjawab pertanyaan penelitian. Dilakukan dengan mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur yang ada, berbagai hasil penelitian terdahulu, dan merancang untuk mengatasi berbagai kesenjangan tersebut (Jamieson, et al., 2022). Pertanyaan tersebut terkait dengan variabel-variabel penelitian yang dalam operasionalisasinya mengacu rekomendasi dari Arham dan Firmansyah (2021) :

Tabel 1 : Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator
Faktor individu	Pengalaman.
Faktor sosial	Pendidikan, Jenis kelamin, pendapatan, dan lama usaha.
Faktor informasi	Pengetahuan, dan Sarana pelaporan.
Niat patuh	Niat untuk : patuh terhadap regulasi, menyiapkan berbagai dokumen untuk pelaporan, mencari informasi cara pelaporan dan tanggal jatuh tempo, mengalokasikan dana, membayar tepat waktu dan sesuai dengan regulasi, kepatuhan untuk melaporkan.
Perilaku patuh	Bertindak selalu patuh melapor, tidak pernah mendapatkan surat dari Dirjen Pajak, tindakan jika mendapatkan surat dari Dirjen Pajak, bertindak untuk : menyiapkan berbagai dokumen, mencari informasi cara pelaporan dan tanggal jatuh tempo, mengalokasikan dana, membayar tepat waktu dan sesuai dengan regulasi.

Populasi, Teknik *Sampling*, dan Sampel

Populasi merupakan agregat atau kumpulan elemen atau objek di wilayah tertentu pada titik waktu tertentu dan sering menjadi subjek studi, sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi (Arnab, 2017). Pada konteks penelitian ini populasi ditetapkan para pelaku usaha pengguna *E-commerce* yang ada di Jawa Tengah, dan berdasarkan *sample random sampling* diperoleh sampel sebanyak 175 responden.

Sumber data

Data utama diperoleh dari sumber primer, dengan menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan dengan menggunakan *google form*, yang memuat identitas dan sekaligus tanggapan atas berbagai item

pertanyaan. Selanjutnya didukung/diperkuat dengan data sekunder, diperoleh dari berbagai referensi baik berupa teori-teori, artikel penelitian terdahulu, regulasi pemerintah, BPS, dan *web side*.

Uji Instrumen

Uji intrumen dilakukan dengan tahap uji *bartlett's test of sphericity*, yang dimaksudkan untuk menguji kelayakan variabel, dengan *cut off* 0,05. Dilanjutkan uji *KMO*, untuk mengetahui kecukupan sampel atau jumlah sampel merepresentasikan keseluruhan populasi (*cut off* 0,50). Instrumen juga diuji dengan *loading factors*, ditujukan untuk melihat validitas dari masing-masing indikator yang digunakan untuk mengukur variabel (*cut off* 0,40). Terakhir adalah uji *alpha cronbach*, untuk menguji kesahihan atas tanggapan seluruh responden dari berbagai item pertanyaan (*cut off* 0,70).

Alat Analisis

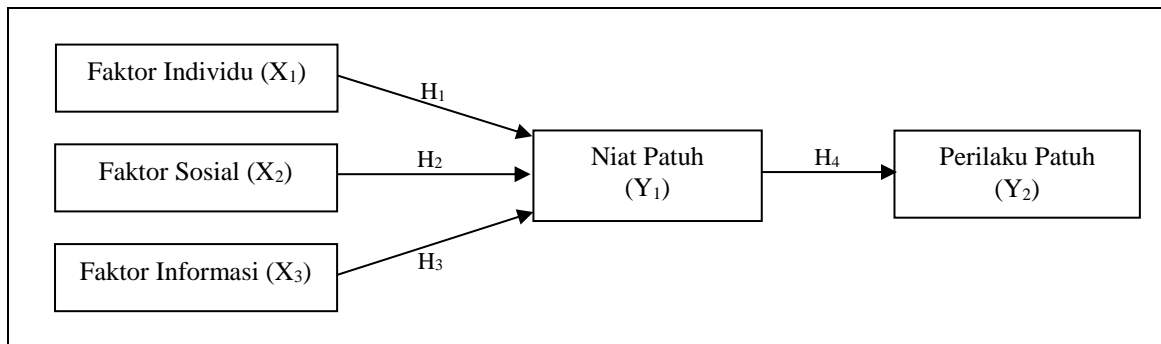
Analisis dilakukan 2 (dua) metode, Pertama, deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang identitas responden, dan tanggapan dari seluruh responden atas seluruh item pertanyaan. Kedua, inferensial dimaksudkan untuk melakukan pengujian hipotesis, dengan menggunakan metode *least square regression*, dengan tahap model I linier berganda, dan pada model II linier sederhana, dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e_1 \dots\dots\dots (I)$$

$$Y_2 = \beta_4Y_1 + e_2 \dots\dots\dots (II)$$

Pada model I dilanjutkan uji kelayakan model (uji F), dan koefisien determinasi (*adjusted R square*), namun untuk model II hanya dilakukan analisis besarnya korelasi (R). Selanjutnya dilakukan uji hipotesis dan sejalan dengan kerangka model (Gambar 1) sebagai berikut :

- H₁ : $\beta_1 > 0$ dan signifikansi < 0,05; maka faktor individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan wajib pajak.
- H₂ : $\beta_2 > 0$ dan signifikansi < 0,05; maka faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan wajib pajak.
- H₃ : $\beta_3 > 0$ dan signifikansi < 0,05; maka faktor informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan wajib pajak.
- H₄ : $\beta_4 > 0$ dan signifikansi < 0,05; maka niat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku patuh para wajib pajak.



Gambar 1 : Kerangka Model

3. RESULTS AND ANALYSIS

Analisis Deskriptif Profil Responden

Profil responden ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai identitas pribadi dari 175 responden. Teridir dari jenis kelamin, tingkat pedidikan terakhir, dan status pekerjaan formal (selain sebagai pelaku usaha *E-commerce*). Teknik analisis menggunakan statistik deskriptif metode *cross tab*, sebagaimana yang nampak pada Tabel 2 :

Tabel 2 : Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Tingkat Pendidikan

Jenis Kelamin	Cross Tab	Tingkat Pendidikan					Total
		SLTA	Diploma	S1	S2	Lainnya	
Laki-Laki	Count	23	14	58	24	3	122
	% within Jenis Kelamin	18.9%	11.5%	47.5%	19.7%	2.5%	100.0%
	% within Tingkat Pendidikan	79.3%	70.0%	63.7%	75.0%	100.0%	69.7%
	% of Total	13.1%	8.0%	33.1%	13.7%	1.7%	69.7%
Perempuan	Count	6	6	33	8	0	53
	% within Jenis Kelamin	11.3%	11.3%	62.3%	15.1%	0.0%	100.0%
	% within Tingkat Pendidikan	20.7%	30.0%	36.3%	25.0%	0.0%	30.3%

Jenis Kelamin	Cross Tab	Tingkat Pendidikan					Total
		SLTA	Diploma	S1	S2	Lainnya	
	% of Total	3.4%	3.4%	18.9%	4.6%	0.0%	30.3%
	Count	29	20	91	32	3	175
Total	% within Jenis Kelamin	16.6%	11.4%	52.0%	18.3%	1.7%	100.0%
	% within Tingkat Pendidikan	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	16.6%	11.4%	52.0%	18.3%	1.7%	100.0%

Sumber : data primer diolah (2023).

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebanyak 122 responden (69,7%) dari 175 responden didominasi oleh laki-laki, yang mana 47,5% diantaranya mempunyai jenjang pendidikan tertinggi adalah S1, dan diikuti lulusan S2 sebanyak 19,7%. Berhubung teknik pengambilan sampel ditetapkan secara *random*, maka laki-laki dalam konteks lebih responsif di dalam memberikan tanggapan dibandingkan dengan perempuan. Artinya dengan demikian, lebih mempunyai tingkat keingintahuan yang lebih tinggi mengenai hal-hal yang terkait dengan aturan perpajakan bagi pelaku usaha pengguna media *E-commerce*. Hal bisa dipahami, karena para responden tersebut mempunyai tingkat pendidikan yang sangat memadai (S2), dengan demikian secara general diharapkan mempunyai pengetahuan yang memadai untuk memahami bukan saja hanya mengenai hak, namun sekaligus berbagai kewajiban sebagai wajib pajak untuk mematuhi segala peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Tabel 3 : Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Formal

Bekerja Formal	Cross Tab	Jenis Pekerjaan Formal						Total
		PNS	Guru	Swasta	Wrsw	IRT	Lainnya	
Tidak	Count	0	0	0	62	53	34	149
	% within Bekerja Formal	0.0%	0.0%	0.0%	41.6%	35.6%	22.8%	100.0%
	% within Jenis Pekerjaan	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%	85.1%
	% of Total	0.0%	0.0%	0.0%	35.4%	30.3%	19.4%	85.1%
Ya	Count	5	5	16	0	0	0	26
	% within Bekerja Formal	19.2%	19.2%	61.5%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	% within Jenis Pekerjaan	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.9%
	% of Total	2.9%	2.9%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	14.9%
Total	Count	5	5	16	62	53	34	175
	% within Bekerja Formal	2.9%	2.9%	9.1%	35.4%	30.3%	19.4%	100.0%
	% within Jenis Pekerjaan	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	2.9%	2.9%	9.1%	35.4%	30.3%	19.4%	100.0%

Sumber : data primer diolah (2023).

Berdasarkan Tabel 3 nampak bahwa para responden pelaku usaha *E-commerce* pada konteks ini sebagian besar responden (149 orang atau 85,1%) tidak terikat dengan pekerjaan formal. Selebihnya hanya 26 orang yang (14,9%) mempunyai pekerjaan formal, yang mana diantaranya masing-masing 5 (lima) orang sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan Guru, selebihnya 16 orang karyawan swasta. Bagi yang tidak terikat dengan pekerjaan formal, 62 orang (41,6%) diantaranya murni sebagai pelaku wirausahawan, selanjutnya sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 53 orang (35,6%). Artinya bahwa responden ini sebagian besar berkonsentrasi untuk menjalankan usaha yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan berbagai media yang dipersiapkan oleh *E-commerce*. Hal ini dengan demikian pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mempunyai potensi yang besar untuk meningkatkan kepatuhan perpajakan dengan memberikan pemahaman, misalnya melalui berbagai media yang bisa digunakan untuk memberikan sosialisasi.

Tanggapan Responden Atas Variabel Faktor Individu

Menurut *theory of planned behavior* perilaku disebabkan oleh faktor individu, merupakan sebuah aturan dan standar yang ada dalam diri atau internal masing-masing individu, yang dapat diukur dengan menggunakan indikator pengalaman (Bellova and Spirkova, 2021). Individu yang dimaksud adalah pelaku *E-commerce* yang sekaligus sebagai wajib pajak atas usaha yang dijalankan, dan indikator tersebut tentu saja pengalaman untuk melaporkan SPT PPh orang pribadi. Tanggapan dari 175 responden, sebagaimana yang nampak pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4 Tanggapan Responden Mengenai Pengalaman Pelaporan SPT PPh Orang Pribadi

Pengalaman	Cross Tab	Bertindak Atas Nama			Total
		Diri Sendiri	Pihak Lain	Belum Berpengalaman	

Belum	Count	0	0	96	96
Berpengalaman	% within Pengalaman	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
	% within Bertindak A/N	0.0%	0.0%	100.0%	54.9%
	% of Total	0.0%	0.0%	54.9%	54.9%
Berpengalaman	Count	65	14	0	79
	% within Pengalaman	82.3%	17.7%	0.0%	100.0%
	% within Bertindak A/N	100.0%	100.0%	0.0%	45.1%
	% of Total	37.1%	8.0%	0.0%	45.1%
Total	Count	65	14	96	175
	% within Pengalaman	37.1%	8.0%	54.9%	100.0%
	% within Bertindak A/N	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	37.1%	8.0%	54.9%	100.0%

Sumber : data primer diolah (2023).

Nampak pada Tabel 4 bahwa sebagian besar responden (96 orang atau 54,9%) menyatakan belum mempunyai pengalaman melakukan pelaporan SPT PPh orang pribadi. Selebihnya, 79 orang (45,1%) menyatakan sudah mempunyai pengalaman, 65 orang (37,1%) diantaranya bertindak atas diri sendiri, selebihnya atas nama pihak lain. Pengalaman dari para wajib pajak ini dengan demikian memberikan dukungan yang positif bagi Dirjen Pajak untuk dapat meningkatkan kepatuhan para wajib pajak. Tanggapan responden ini perlu dilakukan kajian lebih mendalam lagi, untuk mengetahui frekuensi atas pengalaman tersebut. Pengalaman menyampaikan laporan SPT PPh orang pribadi yang berulang-ulang, dengan demikian responden merupakan individu yang mempunyai potensi kepatuhan tinggi. Permasalahannya hal yang perlu dikaji lebih lanjut, yaitu pengalaman tersebut hanya bersifat hanya kebetulan atau terpaksa, dan perlu di lanjutkan mengenai frekuensi pengalamannya berapa kali.

Tanggapan Responden Atas Variabel Faktor Sosial

Theory of planned behavior memberikan pengukuran kepatuhan dengan faktor sosial, yaitu aturan dan standar yang dipahami oleh anggota kelompok, yang membimbing dan/atau membatasi perilaku sosial tanpa kekuatan hukum (Bellova and Spirikova, 2021). Pada konteks penelitian ini dilakukan dengan menggunakan indikator pendidikan, jenis kelamin, pendapatan, dan lama usaha. Tanggapan responden mengenai pendidikan, dan jenis kelamin (Tabel 2), selanjutnya mengenai pendapatan, dan lama usaha sebagaimana yang nampak pada Tabel 5 dan Tabel 6 berikut :

Tabel 5 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Penghasilan

Rata-Rata Pendapatan (Rp)	Cross Tab	Tingkat Kecukupan / Memadai					Total
		Sangat tidak memadai	Tidak memadai	Cukup memadai	Memadai	Sangat memadai	
< 5.000.000,-	Count	12	54	44	1	3	114
	% within Rata-rata	10.5%	47.4%	38.6%	0.9%	2.6%	100.0%
	% within Memadai	85.7%	80.6%	62.9%	5.6%	50.0%	65.1%
	% of Total	6.9%	30.9%	25.1%	0.6%	1.7%	65.1%
5.000.000,- s/d 10.000.000,-	Count	2	13	17	9	0	41
	% within Rata-rata	4.9%	31.7%	41.5%	22.0%	0.0%	100.0%
	% within Memadai	14.3%	19.4%	24.3%	50.0%	0.0%	23.4%
	% of Total	1.1%	7.4%	9.7%	5.1%	0.0%	23.4%
11.000.000,- s/d 20.000.000,-	Count	0	0	9	4	0	13
	% within Pendapatan	0.0%	0.0%	69.2%	30.8%	0.0%	100.0%
	% within Memadai	0.0%	0.0%	12.9%	22.2%	0.0%	7.4%
	% of Total	0.0%	0.0%	5.1%	2.3%	0.0%	7.4%
> 20.000.000,-	Count	0	0	0	4	3	7
	% within Rata-rata	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%	42.9%	100.0%
	% within Memadai	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	50.0%	4.0%
	% of Total	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	1.7%	4.0%
Total	Count	14	67	70	18	6	175
	% within Rata-rata	8.0%	38.3%	40.0%	10.3%	3.4%	100.0%
	% within Memadai	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	8.0%	38.3%	40.0%	10.3%	3.4%	100.0%

Sumber : data primer diolah (2023).

Berdasarkan Tabel 5 nampak bahwa sebagian besar responden (114 orang atau 65,1%) mempunyai rata-rata pendapatan dari usaha melalui *E-commerce* adalah kurang dari Rp. 5.000.000,- dan rentang pendapatan ini sebagian besar menyatakan cukup memadai (70 orang atau 40%) dan 67 orang (38,3%) tidak memadai. Artinya, pendapatan para responden ini dengan demikian belum memenuhi harapan mengingat untuk melakukan penjualan secara *online* juga membutuhkan modal. Misalnya stabilitas internet, jika ada pertanyaan-pertanyaan dari konsumen pelayanan harus siap 24 jam, adanya risiko pembatalan pembelian terutama jika menggunakan metode *Cash On Delivery (COD)*, alamat konsumen tidak ditemukan oleh kurir.

Tabel 6 : Tanggapan Responden Mengenai Lama Usaha dan Jenis Produk Yang Dijual

Jenis Produk Yang Dijual	Cross Tab	Lama Usaha		Total
		<2 tahun	2-5 tahun	
Pakaian	Count	44	2	46
	% within Jenis Produk Yang Dijual	95.7%	4.3%	100.0%
	% within Lama Usaha	25.6%	66.7%	26.3%
	% of Total	25.1%	1.1%	26.3%
Makanan dan/atau minuman	Count	38	1	39
	% within Jenis Produk Yang Dijual	97.4%	2.6%	100.0%
	% within Lama Usaha	22.1%	33.3%	22.3%
	% of Total	21.7%	0.6%	22.3%
Perabot rumah tangga	Count	6	0	6
	% within Jenis Produk Yang Dijual	100.0%	0.0%	100.0%
	% within Lama Usaha	3.5%	0.0%	3.4%
	% of Total	3.4%	0.0%	3.4%
Farmasi	Count	11	0	11
	% within Jenis Produk Yang Dijual	100.0%	0.0%	100.0%
	% within Lama Usaha	6.4%	0.0%	6.3%
	% of Total	6.3%	0.0%	6.3%
Alat kesehatan	Count	4	0	4
	% within Jenis Produk Yang Dijual	100.0%	0.0%	100.0%
	% within Lama Usaha	2.3%	0.0%	2.3%
	% of Total	2.3%	0.0%	2.3%
Kosmetik	Count	4	0	4
	% within Jenis Produk Yang Dijual	100.0%	0.0%	100.0%
	% within Lama Usaha	2.3%	0.0%	2.3%
	% of Total	2.3%	0.0%	2.3%
Lainnya	Count	65	0	65
	% within Jenis Produk Yang Dijual	100.0%	0.0%	100.0%
	% within Lama Usaha	37.8%	0.0%	37.1%
	% of Total	37.1%	0.0%	37.1%
Total	Count	172	3	175
	% within Jenis Produk Yang Dijual	98.3%	1.7%	100.0%
	% of Total	98.3%	1.7%	100.0%

Sumber : data primer diolah (2023).

Nampak pada Tabel 6 responden yang ditetapkan secara *random* menjalankan usaha dengan menggunakan media *E-commerce* didominasi (172 orang atau 98,3%) lama usaha kurang dari 2 (dua) tahun yang mana sebagian besar memasarkan produk yang termasuk ke kategori lainnya. Misalnya, sebagaimana maraknya saat ini yaitu berbagai tanaman hias, asesoris, peralatan dan perlengkapan sekolah, elektronik, dan sebagainya. Diikuti oleh responden yang menjalankan usaha di bidang *fashion* atau pakaian dan sejenisnya. Jenis produk yang dijual oleh para responden pada saat ini baru menjadi *trend*, dengan demikian permintaan dari konsumen meningkat. Selanjutnya, pendapatan juga berkembang dengan baik harapannya diikuti dengan kepatuhan akan kewajiban perpajakan.

Tabel 7 : Tanggapan Responden Mengenai *Trend* Pendapatan Media *E-Commerce* Yang Digunakan

Trend Pendapatan	Cross Tab	Media					Total
		Shopee	Lazada	Bukalapak	Tokopedia	Lainnya	
	Count	21	0	7	21	21	70
	% within Pendapatan	30.0%	0.0%	10.0%	30.0%	30.0%	100.0%

Trend	Cross Tab	Media					Total
		Shopee	Lazada	Bukalapak	Tokopedia	Lainnya	
Pendapatan cenderung mengalami penurunan	% within Media	29.2%	0.0%	77.8%	48.8%	45.7%	40.0%
	% of Total	12.0%	0.0%	4.0%	12.0%	12.0%	40.0%
Pendapatan cenderung stabil	Count	43	4	2	17	21	87
	% within Pendapatan	49.4%	4.6%	2.3%	19.5%	24.1%	100.0%
	% within Media	59.7%	80.0%	22.2%	39.5%	45.7%	49.7%
	% of Total	24.6%	2.3%	1.1%	9.7%	12.0%	49.7%
Pendapatan cenderung mengalami peningkatan	Count	8	1	0	5	4	18
	% within Trend	44.4%	5.6%	0.0%	27.8%	22.2%	100.0%
	% within Media	11.1%	20.0%	0.0%	11.6%	8.7%	10.3%
	% of Total	4.6%	0.6%	0.0%	2.9%	2.3%	10.3%
Total	Count	72	5	9	43	46	175
	% within Trend	41.1%	2.9%	5.1%	24.6%	26.3%	100.0%
	% within Media	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	41.1%	2.9%	5.1%	24.6%	26.3%	100.0%

Sumber : data primer diolah (2023).

Tanggapan responden pada Tabel 7 menunjukkan bahwa media *E-commerce shopee* yang lebih banyak digunakan oleh para responden yaitu 72 orang (41,1%), dan 43 orang (49,4%) diantaranya menyatakan dengan *trend* pendapatan yang cenderung stabil. Berbeda halnya dari 46 orang (26,3%) pengguna media tokopedia, sebagian besar (21 orang atau 30%) justru ada *trend* pendapatan menurun. Banyak media yang diteliti, tidak ada yang menyatakan memberikan dampak penjualan yang cenderung mengalami peningkatan. Terlepas itu semua, pada tabel ini nampak bahwa media shopee memberikan dampak yang lebih baik kepada para pelaku usaha *E-commerce* dibandingkan dengan lazada, bukalapak, tokopedia, dan media lainnya.

Tanggapan Responden Atas Variabel Faktor Informasi

Mengacu pula pada *theory of planned behavior* bahwa perilaku individu juga dipengaruhi oleh faktor informasi, yang memberikan aturan dan standar dimaksudkan untuk menumbuhkan niat dan membangun perilaku terutama yang bersumber dari eksternal (Bellova and Spirikova, 2021). Tanggapan responden mengenai hal ini diukur dengan pengetahuan, dan sarana pelaporan.

Tabel 8 : Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan Wajib Pajak *E-Commerce*

Item Pertanyaan	Mean	Mode	Min	Max
Pengetahuan Tentang Identitas dan Penjualan Dilaporkan ke DJP	1	1	1	2
Pengetahuan Wajib Melaporkan SPT PPh Orang Pribadi	2	2	1	2
Pengetahuan Wajib Memiliki NPWP	2	2	1	2
Sarana Pelaporan SPT PPh Orang Pribadi Melalui Fitur SPT Siap Saji	2	2	1	2
Fitur SPT Memotivasi Untuk Melaporkan SPT PPh Orang Pribadi	2	3	1	3

Sumber : data primer diolah (2023).

Pada Tabel 8 nampak bahwa rata-rata responden menyatakan tidak tahu bahwa identitas dan rekapitulasi penjualan para pelaku usaha pengguna *e-commerce* secara otomatis dilaporkan kepada Ditjen Pajak. Disisi lain, rata-rata menyatakan sudah mengetahui kalau wajib melaporkan SPT PPh orang pribadi setiap periodik, dan secara otomatis juga harus mempunyai NPWP. Terkait dengan sarana, bahwa responden juga rata-rata sudah mengetahui bahwa saat ini sudah ada sarana pelaporan SPT PPh orang pribadi menjadi lebih mudah karena melibatkan teknologi dengan *tool* fitur SPT siap saji. Selanjutnya, rata-rata juga menyatakan dengan fitur tersebut cukup memberikan motivasi untuk melaporkan SPT PPh orang pribadi sesuai dengan regulasi, namun ada pula responden yang menyatakan sangat termotivasi. Hasil tanggapan responden ini dengan demikian mempunyai indikasi positif terhadap perilaku patuh sebagai wajib pajak.

Tanggapan Responden Atas Variabel Niat Patuh

Intention yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kesediaan wajib pajak untuk bertindak patuh sesuai dengan semangat serta peraturan perundang-undangan dan administrasi perpajakan, dan tanpa harus terlebih dahulu dilakukan kegiatan penegakan dari otoritas pajak (James dan Alley, 1999). Sehubungan dengan hal ini mendapat tanggapan dari para responden sebagaimana yang nampak pada tabel berikut :

Tabel 9 : Tanggapan Responden Mengenai Niat Kepatuhan Wajib Pajak

Item Pertanyaan	Mean	Mode	Min	Max
Niat Kepatuhan untuk Melaporkan SPT PPh Orang Pribadi	4	4	1	5

Niat menyiapkan Berbagai Dokumen Untuk Pelaporan Pajak	4	5	2	5
Niat untuk Mencari Informasi Cara Melaporkan Pajak	4	5	1	5
Niat untuk Mencari Informasi Tanggal Jatuh Tempo Pelaporan	4	5	2	5
Niat untuk Mengalokasikan Dana Untuk Membayar Pajak	4	5	1	5
Niat untuk Untuk Membayar PPh Tepat Waktu	4	5	2	5
Niat untuk Membayar PPh Sesuai Dengan Regulasi	4	5	2	5

Sumber : data primer diolah (2023).

Rata-rata tanggapan responden sebagaimana yang ada pada Tabel 9 berniat patuh melaporkan SPT PPh orang pribadi. Didukung dengan tanggapan yang positif yaitu rata-rata responden juga berniat untuk menyiapkan berbagai dokumen yang dibutuhkan terkait dengan pelaporan pajak. Selanjutnya, mempunyai niat yang baik pula untuk mencari informasi mengenai cara melaporkan pajak, tanggal jatuh tempo pelaporan. Nampak pula rata-rata juga berniat untuk mengalokasikan dana, melaporkan dan/atau membayar PPh orang pribadi tepat waktu, serta sesuai dengan regulasi. Hasil ini dengan demikian berpotensi niat kepatuhan semakin meningkat, didukung oleh tanggapan yang sering dinyatakan oleh responden adalah skor 5 (lima) dengan demikian sangat berniat untuk mematuhi aturan melaporkan SPT PPh orang pribadi pelaku usaha *E-commerce*.

Tanggapan Responden Atas Variabel Perilaku Patuh

Menurut *theory of planned behavior* bahwa niat yang timbul dari diri individu dapat memberikan dampak pada sikap untuk menentukan sebuah perilaku (Bellova and Spirkova, 2021). Perilaku yang dalam konteks penelitian ini adalah terkait dengan perilaku kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan SPT PPh orang pribadi atas usahanya di *E-commerce*. Tanggapan dari 175 responden sebagaimana yang nampak pada tabel berikut :

Tabel 10 Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Untuk Patuh

Item Pertanyaan	Mean	Mode	Min	Max
Bertindak untuk patuh melaporkan SPT PPh orang pribadi	4	4	1	5
Akibat perilaku tidak patuh pernah mendapatkan surat dari Dirjen Pajak	1	1	1	1
Tindakan Jika Mendapatkan Surat Dari Dirjen Pajak	2	2	1	3
Bertindak untuk menyiapkan berbagai dokumen untuk pelaporan pajak	4	5	2	5
Bertindak untuk mencari informasi cara melaporkan pajak	4	5	1	5
Bertindak untuk mencari informasi mengenai jatuh tempo pelaporan	4	5	2	5
Bertindak untuk mengalokasikan dana untuk membayar pajak	4	5	1	5
Bertindak untuk untuk membayar PPh tepat waktu	4	5	3	5
Bertindak untuk pembayaran PPh sesuai dengan regulasi.	4	5	3	5

Sumber : data primer diolah (2023).

Sehubungan dengan sikap patuh, sebagaimana yang nampak pada Tabel 10 rata-rata menyatakan bersedia untuk bersikap patuh melaporkan SPT PPh orang pribadi. Rata-rata juga belum punya pengalaman mendapat surat pemberitahuan/peringatan dari Dirjen Pajak, dan jika hal tersebut terjadi maka sebagai bentuk perilaku patuh maka akan mencari informasi/penjelasan ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) terdekat. Dinyatakan pula bahwa sikap patuh sebagai wajib pajak atas usaha yang dijalankan melalui *E-commerce* diwujudkan dengan mengarsip dan sekaligus menyiapkan berbagai dokumen untuk pelaporan pajak, meningkatkan pengetahuan melalui pencarian informasi tentang perpajakan, sekaligus perihal jatuh tempo. Responden juga rata-rata mengalokasikan dana untuk melakukan pembayaran pajak dengan tepat waktu dan sejalan dengan regulasi perpajakan *E-commerce*. Hasil ini dengan demikian mengindikasikan bahwa responden sekaligus sebagai wajib pajak mempunyai potensi perilaku patuh atas kewajiban perpajakan atas usaha yang dijalankan.

Uji Bartlett's Test of Sphericity, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), dan Validitas

Uji *Bartlett's test of sphericity* dimaksudkan untuk menguji kelayakan atas variabel penelitian dalam sebuah model penelitian. Selanjutnya, sampel juga merupakan bagian yang sangat krusial sehingga harus dilakukan pengujian kecukupannya dengan uji *KMO*, sekaligus layak tidaknya indikator sebagai pengukuran masing-masing variabel yaitu melalui uji validitas (*component matrix*). Pengujian ini dilakukan terhadap variabel independen (Tabel 11), dan dependen (Tabel 12) berikut :

Tabel 11 Uji *Bartlett's Test of Sphericity, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)*, dan Validitas Variabel Independen

Uji	Cut Off	Hasil	Kesimpulan
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	.05	.000	Variabel layak.
<i>KMO</i>	.50	.590	Sampel cukup.

Uji	Cut Off	Hasil	Kesimpulan
<i>Component Matrix (X₁) :</i>			
X _{1.1}	.40	.991	Valid
X _{1.2}	.40	.004	Valid
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	.05	.000	Variabel layak.
<i>KMO</i>	.50	.550	Sampel cukup.
<i>Component Matrix (X₂) :</i>			
X _{2.1}	.40	.651	Valid
X _{2.2}	.40	.542	Valid
X _{2.3}	.40	.782	Valid
X _{2.4}	.40	.794	Valid
X _{2.5}	.40	.551	Valid
X _{2.6}	.40	.567	Valid
X _{2.7}	.40	.632	Valid
X _{2.8}	.40	.621	Valid
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	.05	.000	Variabel layak.
<i>KMO</i>	.50	.762	Sampel cukup.
<i>Component Matrix (X₃):</i>			
X _{3.1}	.40	.740	Valid
X _{3.2}	.40	.839	Valid
X _{3.3}	.40	.696	Valid
X _{3.4}	.40	.818	Valid
X _{3.5}	.40	.440	Valid

Sumber : data primer diolah (2023).

Nampak bahwa untuk variabel faktor individu, faktor sosial, dan faktor informasi, masing-masing hasil pengolahan data diperoleh koefisien *bartlett's test of sphericity* < 0,05 dengan demikian bahwa seluruh variabel independen tersebut layak dijadikan sebagai konstruk dalam penelitian ini. Selanjutnya koefisien KMO > 0,50 dengan demikian jumlah sampel sebanyak 175 orang secara empiris sudah mampu merepresentasikan keseluruhan populasi. Selanjutnya, uji validitas terbukti mempunyai koefisien *component matrix* > 0,40 artinya bahwa seluruh indikator yang digunakan adalah valid, dengan demikian layak digunakan sebagai alat ukur dari seluruh variabel faktor individu, faktor sosial, dan faktor informasi yang dikaji dalam penelitian ini.

Kesimpulan yang sama untuk pengujian ini terhadap variabel niat (diukur dengan 7 item pertanyaan) dan perilaku patuh (9 item pertanyaan), juga masing-masing variabel dinyatakan layak untuk pengujian, nampak dari koefisien *bartlett's test of sphericity* < 0,05. Jumlah responden yang diteliti (175 orang) secara statistik juga sudah dinyatakan cukup untuk mewakili keseluruhan populasi (pelaku usaha *E-commerce* di Jawa Tengah), dibuktikan dengan besarnya koefisien KMO > 0,50. Sama halnya seluruh item pertanyaan yang ada pada variabel niat dan perilaku patuh seluruhnya adalah valid, sehingga tepat digunakan untuk mengkaji masing-masing variabel tersebut, terbukti dari koefisien *component matrix* > 0,40. Pengujian secara detail atas uji instrument terhadap variabel niat dan perilaku patuh dari para wajib pajak sebagaimana tertera pada Tabel 12.

Tabel 12 : Uji *Bartlett's Test of Sphericity*, *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)*, dan Validitas Variabel Dependen

Uji	Cut Off	Hasil	Kesimpulan
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	.05	.000	Variabel layak.
<i>KMO</i>	.50	.830	Sampel cukup.
<i>Component Matrix:</i>			
Y _{1.1}	.40	.561	Valid
Y _{1.2}	.40	.778	Valid
Y _{1.3}	.40	.719	Valid
Y _{1.4}	.40	.826	Valid
Y _{1.5}	.40	.773	Valid
Y _{1.6}	.40	.814	Valid
Y _{1.7}	.40	.832	Valid
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	.05	.000	Variabel layak.
<i>KMO</i>	.50	.762	Sampel cukup.
<i>Component Matrix:</i>			
Y _{2.1}	.40	.548	Valid
Y _{2.2}	.40	.623	Valid

$Y_{2.3}$.40	.497	Valid
$Y_{2.4}$.40	.796	Valid
$Y_{2.5}$.40	.709	Valid
$Y_{2.6}$.40	.801	Valid
$Y_{2.7}$.40	.763	Valid
$Y_{2.8}$.40	.781	Valid
$Y_{2.9}$.40	.827	Valid

Sumber : data primer diolah (2023).

Uji Reliabilitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui konsistensi tanggapan dari seluruh responden antar variabel. Pengujian dengan menggunakan *alpha cronbach* sebagaimana nampak pada tabel berikut :

Tabel 13 : Uji Reliabilitas

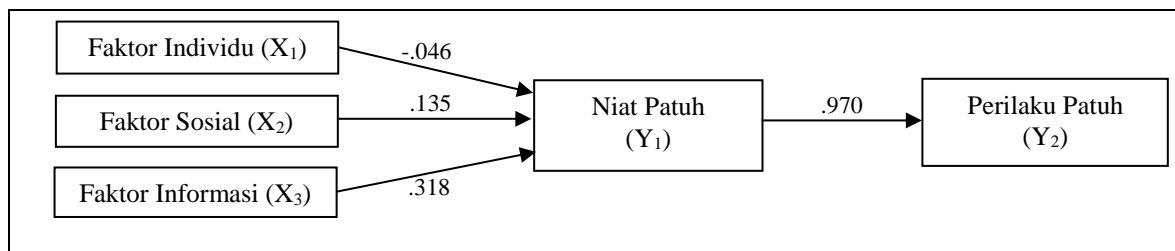
Variabel	Cut Off	Hasil	Kesimpulan
Faktor Individu (X_1)	.700	.734	Reliabel
Faktor Sosial (X_2)	.700	.811	Reliabel
Faktor Informasi (X_3)	.700	.731	Reliabel
Niat Patuh (Y_1)	.700	.868	Reliabel
Perilaku Patuh (Y_2)	.700	.841	Reliabel

Sumber : data primer diolah (2023).

Pada Tabel 13 nampak bahwa tanggapan dari 175 responden dari seluruh item pertanyaan yang ada pada variabel faktor individu, faktor sosial, faktor informasi, niat dan perilaku patuh mempunyai koefisien *alpha cronbach* > 0,700. Artinya bahwa tanggapan responden yang diberikan untuk seluruh item pertanyaan mempunyai konsistensi yang baik. Hasil ini dengan demikian respon yang diberikan dapat dipercaya sehingga bisa diandalkan sebagai dasar untuk melakukan berbagai pengujian selanjutnya.

Analisis Persamaan Model

Slope pengaruh merupakan salah satu unsur yang sangat krusial di dalam sebuah pengujian empiris, karena dapat dijadikan acuan tingkat kebermaknaan variabel independen terhadap dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data, persamaan model dapat dibangun sebagaimana nampak pada Gambar 2 berikut :



Gambar 2 : Hasil Persamaan Model

Gambar 2 menunjukkan hasil koefisien regresi baik untuk model I dan II, selanjutnya dapat disusun persamaan model berikut :

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y_1 = -0,046X_1 + 0,135X_2 + 0,318X_3$$

$$Y_2 = \beta_1 Y_1$$

$$Y_2 = 0,970Y_1$$

Pada persamaan model I nampak bahwa variabel faktor norma individu mempunyai *slope* pengaruh negatif. Artinya bahwa pada konteks ini faktor norma individu justru berdampak mengurangi niat untuk patuh melaporkan SPT PPh orang pribadi. Berbeda halnya dengan faktor sosial, dan faktor informasi berdampak positif atau meningkatkan niat para wajib pajak untuk patuh perpajakan atas berbagai jenis usaha yang dijalankan melalui media *E-commerce*. Selanjutnya, persamaan model II dapat dinyatakan dengan niat tinggi, akan meningkatkan perilaku kepatuhan wajib pajak untuk melaksanakan pelaporan SPT PPh sejalan dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Uji Model

Mengingat bahwa untuk model II pengujian terhadap regresi sederhana, dengan demikian uji model hanya dilakukan terhadap model I, dengan hasil sebagai berikut

Tabel 14 : Uji Model

Persamaan	Variabel		Uji F		Adj. R ²	R
	Independen	Dependen	F _h	Sig.		
I	Faktor individu (X ₁), faktor sosial (X ₂), faktor informasi (X ₃).	Niat patuh (Y ₁)	9,574	0,000	0,129	<i>Not tested</i>
II	Niat patuh (Y ₁).	Perilaku patuh (Y ₂)	<i>Not tested</i>			0,970

F_t = n-k-1; F_{t, α 5%} = 2,42.

Sumber : data primer diolah (2023).

Berdasarkan Tabel 14 nampak bahwa faktor individu, faktor sosial, dan faktor informasi mempunyai kemampuan model yang signifikan di dalam menjelaskan niat kepatuhan wajib pajak, meskipun tidak besar yaitu hanya 12,9%. Artinya bahwa, terbukti bahwa niat kepatuhan tidak hanya dipengaruhi oleh ketiga faktor tersebut, namun justru didominasi oleh aspek-aspek lainnya di luar model ini. Hal ini dikarenakan bahwa dalam model pengujian ini belum menggunakan sepenuhnya faktor-faktor yang ditetapkan oleh *theory of planned behavior*. Misalnya, menurut *theory of planned behavior* bahwa niat juga ditentukan oleh adanya berbagai keyakinan (perilaku, normatif, dan kontrol). Dinyatakan pula dibutuhkan sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kontrol atas perilaku yang dirasakan (Bellova and Spirikova, 2021). Berdasarkan teori tersebut, dengan demikian hal yang sangat logis jika faktor individu, faktor sosial, dan faktor informasi hanya mampu menjelaskan niat yang rendah, karena masih banyak faktor lain yang belum dimasukkan ke dalam model ini. Artinya dengan demikian bahwa berbagai faktor tersebut merupakan bagian yang mendominasi di dalam menumbuhkan niat kepatuhan para wajib pajak di dalam melaporkan SPT PPh orang pribadi.

Model II tidak dilakukan uji F, karena bukan merupakan model simultan sehingga hanya dilakukan uji atas besarnya korelasi (R). Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel niat mempunyai korelasi yang sangat kuat (97%) di dalam menjelaskan perilaku patuh. Argumennya bahwa dengan niat yang tinggi, maka akan berusaha untuk mencari atau bahkan meningkatkan pengetahuan tentang perpajakan. Selanjutnya dengan tingkat pengetahuan yang tinggi, maka akan mempengaruhi pikiran, yang selanjutnya berdampak pada perilaku sebagai wajib pajak untuk senantiasa mematuhi peraturan tentang pelaporan SPT PPh orang pribadi. Hasil ini dengan demikian sejalan dengan *theory of planned behavior* yang dinyatakan dalam studi empiris dari Bellova and Spirikova (2021), bahwa secara parsial niat memberikan dampak yang kuat terhadap penentuan sebuah perilaku.

Uji Hipotesis dan Pembahasan

Uji hipotesis ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen. Tabel 15 menunjukkan bahwa dari 4 (empat) hipotesis yang telah dirumuskan, 2 (dua) diantaranya terbukti tidak diterima (*gap*) atau tidak sejalan dengan *theory of planned behavior*. Hasil pengolahan data, yang selanjutnya dilakukan pengujian atas masing-masing hipotesis sebagaimana yang nampak pada tabel berikut :

Tabel 15 : Uji Hipotesis

Uji	Variabel		t _h	Sig	Kesimpulan
	Independen	Dependen			
H ₁	Faktor individu (X ₁)		-0,658	0,517	Hipotesis ditolak.
H ₂	Faktor sosial (X ₂)	Niat patuh (Y ₁)	1,842	0,067	Hipotesis ditolak.
H ₃	Faktor informasi (X ₃)		4,335	0,000	Hipotesis diterima.
H ₄	Niat patuh (Y ₁)	Perilaku patuh (Y ₂)	52,623	0,000	Hipotesis diterima.

T_t = k-1; t_{t, α5%, n175} = 1,654.

Sumber : data primer diolah (2023).

Pengaruh Faktor Individu Terhadap Niat Patuh

Tabel 15 menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan faktor individu berpengaruh positif terhadap niat patuh ditolak (H₁), karena secara statistik mempunyai -t hitung > -t tabel dengan signifikansi > alpha (-0,658 > -1,654 atau 0,517 > 0,05). Hasil ini dengan demikian dinyatakan bahwa faktor individu tidak berpengaruh terhadap niat patuh dari para wajib pajak pelaku usaha *E-commerce* untuk melaporkan SPT PPh orang pribadi. Faktor ini mendasarkan *theory of planned behavior* dengan menggunakan pengukuran pengalaman, dengan demikian tidak terbukti di dalam penelitian ini. Artinya, pengalaman yang pernah dialami oleh para responden untuk melaporkan SPT PPh orang pribadi tidak menjadikan motivasi untuk meningkatkan niat kepatuhan selanjutnya. Hasil ini menjadi semakin logis karena dari 175 responden, sebagian besar belum mempunyai pengalaman melaporkan SPT PPh orang pribadi (Tabel 4), hal ini semakin memperkuat pola pikir

yang tidak mengarah kepada perpajakan. Responden lebih berfokus pada strategi memenangkan persaingan atas usaha yang dijalani melalui media *E-commerce* sebagaimana pada dewasa ini yang semakin ketat.

Sejalan dengan pernyataan Rueda et al. (2015), bahwa faktor individu merupakan komponen terlemah dalam model *theory of planned behavior* di dalam memprediksi niat atas perilaku, bahkan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap niat, namun dibutuhkan mediator motivasi. Selanjutnya, bagi para responden yang sudah mempunyai pengalaman melaporkan SPT PPh orang pribadi, permasalahannya harus dikaji lebih lanjut terkait dengan hal tersebut. Mengingat menurut pernyataan dari Smart (2012) kepatuhan itu sendiri terdiri dari 2 (dua) kategori yaitu karena disengaja dan tidak disengaja. Pada kondisi individu mempunyai pengalaman yang disengaja, dengan demikian mempunyai niat patuh tanpa adanya paksaan, namun sebaliknya jika tidak disengaja maka dimungkinkan adanya pendampingan pada saat itu atau bahkan tekanan-tekanan tertentu. Artinya, terkait kategori pengalaman individu tersebut tidak bisa dijadikan tolak ukur akan membentuk keinginan selalu mempunyai niat yang konsisten untuk melakukan pelaporan SPT PPh orang pribadi atas usaha yang dijalani, dinyatakan pula oleh Wibowo (2023) bahwa niat dapat berubah seiring berjalannya waktu atau bahkan bersifat hanya sementara.

Angraini (2018), Natoen dkk (2020) dalam penelitiannya memberikan kesimpulan bahwa pengalaman individu sebagai pengukuran faktor individu tidak berpengaruh terhadap niat wajib pajak untuk bersikap patuh terhadap regulasi perpajakan. Khozen dan Setyowati (2023), Arham dan Firmansyah (2021) juga menyimpulkan bahwa faktor individu tidak berpengaruh terhadap niat patuh pajak.

Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Niat Patuh

Hasil yang sama bahwa faktor sosial juga tidak berpengaruh terhadap niat patuh melaporkan SPT PPh orang pribadi (H_2). Dibuktikan secara statistik bahwa mempunyai t hitung $< t$ tabel dengan signifikansi $> \alpha$ ($1,842 < 1,654$ atau $0,067 > 0,05$). Hasil pengujian tersebut dengan demikian bertentangan dengan *theory of planned behavior*. *Gap* ini dikarenakan bahwa faktor sosial merupakan bagian dari norma atau aturan, dan standar yang dipahami oleh individu/kelompok, selanjutnya mengarahkan dan bahwa memberikan batasan atas tindakan sosial tanpa adanya kekuatan hukum. Artinya bahwa faktor sosial karena ada kekuatan hukum yang ditegakkan, maka norma tersebut akan dengan mudah untuk dilanggar, dengan demikian tidak dapat menimbulkan niat untuk mematuhi regulasi perpajakan.

Pengaruh Faktor Informasi Terhadap Niat Patuh

Berbeda halnya dengan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan faktor informasi berpengaruh positif terhadap niat patuh terbukti diterima (H_3), karena mempunyai t hitung $> t$ tabel dengan signifikansi $< \alpha$ ($4,335 > 1,654$ atau $0,000 < 0,05$). Hasil pengujian ini mendukung *theory of planned behavior*, yang mana faktor informasi diukur dengan pengetahuan, dan sarana pelaporan. Argumennya bahwa dengan banyaknya informasi yang diterima maka akan meningkatkan pengetahuan. Pada akhirnya hal tersebut akan membuka wacana, dan pemahaman yang tinggi pula, oleh karena itu merupakan aspek tertinggi yang bisa berdampak pada niat kepatuhan dari para wajib pajak. Selanjutnya, niat kepatuhan tersebut akan semakin kuat jika para wajib pajak mendapat sarana pendukung yang menjadikan para wajib pajak semakin mudah untuk melaporkan SPT PPh orang pribadi dengan tepat waktu.

Natoen dkk (2020) membuktikan secara empiris yang memberikan dukungan atas pengujian ini, dimana faktor informasi dapat diukur dari tingkat pengetahuan yang tinggi berdampak dapat meningkatkan niat untuk patuh terhadap regulasi yang ada. Disadari bahwa tanpa adanya informasi yang memadai tentang pajak, maka niat kepatuhan wajib pajak tidak sepenuhnya dapat diharapkan meningkat. Berdasarkan hal ini, maka dengan memberikan informasi yang memadai memungkinkan untuk meningkatkan niat kepatuhan dari para wajib pajak. Granfon, et. al. (2023), Junaid (2023), Syahdan et al. (2023), Zulma (2020), dan Muzakkir dkk (2019) menyimpulkan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak. Hasanudin dkk. (2020), yang mengungkapkan bahwa niat kepatuhan para wajib pajak disebabkan kurangnya pengetahuan mengenai regulasi perpajakan. Mengenai pengetahuan, sama halnya dengan penelitian Leonardo dan Tjen (2020) mengungkapkan bahwa kurangnya pengetahuan dari para pelaku usaha *e-commerce* maka dapat menyebabkan kurangnya kepatuhan atas pelaporan perpajakan. Faktor informasi juga diperoleh dari sarana yang mendukung untuk meningkatkan niat kepatuhan dari para wajib pajak. Dinyatakan dalam hasil penelitian Sormin (2021), bahwa dengan melakukan sosialisasi perpajakan *online* dengan demikian melibatkan sarana teknologi, maka dapat berpengaruh positif dan signifikan, terhadap niat akan kepatuhan pemenuhan pajak. Arham dan Firmansyah (2021) di dalam penelitiannya juga mengungkapkan bahwa faktor informasi melalui tingkat pengetahuan yang tinggi, dengan demikian wajib pajak mempunyai tingkat pemahaman mengenai kewajiban, sehingga menumbuhkan niat yang kuat untuk patuh secara sukarela.

Dinyatakan pula digitalisasi pelayanan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan wajib pajak pribadi (Fikry et al., 2023; dan Rokhman, 2023). Gangodawilage et al (2021) dalam kajiannya menyimpulkan bahwa sistem perpajakan melalui sarana teknologi mempengaruhi tingginya niat kepatuhan wajib pajak. Pada konteks penelitian ini teknologi yang dimaksudkan adalah adanya sistem dalam

fitur SPT siap saji. Terungkap pula bahwa teknologi dalam menerapkan sistem perpajakan yang digerakan oleh teknologi mempengaruhi niat akan kepatuhan pajak. Selanjutnya, Angraini (2018) menyimpulkan bahwa penerapan *e-filing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk patuh akan kewajiban perpajakan. Selanjutnya, Utam et. al. (2021) mengungkapkan dengan adanya sarana *e-filing* dapat semakin memperkuat niat kepatuhan para wajib pajak untuk melakukan pelaporan SPT PPh orang pribadi.

Pengaruh Faktor Niat Terhadap Perilaku Patuh

Selanjutnya, juga terbukti diterima secara signifikan atas hipotesis yang menyatakan bahwa niat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku patuh (H_4), nampak dari t hitung $>$ t tabel dengan signifikansi $<$ α ($52,523 > 1,654$ atau $0,000 < 0,05$). Argumennya bahwa niat yang timbul dari para wajib pajak kelompok pelaku usaha *E-commerce* yang didukung oleh adanya motivasi diri yang tinggi maka akan membentuk perilaku yang taat azas termasuk terkait dengan pelaporan SPT PPh orang pribadi. Sehubungan dengan perilaku patuh, dinyatakan oleh James dan Alley (2002) terbagi menjadi 2 (dua) hal yaitu patuh administratif dan teknik. Sehubungan dengan kepatuhan administratif, sejalan dengan tanggapan responden yang rata-rata mempunyai niat yang kuat untuk mendokumentasikan berbagai bukti yang mendukung kelancaran pelaporan perpajakan. Selanjutnya terkait dengan patus teknik, responden mempunyai niat yang kuat untuk menggali berbagai pengetahuan tentang mulai cara pelaporan, tanggal jatuh tempo sehingga bisa tepat waktu, mengalokasikan dana, yang sejalan dengan berbagai regulasi perpajakan khususnya bagi wajib pajak pelaku usaha pengguna *E-commerce*. Pernyataan dari para responden ini dengan demikian mengindikasikan mempunyai niat dan sekaligus perilaku nyata untuk patuh.

Theory of planned behavior mengungkapkan bahwa faktor kunci dalam menentukan terlibat tidaknya individu dalam perilaku tertentu adalah niat. Argumennya bahwa, ketika individu mempunyai niat yang kuat untuk melakukan perilaku, maka akan semakin besar pula berbagai kemungkinan untuk benar-benar atau secara riil terlibat dalam perilaku tersebut (Gangodawilage et al., 2021). Penelitian Bellova and Spirkova (2021) juga memberikan kesimpulan bahwa niat merupakan penentu yang signifikan untuk meningkatkan perilaku individu, dengan demikian sejalan dengan *theory of planned behavior*.

Kesimpulan

Hasil penelitian faktor individu dan faktor sosial tidak memberikan dukungan terhadap *theory of planned behavior*, namun faktor informasi sejalan dengan teori tersebut di dalam mendorong niat patuh dari para wajib Pajak. Sejalan pula dengan *theory of planned behavior* bahwa niat itu sendiri menumbuhkan perilaku patuh untuk melaporkan SPT PPh orang pribadi para pelaku usaha di *E-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1985. From Intentions To Actions: A Theory Of Planned Behavior. In J. Kuhl and J. Beckman (Eds.), *Action Control: From cognitions to behavior* (pp. 11–39). Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. 1991. *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. No. 50. Page : 179-211. DOI: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- Angraini L.F. 2018. *The Effect Of E-Filing Implementation, Taxpayer Awareness, Tax Knowledge, Tax Penalties, Service Quality On Taxpayer Compliance (Study Case of Individual Taxpayer Conducting Independent Work at Sleman, Yogyakarta)*. Thesis. Yogyakarta. International Program Faculty Of Economy Universitas Islam Indonesia.
- Arham, A., dan Firmansyah, A. 2021. *The Role Of Behavioral Theory In The Research Of Msmes Tax Compliance In Indonesia*. *Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi dan Bisnis*. Vol. 3. No. 1. Page : 417-432.
- Arnab, R. 2017. *Survey Sampling Theory And Applications*. ISBN: 978-0-12-811848-1. Botswana. University of Botswana and South Africa. University of Kwazulu-Natal.
- Barannyk, L.; Dobrovolska, O.; Taranenko, V.; Koriahina; Rybalchenko, L. 2021. *Personal Income Tax As A Tool For Implementing State Social Policy*. *Investment Management and Financial Innovation*. Vol. 18. Issue 2.
- Bellova, J., and Spirkova, T. 2021. The Theory Of Planned Behaviour As A Research Tool In Connection With Tax Law And Economics. *Financial Law Review*. No. 21 (1). Page : 1-15.
- Bobek, D.D.; Hageman A.M.; and Kelliher, C.F. 2013. Analyzing the Role of Social Norms in Tax Compliance Behavior. *Journal of Business Ethics*. Vol. 115. No. 3. Page : 451-468. Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/42001997>.
- Dwianika, A. dan Naurisa, B.. 2019. Determination Analysis on Taxes Compliance of SMEs: Case Study in Tangerang, Indonesia. *Third International Conference on Sustainable Innovation 2019 – Humanity, Education and Social Sciences*. Volume 353. Page : 117-120.

- Egbunike, F.C.; Emudainohwo, O.B.; and Gunardi, A. 2018. Tax Revenue and Economic Growth: A Study of Nigeria and Ghana. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. Vol. 7. No. 2. Page : 213-220. P-ISSN : 2087-2046. DOI : <http://dx.doi.org/10.15408/sjie.v7i2.7341>.
- Fikry, A.S.; Tanjung, J.; dan Maryati. 2023. The Effect Of Tax Incentive And Tax Services Digitalization On Taxpayer Compliance During The Covid-19 Pandemic With The Moderating Role Of Socialization. *International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship*. Vol. 6. No. 1. Page : 62-70. DOI : <https://doi.org/10.23960/ijebe.v6i1.227>.
- Gangodawilage D., Madurapperuma W., Aluthge C. 2021. Use of Technology to Manage Tax Compliance Behavior of Entrepreneurs in the Digital Economy. *International Journal of Scientific and Research Publications*. Volume : 11. Issue : 3. Page : 366-370. ISSN : 2250-3153.
- Gashi, B.; Asllani, G., and Boqolli, L. 2018. The Effect of Tax Structure in Economic Growth. *International Journal of Economics and Business Administration*. Vol : VI. Issue : 2. Page : 56-67.
- Granfon, JA.; Lagare, W.N.D.J.; Aling, D.A.; et. Al. 2023. Factors Affecting Tax Compliance of MSMEs in Dipolog City. *International Journal Of Multidisciplinary: Applied Business And Education Research* 2023, Vol. 4. No. 4. Page : 1350–1364. <http://dx.doi.org/10.11594/ijmaber.04.04.29>.
- Hariani, A. 2021. DJP Tingkatkan Kepatuhan WP Nonkaryawan. <https://www.pajak.com/pajak/pemkab-indramayu-lakukan-penertiban-reklame/>
- Hasanudin, A.Ismaya; Ramdhani, D.; dan Giyantoro, M.D.B. 2020. Kepatuhan Wajib Pajak Online Shopping Di Jakarta: Urgensi Antara E-Commerce dan Jumlah Pajak Yang Disetor. *Tirtayasa Ekonomika*. Vol. 15. No. 1.
- Hidayati, H.; Hermanto, F.Y.; dan Nnamdi, A.O. 2023. Tax Education And Tax Compliance: A Multi-Ethnic Analysis. *Journal of Islamic Finance and Accounting*. Vol. 6. No. 1. Page : 34-44. P-ISSN: 2615-1774. Doi: <https://doi.org/10.22515/jifa.v6i1.6231>.
- Jamain, T. Handriman. 2019. Analisis Kesadaran Wajib Pajak Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Merupakan Pelaku E-Commerce di Kota DKI Jakarta,
- James, S., and Alley, C. 1999. Tax Compliance, Self-Assessment, and Tax Administration in New Zealand - Is a Carrot or the Stick More Appropriate to Encourage Compliance. *New Zealand Journal of Taxation Law and Policy*. Vol. 5. No. 1. Page 3-14.
- James, S., and Alley, C. 2002. Tax Compliance, Self-Assessment and Tax Administration. *Journal of Finance and Management in Public Services*. Vol. 2. No. 2. Page : 27-42.
- Jamieson, M.K.; Govaart, G.H.; & Pownall, M. 2022. Reflexivity In Quantitative Research : A Rationale And Beginner's Guide. 2023;17:e12735. Page : 1-15. *Social and Personality Psychology Compass*. <https://doi.org/10.1111/spc3.12735>.
- Junaid, .T. 2023. Determinants of Individual Taxpayer Compliance at KPP Pratama Tarakan. *International Journal of Management and Digital Business*. Vol. 2. No.1. Page : 30-40. ISSN : 2962-4762. <https://doi.org/10.54099/ijmdb.v2i1.516>.
- Kementerian Keuangan. 2016. *Kemenkeu Bentuk Tim Reformasi Perpajakan dan Tim Penguatan Reformasi Kepabeanan dan Cukai*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/kemenkeu-bentuk-tim-reformasi-perpajakan-dan-tim-penguatan-reformasi-kepabeanan-dan-cukai/>.
- Keputusan Menteri Keuangan Nomor 885/KMK.03/2016 tentang Pembentukan Tim Reformasi Perpajakan.
- Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 74/PMK.03/2012 Tentang Tata Cara Penetapan dan Pencabutan Penetapan Wajib Pajak Dengan Kriteria Tertentu Dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak.
- Khozen, I. and Setyowati, M.S. 2023. Managing Taxpayer Compliance: Reflections On The Drivers Of Willingness To Pay Taxes In Times Of Crisis. *Cogent Business & Management*. 10: 2218176. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2218176>.
- Laporan Tahunan DJP. 2020. *Konsisten Mengoptimalkan Peluang di Masa Menantang*. Direktorat Jenderal Pajak.
- Leonardo, Posma; dan Tjen C. 2020. Penerapan Ketentuan Perpajakan Pada Transaksi E-Commerce Pada Platform Marketplace. *Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 8. No. 1. Page : 45-54.
- Lois, Petros. 2019. Tax Compliance During Fiscal Depression Periods: The Case Of Greece. *EuroMed Journal of Business*. Vol. 14. No. 3. Page. 274-291. DOI 10.1108/EMJB-02-2019-0028.
- Magdalena, F.C. Susianti, dan Frederica D. 2021. Kepatuhan Perpajakan Dari Pelaku E-Commerce (Eksperimen Pada Mahasiswa Akuntansi di Universitas Kristen Krida Wacana). *Jurnal PETA*. Vol. 6. No. 1. Hal 52-61. e-ISSN 2528-2581.
- Markonah dan Manrejo. 2022. Tax Compliance Model Based on Planned Behavior of Taxpayers Mediating Intention to Pay Taxes. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*. Vol. 14. No. 1. Page : 60-66. ISSN 2577-767X. DOI: 10.33094/ijaefa.v14i1.649.

- Muzakkir; Indrijawati, A.; and Syamsuddin. 2019. The Determinant Effect of Theory of Planned Behavior And Tax Knowledge on Taxpayer Compliance. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*. Volume 4. Issue 11. Page : 31-41. ISSN : 2456-2165.
- Natoen, A.; Sopiyan, AR.; Satriawan, I. 2020. Faktor-Faktor Demografi Yang Berdampak Terhadap Kepatuhan WP (UMK) di Kota Palembang. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*. Vol. 2. No. 2. ISSN : 2579-969X.
- Rismawanti, Inge. 2021. *Peran Pajak dalam Mencapai Tujuan Bangsa Indonesia*. <https://taxcenter.vokasi.unair.ac.id/2021/08/30/peran-pajak-dalam-mencapai-tujuan-bangsa-indonesia/>.
- Rokhman, A.; Handoko, W.; dan Tobirin, T. 2023. The Effects Of E-Government, E-Billing And E-Filing On Taxpayer Compliance: A Case Of Taxpayers In Indonesia. *International Journal of Data and Network Science*. 7 (2023). Page : 49–56. doi: 10.5267/j.ijdns.2022.12.007.
- Rueda, Samuel; Juan A. Moriano; and Francisco Linan. 2015. Validating a Theory of Planned Behavior Questionnaire to Measure Entrepreneurial Intentions. *International open week.ac.nz*. Page 60-78. DOI: [10.4337/9781784713584.00010](https://doi.org/10.4337/9781784713584.00010).
- Smart, M. 2012. *The Application Of The Theory Of Planned Behaviour And Structural Equation Modelling In Tax Compliance Behaviour : A New Zealand Study*. Dissertation. University of Canterbury.
- Sormin, Feber. 2021. The Effect of Online Taxation Socialization, E-Commerce, Application of Accounting Standards on Tax Compliance of Micro, Small and Medium Enterprises in Jakarta. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol 11. No 4. Page : 295-302. E-ISSN: 2222-6990.
- Suryanto. 2020. *Pemerintah Disarankan Tingkatkan Kontribusi Pajak Dari Sektor Pph Orang Pribadi*. <https://nasional.kontan.co.id/news/pemerintah-disarankan-tingkatkan-kontribusi-pajak-dari-sektor-pph-orang-pribadi>.
- Syahdan, S.A.; Nastiti, R.; Fauzi, C.C.M.; et al. 2023. Gojek Driver Partners in Banjarmasin: Factors Affecting Tax Compliance With Tax Sanctions as A Moderation Variabel. *International Journal of Trends in Accounting Research*. Vol. 4. No.1. Page : 29-30. ISSN 2774-5643.
- Utama, I. Gusti Bagus R. 2016. Teknik *Sampling* dan Penentuan Jumlah Sampel. Universitas Dhyana Pura Bali. DOI: 10.13140/RG.2.1.5187.0808. <https://www.researchgate.net/publication/289657773>.
- Utam, M.S.; Nimran, U.; Hidayat, K. et. Al. 2021. Effect of Religiosity, Perceived Risk, and Attitude on Tax Compliant Intention Moderated by e-Filing. *International Journal of Financial Studies*. Vol. 10. No. 8. Page 1-15. <https://doi.org/10.3390/ijfs10010008>.
- Wibowo, A. 2023. *Kumpulan Teori Organisasi & Manajemen*. ISBN : 9786238120567. Semarang. Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja Sama Dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).
- Widi, S. 2022. Google: Penggunaan E-Commerce di Indonesia Bakal Semakin Tinggi. <https://dataindonesia.id/digital/detail/google-penggunaan-ecommerce-di-indonesia-bakal-semakin-tinggi>.
- Widyari N.Y.A., Ariyanto D., Suprasto H.B., Suputra I.D.G.D. 2021. Understanding the Impact of e-Filing System Performance on Tax Compliance Using the DeLone and McLean Model. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*. Vol. 8. No. 2. Page :161-180. <https://dx.doi.org/10.24815/jdab.v8i2.21746>.
- Zulma, G. W. M. 2020. Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*. Vol. 4. No. 2. Page : 288–294. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.170>.