

**PENGARUH OMSET PENGHASILAN, PEMAHAMAN PP NO. 23
TAHUN 2018 DAN KEBIJAKAN PEMERINTAH TENTANG INSENTIF
PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM
PENGGUNA PLATFORM MARKETPLACE SHOPEE DI PROVINSI
BANTEN TAHUN 2020-2021**

Dewi Rahmawati

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

rahmawatidewi@gmail.com

Abstract

The focus of this research is to find out and examine the influence of Income Turnover, Understanding Government Regulation no. 23 of 2018 and Government Policy regarding Tax Incentives for Taxpayer Compliance for Small and Medium Businesses (MSMEs) for the users of the Shopee Marketplace Platform. E-commerce actors in Banten Province who sell their goods through the Shopee online trading platform are the subjects of this research, and the sample used was 97 entrepreneurs who have shops on the Shopee Marketplace. This research is quantitative. Primary data is used in this research, and the data comes from questionnaires. The application used to process the data is SPSS version 25 which starts with descriptive statistical examination and ends with hypothesis examination. Income Turnover, Understanding Government Regulation No., 23 of 2018: Government Policy, Tax Incentives, Taxpayer Compliance, and Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Users of the Shopee Marketplace Platform. Government Regulation No. 23 of 2018 has a major impact on the compliance of MSME Taxpayers Users of the Shopee Marketplace Platform. Meanwhile, the Government Policy regarding Tax Incentives and Income Turnover does not affect the Compliance of MSME Users of the Shopee Marketplace Platform.

Keywords: *Income Turnover, Understanding Regulations, Government No., 23 of 2018: Government Policy, Incentives, Taxes, Tax Compliance, and Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), E-commerce*

PENDAHULUAN

Kehidupan sehari-hari telah berubah karena kemajuan teknologi informasi. Penggunaan media elektronik berbasis internet adalah salah satu dari banyak teknologi yang telah membantu orang melakukan hal-hal. Pengguna internet dan jumlah aktivitas yang dilakukan terus meningkat. Jual beli barang dan jasa adalah salah satu pekerjaan yang masih ada sampai sekarang dan mungkin akan terus ada hingga nanti. Secara konvensional, tindakan ini hanya dapat dilakukan apabila ada pertemuan antara penjual dan pembeli. Menurut Global Web Index, Indonesia memiliki tingkat pengguna e-commerce tertinggi di dunia pada tahun 2017, dengan 45% melakukan transaksi penjualan, 45% mengunjungi toko online, dan 40% melakukan pembelian barang secara online. Menurut laporan We Are Social, 96% pengguna internet telah mencari barang atau jasa yang dapat dibeli secara online, dan 91% juga membayar barang atau jasa secara online. Pembayaran melalui ponsel sebesar 79% dan melalui laptop atau komputer sebesar 29% dilakukan secara online.

Pandemi COVID-19 merusak sistem ketatanegaraan di seluruh negara. Secara keseluruhan, pandemi ini akan menyebabkan masalah bagi pemerintahan. Seperti yang diketahui, pandemi ini berdampak pada ekonomi di seluruh dunia, tidak hanya di Indonesia. Defisit APBN tidak diharapkan terlalu menekan oleh upaya menanggulangi dampak COVID-19 (Silalahi dan Ginting, 2020). Akibatnya, strategi untuk mengelola perekonomian negara selama Pandemi adalah kebutuhan. Salah satu cara adalah dengan mempertimbangkan potensi dampak pajak dari kebiasaan baru masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi selama pandemi. Karena mudah dan tanpa batas ruang dan waktu, e-commerce sangat disukai oleh UMKM. karena pelanggan dapat memilih produk dengan mudah melalui komputer atau ponsel mereka. Di bulan November 2017.

Pandemi COVID-19 telah menghambat ekonomi Indonesia. Pertumbuhan ekonomi nasional pada kuartal ketiga 2020 hanya sebesar 3,49%, menurut data Kementerian Keuangan. Karena banyaknya usaha mikro kecil menengah (UMKM) baru yang muncul, penting bagi mereka untuk mendapat perhatian yang lebih besar. Hal ini tidak sebanding dengan tingkat kepatuhan wajib pajak yang dicatat oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Akhir tahun 2020, hanya 14,6 juta dari 19 juta Wajib Pajak yang seharusnya mengirimkan SPT dikirim ke DJP (W. D. Putri, 2021). Surat Edaran SAT No.: SEi-62/PJii/2013 membahas Penegasan Peraturan Perpajakan Tentang Transaksi E-Commerce, yang menyatakan bahwa peraturan yang mengatur pajak atas transaksi elektronik yang dilakukan melalui platform e-commerce telah ada sejak tahun 2013. Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 74 Tahun 2017 atau dikenal juga dengan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMKi.010/2018 tentang Peta Jalan Sistem Transaksi Elektronik Nasional Tahun 2017-2019, mengatur bagaimana pedagang dan penyedia jasa harus memberi tahu penyedia platform Pasar tentang Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Mereka dapat membuat NPWP secara instan jika mereka belum memilikinya.

Dalam penelitian ini, dilakukan pra survey yang diadakan pada tanggal 14-20 Februari 2022 dengan tujuan untuk mengetahui penilaian terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bisnis Kecil dan Menengah (UMKM) di daerah Provinsi Banten. Pra survey dilakukan dengan mewawancarai pelaku UMKM yang melakukan usahanya secara offline maupun online. Wawancara tersebut memuat pertanyaan mengenai Omset Penghasilan dan pemahaman tentang pajak usaha kecil dan menengah (Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018). Berdasarkan hasil pra-survey kepada 15 responden menunjukkan bahwa setiap responden memiliki omset yang beragam, sebanyak 20% (3 responden) memiliki omset sekitar Rp. 1.000.000 sampai Rp. 5.000.000 setiap bulannya, 33% dari mereka (lima orang yang menjawab) memiliki omset sekitar Rp. 6.000.000,- sampai Rp. 10.000.000,- setiap bulan, dan 33% lainnya (lima orang yang menjawab) memiliki omset sekitar Rp. 11.000.000,- sampai Rp. 20.000.000,- setiap bulan dan sebanyak 14% (2 responden) memiliki omset lebih dari Rp. 20.000.000,- perbulannya.

Pengaruh omset penghasilan, pemahaman tentang peraturan pajak penghasilan, dan kebijakan pemerintah tentang insentif Fokus penelitian ini adalah pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pengguna e-commerce. Penelitian ini berfokus pada UMKM pelaku e-commerce di Provinsi Banten yang beroperasi melalui platform perdagangan online Shopee, yang dimiliki oleh SEA Group, perusahaan internet Asia Tenggara. Pada 2015, Shopee pertama kali muncul di Singapura. Pada quarter IV 2020, Shopee adalah toko online terbesar di Indonesia. Rata-rata kunjungan bulanan ke Shopee adalah 129,3 juta pada kuartal terakhir tahun lalu. (iPrice, 2021). Hal tersebutlah yang membuat saya memilih Shopee Online Marketplace sebagai subjek penelitian saya.

TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Atribusi

Menurut teori ini, ketika seseorang melihat perilaku orang lain, mereka berusaha mencari tahu apakah perilaku ini disebabkan oleh hal-hal internal atau eksternal. Perilaku yang dianggap disebabkan oleh individu itu sendiri disebut perilaku intrinsik. Perilaku yang dipicu secara eksternal dianggap sebagai hasil dari faktor eksternal, misalnya ketika seseorang dipaksa untuk melakukannya secara tidak langsung atau oleh keadaan yang dirasakan.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Merupakan teori tentang bagaimana keinginan seseorang untuk berperilaku tertentu memengaruhi perilaku mereka. Teori ini menyatakan bahwa faktor-faktor tertentu memengaruhi perilaku individu di masyarakat, yang muncul dengan cara yang terencana dan berasal dari alasan tertentu. Teori ini mempelajari perilaku manusia, terutama yang berkaitan dengan minat seseorang.

Teori Gaya Pikul

Teori ini berpendapat bahwa dasar keadilan pajak terletak pada pelayanan yang diberikan oleh negara kepada rakyat, yaitu untuk melindungi kehidupan dan harta benda rakyat. Teori ini menekankan pada asas keadilan bahwa pajak harus dibayar sama untuk semua orang sesuai dengan kekayaan yang dimiliki seseorang. (Kandy dkk, 2018: 1855).

Omset Penghasilan

Dalam jangka waktu tertentu, jumlah yang diperoleh dari penjualan barang atau pemberian jasa disebut keuntungan. Perputaran penjualan dihitung berdasarkan pembayaran berturut-turut yang diterima selama proses akuntansi. Menurut Anggara dan Sulistiyat (2017), nilai transaksi yang terjadi selama periode waktu tertentu (seperti hari, minggu, bulan, atau tahun) disebut omzet. Nilai omzet tidak sama dengan nilai untung dan rugi. Perputaran yang besar digabung dengan nilai untung dan rugi yang kecil menunjukkan inefisiensi manajemen, begitu pula sebaliknya.

Pemahaman Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018

Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 menggantikan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 (Tentang Perpajakan atas Pajak Penghasilan yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak dari Usaha dengan Perputaran Pendapatan Tertentu). Pemahaman peraturan pajak adalah proses di mana Wajib Pajak mempelajari dan memahami undang-undang dan prosedur pajak serta menerapkannya untuk melakukan kegiatan pajak.

Kebijakan Pemerintah Tentang Insentif Pajak

Menurut Sholehah & Ramayanti (2022: 28), kebijakan pemerintah adalah tindakan atau kegiatan pemerintah yang memiliki kekuatan besar untuk mempengaruhi masyarakatnya. Pemerintah telah membentuk beberapa kebijakan untuk mendukung serta membantu UMKM, terutama selama pandemi Covid-19. Pada perubahan atas Peraturan Pemerintah angka 23 tahun 2018 mengenai Pajak Penghasilan Atas Penghasilan, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah menetapkan kebijakan wacana bonus pajak untuk wajib pajak yang terkena dampak pandemi *Corona Virus Disease* 2019. Kebijakan ini menyampaikan insentif PPh UMKM Ditanggung .

Pengaruh Omset Penghasilan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pengguna Platform Marketplace Shopee

Faktor omset penghasilan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepatuhan Wajib Pajak UMKM yang menggunakan Platform Marketplace Shopee. Peraturan pajak mengatakan bahwa Wajib Pajak diharapkan lebih patuh terhadap peraturan pajak jika omset penghasilan mereka lebih besar. Namun, berbeda dengan studi sebelumnya (Rizajayanti, 2017), penelitian ini menemukan bahwa kepatuhan Wajib Pajak UMKM yang menggunakan Platform Marketplace Shopee tidak dipengaruhi oleh omset penghasilan. Ini mungkin disebabkan oleh fakta bahwa pajak yang harus dibayar harus lebih tinggi karena omset penghasilan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis berikut dapat dirumuskan:
H1: Omset penghasilan berdampak positif pada kepatuhan Wajib Pajak UMKM pengguna Platform Marketplace Shopee

Pengaruh Pemahaman Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pengguna Platform Marketplace Shopee

Penelitian Andri Kamanjaya (2021) menemukan bahwa memahami Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 meningkatkan kemampuan Wajib Pajak UMKM yang menggunakan Platform Marketplace Shopee untuk mematuhi peraturan pajak. Ini terbukti dalam penelitian Mayangsari (2019). Studi Ma'rifah (2019) menemukan bahwa Wajib Pajak akan lebih mampu melaksanakan hak dan

kewajibannya jika mereka lebih memahami peraturan pajak. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis berikut dapat dirumuskan:

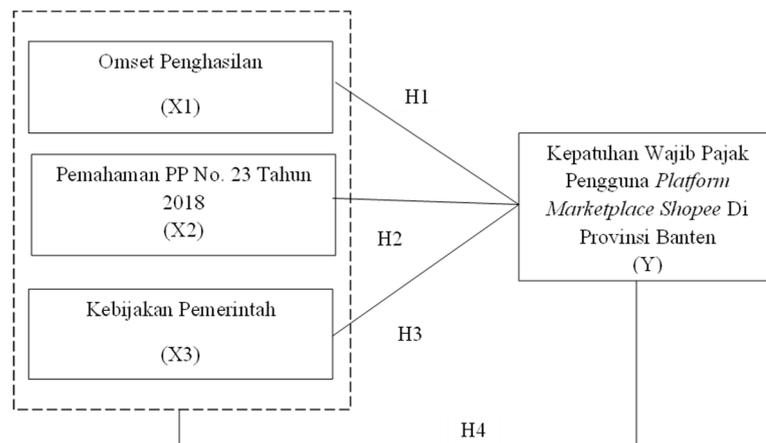
H2: Pemahaman Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018 meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM. Pengguna *Platform Marketplace Shopee*

Pengaruh Kebijakan Pemerintah tentang Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pengguna *Platform Marketplace Shopee*

Insentif Pajak Penghasilan (PPH) Final akan diberikan kepada Wajib Pajak dengan peredaran bruto tertentu, menurut Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. Insentif ini sebesar 0,5% dari total peredaran bruto Wajib Pajak tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Mudiarti & Mulyani (2020) menemukan bahwa wajib pajak UMKM di Kota Kudus bersedia memenuhi kewajiban perpajakan yang signifikan dan memiliki pengetahuan yang luas tentang insentif yang ditawarkan pada PPh Final DTP. Lebih lanjut, penelitian Susyanti & Anwar (2020) menemukan bahwa UMKM masih kebingungan dalam menerapkan insentif pajak UMKM di masa pandemi COVID-19. Berdasarkan penjelasan ini, hipotesis berikut dapat dibuat:

H3: Kebijakan Pemerintah tentang Insentif Pajak berdampak positif pada kepatuhan Wajib Pajak UMKM. pengguna *Platform Marketplace Shopee*.

H4: Omset Penghasilan, Pemahaman PP No. 23 Tahun 2018 dan Kebijakan Pemerintah tentang Insentif Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pengguna *Platform Marketplace Shopee*.



Gambar 1
Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui bagaimana variabel yang dihipotesiskan dalam penelitian berpengaruh satu sama lain, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dirancang untuk disebut studi pengujian hipotesis atau studi pengujian hipotesis. Penelitian kuantitatif melibatkan penggunaan metode survei untuk mengumpulkan data dari sumber alami. Dalam penelitian kuantitatif, peneliti juga melakukan perlakuan data, seperti kuesioner, tes, wawancara terstruktur, dan sebagainya (Sugiyono, 2019:15). Dalam hal ini, variabel yang akan diuji adalah Pengaruh Omset Penghasilan, Pemahaman Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018, dan Kebijakan Pemerintah tentang Insentif Pajak untuk Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna Platform Marketplace Shopee Di Provinsi Banten.

Populasi Penelitian

Disebabkan banyaknya responden dan kesulitan mendata pemilik bisnis e-commerce di Marketplace Shopee, penulis menggunakan metode survei acak untuk menghubungi responden melalui chat WhatsApp, Facebook, Instagram, atau email. Subyek penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang dilakukan oleh pelaku e-commerce di Provinsi Banten yang menjual produknya melalui platform online marketplace Shopee.

Sampel Penelitian

Penulis menggunakan metode pengambilan sampel tidak adanya kemungkinan dengan teknik pengambilan sampel purposive (juga dikenal sebagai teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu). Penulis menggunakan teknik pengambilan sampel purposive karena mereka percaya bahwa standar sampel yang mereka peroleh akan menurut penelitian yang akan datang. Untuk memilih sampel, pertimbangan berikut digunakan. (Putriani, 2021: 45)

Sumber Data

Fokus penelitian ini adalah kewajiban pajaki individu pelaku e-commerce di Provinsi Banten pada platform perdagangan online Shopee. Dilansir dari bantenhits.com setidaknya terdapat kurang lebih 8.000 UMKM yang terdaftar di Provinsi Banten pada tahun 2020. Data primer dan sekunder digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Data primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada orang yang mengumpulkannya, seperti data yang dikumpulkan dari kuesioner atau wawancara dengan orang lain. Sumber yang tidak langsung memberikan data, seperti situs web, artikel, jurnal, majalah, dan lain-lain, disebut Sugiyono (2019:194).

Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Untuk melakukan studi pendahuluan, wawancara digunakan untuk mengumpulkan data. Tujuannya adalah untuk menentukan subjek yang akan diteliti dan untuk mengetahui lebih banyak tentang responden.

2. Kuesioner

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku bisnis e-commerce shopee. Kuesioner terdiri dari pertanyaan desain yang secara logis berhubungan dengan pertanyaan penelitian dan mempunyai implikasi untuk menguji hipotesis. Kuesioner yang digunakan peneliti terdiri dari pertanyaan tertutup dengan alternatif jawaban yang disediakan peneliti.

3. Studi Kepustakaan

Peneliti mencari informasi tentang topik atau masalah yang mereka pelajari melalui laporan penelitian, buku, karangan, peraturan, dan sumber tertulis lainnya. (Indriyani, 2020: 101).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Dalam penelitian ini, ada dua variabel independen; yang pertama dikenal sebagai variabel bebas, dan yang kedua dikenal sebagai variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah omset penghasilan (X1), pemahaman Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 (X2), dan kebijakan insentif pajak pemerintah (X3). Sementara itu, Kepatuhan Wajib Pajak UMKM yang menggunakan Shopee Marketplace Platform adalah variabel dependen penelitian ini (Y).

Data penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner; untuk mempermudah analisis, setiap kuesioner kemudian disusun menjadi tabel tabulasi. Setiap variabel dalam penelitian ini diwakili oleh pertanyaan atau pernyataan responden dalam kuesioner. Hasil tabulasi data akan diproses dengan menggunakan program SPSS versi 25. Data penelitian yang dikumpulkan dari penyebaran kuesioner akan digunakan untuk menghasilkan statistik deskriptif yang disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1
Uji Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Omset Penghasilan	9 7	8	31	2 6.87	4.08 4
Pemahaman PP No.23 Thn 2018	9 7	8	24	2 0.41	3.09 8
Kebijakan Pemerintah (Insentif Pajak)	9 7	8	24	2 0.00	2.99 3

Kepatuhan Wajib Pajak UMKM <i>Shopee</i>	9 7	8	24	2 0.36	3.15 3
<i>Valid N (listwise)</i>	9 7				

Uji Reabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai kestabilan hasil pengukuran yang dilakukan berulang kali dari masa ke masa. Untuk mengetahui reliabilitas alat ukur, lakukan pengukuran berulang pada gejala yang sama dan tunggu hasilnya. Uji reliabilitas dilakukan untuk menentukan konsistensi jawaban responden. Jika jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu, kuesioner dikatakan reliabel. Untuk uji reabilitas, *Alpha Cronbach* digunakan. Jika *Alpha Cronbach* lebih dari 0,70, itu dianggap reliabel, sedangkan jika *Alpha Cronbach* kurang dari 0,50, itu dianggap tidak reliabel.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>a</i> standar	Keterangan
Omset Penghasilan (X1)	0,86	0,70	Reliabel
Pemahaman PP No. 23 Tahun 2018 (X2)	0,81	0,70	Reliabel
Kebijakan Pemerintah (Insentif Pajak) (X 3)	0,73	0,70	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y)	0,82	0,70	Reliabel

Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi (R^2), atau kadar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, adalah angka yang menunjukkan proporsi variasi total dalam nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan atau disebabkan oleh hubungan linier antara nilai variabel independen. R^2 secara garis besar menunjukkan kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel terikat. Hasil penelitian koefisien determinasi yang berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi

<i>Model Summary^b</i>				
<i>odel</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
	.769 ^a	.591	.578	2.048
<p>a. <i>Predictors: (Constant), Kebijakan Pemerintah (Insentif Pajak), Omset Penghasilan, Pemahaman PP No.23 Thn 2018</i></p> <p>b. <i>Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Shopee</i></p>				

Uji Statistik T

Menurut Utami (2019: 167), uji t menentukan apakah variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y) secara individual atau parsial. Selain itu, tujuan uji t adalah untuk menentukan tingkat signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual atau parsial. Menurut Muzhirah (2019), nomor 46. Dengan membuat pilihan berikut:

- Variabel independen diterima jika nilai Sig. kurang dari 0,05; sebaliknya, variabel tidak diterima jika nilai Sig. lebih dari 0,05.
- Dalam kasus di mana t tabel lebih besar dari t hitung, variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima.
- Variabel dependen tidak dipengaruhi oleh variabel dependen jika t tabel < t hitung. Ini menunjukkan bahwa hipotesis tidak diterima.

Hasil perhitungan statistik dengan SPSS versi 25 menunjukkan hasil uji statistik signifikan uji t sebagai berikut:

Tabel 4
Uji Statistik T

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
	(Constant)	2.869	1.544		1.858	.066
	Omset Penghasilan	.235	.078	.304	3.022	.003
	Pemahaman PP No.23 Thn 2018	.422	.117	.415	3.616	.000
	Kebijakan Pemerintah (Insentif Pajak)	.128	.115	.122	1.112	.269

a. *Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Shopee*

Pengaruh Variabel Omset Penghasilan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pengguna Platform Marketplace Shopee

Hasil uji hipotesis dari SPSS versi 25 menunjukkan bahwa H1 diterima. Ini ditunjukkan oleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kepatuhan Wajib Pajak UMKM pengguna *Platform Marketplace Shopee* (Y) di Provinsi Banten tidak dipengaruhi oleh variabel Omset Penghasilan (X1).

Pengaruh Variabel Pemahaman Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pengguna Platform Marketplace Shopee

Hasil uji hipotesis dari SPSS versi 25 menunjukkan bahwa H2 diterima. Ini ditunjukkan oleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Oleh karena itu, variabel pemahaman Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018 (X2) memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM pengguna *Platform Marketplace Shopee* (Y) di Provinsi Banten.

Pengaruh Variabel Kebijakan Pemerintah tentang Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pengguna Platform Marketplace Shopee

Hasil uji hipotesis dari SPSS versi 25 menunjukkan bahwa H3 ditolak. Ini ditunjukkan oleh nilai $t_{hitung} = t_{tabel}$. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa Kepatuhan Wajib Pajak UMKM pengguna *Platform Marketplace Shopee* (Y) di Provinsi Banten tidak dipengaruhi oleh variabel Kebijakan Pemerintah tentang Insentif Pajak (X3).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data yang telah dibahas, ada beberapa kesimpulan yang dibuat:

1. Omset Penghasilan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pelaku Bisnis *E-Commerce* pada *Platform Marketplace Shopee* di Provinsi Banten yang dinyatakan dengan nilai Sig. yaitu $0,003 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,022 > 1,98580$.
2. Pemahaman PP No. 23 Tahun 2018 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pelaku Bisnis *E-commerce* pada *Platform Marketplace Shopee* di Provinsi Banten yang dinyatakan dengan nilai Sig. yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,616 > 1,98580$.
3. Kebijakan Pemerintah tentang Insentif Pajak tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pelaku Bisnis *E-commerce* pada *Platform Marketplace Shopee* di Provinsi Banten yang dinyatakan dengan nilai Sig. yaitu $0,269 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,112 < 1,98580$.
4. Omset penghasilan, Pemahaman PP No. 23 Tahun 2018 dan Kebijakan Pemerintah tentang Insentif Pajak berpengaruh positif signifikan atau berpengaruh secara simultan terhadap

kepatuhan Wajib Pajak UMKM pengguna *Platform Marketplace Shopee* yang dinyatakan berdasarkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $44,819 > 2,70$.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, P. R. D. (2015). "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada UMKM yang Terdaftar sebagai Wajib Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu)". *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, 6(2), 1–9.
- Anggara, A. B., & Sulistiyanti, U. (2017). "Kepatuhan Pajak Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Surakarta". *Simposium Nasional Akuntansi XX Jember*, 1–26.
- Anggraeni, V. K., & Lenggono, T. O. (2021). "Pengaruh Implementasi PP No 23 Tahun 2018, Pemahaman Perpajakan, dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm". *Jurnal Akuntansi: Transparansi Dan Akuntabilitas*, 9(1), 96–108.
- Aprilia, E. (2021). "Pengaruh Insentif Pajak, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Kepuasan Pelayanan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Sidoarjo". [Thesis (Undergraduate)] STIE Perbanas Surabaya.
- Faradisty, A., & Sisniarti, S. (2020). "Strategi Bisnis dan Pemanfaatan Insentif Pajak Di Masa Pandemi Covid-19 dan Era New Normal (Studi Kasus Pelaku UKM Onlineshop di Media Sosial dan Marketplace di Pekanbaru)". *The Journal of Taxation*, 1(2), 2722–5437.
- Fitriandi, P. (2020). "Pemajakan Atas Transaksi Melalui Online Marketplace". *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 4(1), 14–20.
- Ghoury, A. M., Khan, N. R., & Abdul Kareem, O. B. (2016). "Improving Employees Behavior through Extension in Theory of Planned Behavior: A Theoretical Perspective for SMEs". *International Journal of Business and Management*, 11(11), 196. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v11n11p196>
- Gozhali, I. (2016). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23". Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, A., & Kholis, N. (2020). "Analisis Faktor-Faktor Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Karanganyar". *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.18196/rab.040153>
- Hasanah, R. A. (2016). "Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-commerce: Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shopping". [Thesis (Undergraduate)]. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Rizajayanti, D. S. (2017). "Pengaruh pemahaman peraturan, omset, kualitas pelayanan, dan sanksi terhadap kepatuhan Wajib Pajak (Studi kasus pada Wajib Pajak restoran di kota pekanbaru)". *JOM Fekon*, 4(1), 953–966.
- Romadloni, & Rohmah, A. (2017). "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Memenuhi Kewajiban Membayar Pajak". [Thesis (undergraduate)]. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Santosa, P. A. D., Santyadiputra, G. S., & Pradnyana, I. M. A. (2017). *Pyle: Aplikasi E-commerce Berbasis Web Menggunakan Sistem Informasi Geografis*. Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI), 6(1), 168–181.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358>
- Wibawa, A. E. Y. (2021). Implementasi Platform Digital sebagai Media Pembelajaran Daring di MI Muhammadiyah PK Kartasura pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pembelajaran Dan Pengembangan Diri*, 1(2), 76–84.
- Yoeanda, Q., Afifudin, & Mawardi, M. C. (2018). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku e-commerce di Kota Malang)". *Jurnal E-JRA*, 7(8).