

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK PELAKU E-COMMERCE DI INDONESIA

Rio Johan Putra, Herlina, Rada Dea Anada Puspa, Irene Octavia

Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

Email: Rio.johan@uta45jakarta.ac.id, Herlina9936@gmail.com, Radadea15@gmail.com,
Ireneoct08@gmail.com

Abstract

This study aims to test and analyze the factors that affect taxpayer compliance of e-commerce actors in Indonesia. The methods used in this study are quantitative descriptive methods and primary data using questionnaires. The sample from this study was 212 respondents who were a sample of e-commerce entrepreneurs in Indonesia. The technique in data collection uses simple random sampling by spreading research questionnaires in the form of google forms and then spread to personal chats or social media. The data preparation method in this study applies Smart PLS (Partial Least Square) software which is used to test hypotheses. The results showed that tax sanctions did not have a significant effect on taxpayer compliance, Digitalization of taxation had a significant effect on taxpayer compliance, Religiosity had a significant effect on taxpayer compliance and Religiosity was not proven to be able to significantly influence between the influence of tax sanctions and digitization on taxpayer compliance.

Keywords: Tax sanctions, Digitalization of taxation, Religiosity, Taxpayer compliance, e-commerce MSMEs.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak pelaku e-commerce di Indonesia. Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kuantitatif dan data primer dengan menggunakan kuesioner. Sampel dari penelitian ini sebanyak 212 responden yang merupakan pengambilan sampel pengusaha e-commerce di Indonesia. Teknik dalam pengumpulan data memakai simpel random sampling dengan menyebar kuisisioner penelitian berbentuk google form lalu di sebar ke chat personal atau sosial media. Metode penyusunan data dalam penelitian ini menerapkan software Smart PLS (Partial Least Square) yang dipakai untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, Digitalisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap

kepatuhan wajib pajak, Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dan Religiusitas tidak terbukti mampu mempengaruhi secara signifikan antara pengaruh sanksi perpajakan dan digitalisasi terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci: Sanksi perpajakan, Digitalisasi perpajakan, Religiusitas, Kepatuhan wajib pajak, Umkm *e-commerce*.

PENDAHULUAN

Diketahui data dari APBN di Indonesia pada akhir juli 2022 yang dikeluarkan oleh Kementrian Keuangan, penerimaan pajak mencapai Rp.1.028,5 Triliun. Angka penerimaan pajak ini meningkat jika dibandingkan dengan periode Juli 2021 yang hanya mencapai Rp.647,7 Triliun. Meskipun terjadi kenaikan penerimaan pajak pada periode 2021-2022, tingkat penerimaan pajak masih berada dibawah dari target yang ditetapkan dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 98 Tahun 2022 yaitu sebesar Rp.1.485 triliun atau hanya mencapai 69,3% dari target. Disamping itu, di era modernisasi seperti saat ini segala aktivitas berubah menjadi digital. Hal ini juga didukung oleh teknologi yang semakin berkembang dari tahun ke tahun. Salah satu aktivitas yang mengalami perubahan ke arah digitalisasi adalah kegiatan perekonomian. Kegiatan jual beli barang tidak lagi menggunakan metode konvensional melainkan dilakukan secara online atau yang biasa dikenal *e-commerce* (Budhi, 2016). Pemerintah mencatat bahwa nilai transaksi *e-commerce* pada kuartal 1 tahun 2022 mencapai Rp.108,54 Triliun atau naik sebesar 23% pada periode yang sama di tahun lalu. Jika merujuk pada jumlah transaksi *e-commerce* yang semakin bertambah pesat dari tahun ke tahunnya tentunya dapat dimanfaatkan oleh pemerintah untuk melakukan pemungutan pajak kepada para pelaku usaha *e-commerce* (Sambia, 2018). Maka dari itu, pemerintah harus mengupayakan agar jumlah transaksi *e-commerce* yang selalu meningkat dari tahun ke tahunnya selaras dengan peningkatan angka kepatuhan wajib pajak pada setiap tahunnya.

Pajak adalah elemen penting dalam penerimaan negara. Menurut (Purnamasari D. L., 2018) Kepatuhan pajak didefinisikan sebagai tindakan Wajib Pajak yang mencerminkan perilaku patuh terhadap pajak dengan memenuhi semua kewajiban perpajakan yaitu pelaporan dan pembayaran pajak serta melaksanakan hak perpajakannya. Kewajiban wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya membayar pajak merupakan faktor yang penting dalam hal upaya pemerintah untuk meningkatkan penerimaan pajak. (Afeni Maxuel, 2021)

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak adalah melaksanakan kewajiban pajak yang melanggar sanksi perpajakan (Anggini *et al.*, 2021). Maka *taxpayer* akan merasa cemas untuk membayar yang lebih besar dari *tax* yang seharusnya dibayar. Dapat disimpulkan kalau hal tersebut menimbulkan motivasi para wajib pajak untuk berusaha menjahui sanksi perpajakan dengan cara membayar pajak dan melaporkan perpajakan tepat pada waktunya. Dari penggunaan teori ini, Maka model penelitian ditinjau secara sistematis untuk melihat kepatuhan wajib pajak mempengaruhi wajib pajak untuk membayarkan pajaknya dalam penggunaan *e-commerce* Di Indonesia. Hasil opini ini untuk memberikan kontribusi tentang *tax e-commerce* kepada wajib pajak agar dapat dipengaruhi oleh sanksi perpajakan dan digitalisasi perpajakan dan dimoderasi oleh religiusitas sebagai variabel moderating. Dengan adanya sanksi perpajakan dan digitalisasi perpajakan dapat berpotensi berpengaruh terhadap

kepatuhan wajib pajak yang dimoderasi oleh religiusitas. Berdasarkan argumen diatas, maka dapat ditelusuri hasil penelitian terdahulu dan dibentuklah hipotesis penelitian.

Faktor yang dapat mendorong kepatuhan wajib pajak terdiri dari beberapa hal, diantaranya program dan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, kesadaran wajib pajak akan pajak yang harus dibayarkan, pengetahuan dan pemahaman dari wajib pajak yang berkaitan dengan peraturan perpajakan, serta pelayanan pajak. Menurut (Listiowati, 2018) Program pemerintah dalam upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak antara lain kebijakan *sunset policy*, *tax amnesty*, dan sanksi perpajakan. Dalam penelitian ini akan menambahkan faktor lain yaitu religiusitas. Religiusitas dalam penelitian ini berperan sebagai pemoderasi yang akan diuji hubungannya dengan kepatuhan wajib pajak.

Sanksi Perpajakan

Menurut (Siamena1 *et al.*, 2017) bahwa sanksi pajak berpengaruh positif dan juga berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Sedangkan hasil penelitian (Cahyani, Noviori 2019) menjelaskan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM baik simultan maupun secara parsial. Hasil penelitian terdahulu menjelaskan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Cahyani, Noviori, 2019 ; Siamena1 *et al.*, 2017). Dari penjelasan diatas dapat kita ketahui bahwa para pelaku wajib pajak mengetahui tentang sosialisai sanksi perpajakan. Sosialisai sanksi perpajakan adalah upaya untuk memberikan informasi mengenai perpajakan yang bertujuan untuk seseorang ataupun kelompok mengerti tentang perpajakan sehingga kepatuhan wajib pajak meningkat.

Sanksi pajak yaitu jaminan dalam ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan atau juga bisa disebut dengan (norma perpajakan) dan akan diikuti/ditaati/dipatuhi, dengan kata lain sanksi perpajakan adalah alat pencegah agar wajib pajak tidak melampaui norma perpajakan yang telah ditentukan semakin tinggi atau beratnya sanksi, maka akan semakin memberatkan wajib pajak (Mardiasmo, 2016:62). Wajib Pajak akan mematuhi pajak jika sanksinya akan lebih merugikan karena semakin banyak sisa tunggakan pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak, maka semakin sulit bagi wajib pajak untuk melunasi kewajibannya (Rahmayanti, 2020).

Sanksi perpajakan akan diberikan kepada wajib pajak apabila melakukan pelanggaran dan mengulang kesalahan terhadap kewajiban dalam administrasi perpajakan. Sanksi administrasi yang berupa pembayaran kerugian kepada negara, yaitu denda, bunga dan kenaikan. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang perubahan Ketiga dari Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 adalah ketentuan umum dan tata cara perpajakan. Sanksi yang dikenakan apabila telat membayar pajak penghasilan (PPh) tahun berjalan atau telat melaporkan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) menurut Undang-Undang, denda yang akan dikenakan atau dibayarkan yaitu Rp 100.000 dan maksimal 100% dari jumlah pajak. Dan untuk bunga sanksi yang akan dikenakan adalah 2% dari pajak yang ditagih dan maksimalnya 48% dari pajak yang kurang dibayarkan atau dari jumlah pajak yang ditagihkan. Kalau untuk sanksi kenaikan akan dikenakan 50% dari pajak yang kurang bayar dan maksimal yang akan dibayarkan adalah 200%. Dan sanksi dari perpajakan menurut Undang-Undang adalah denda pidana, kurungan atau dipenjarakan.

Digitalisasi Perpajakan

Digitalisasi pajak yaitu program sebagai bentuk pelaksanaan reformasi perpajakan yang bertujuan untuk memperbaiki atau meningkatkan efisiensi dan kelembagaan agar lebih efisien dan ekonomis, serta sistem pelaporan pajak menggunakan format *paper file* yang akan menjadi format digital dan *online*. (Aini, 2022).

Pemerintah membuat layanan prmbayaran online berbasis digital dengan menggunakan e-SPT, e-form, dan e-filing. Melalui data Kementerian Keuangan Republik Indonesia per 31 Maret 2022 tercatat bahwa adanya kenaikan jumlah pelaporan pajak tentang pajak penghasilan sebesar 11,16 juta SPT yang jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya mengalami peningkatan sebesar 0,03%. Diketahui pula selama tahun 2021 sebanyak 96% pajak penghasilan dilaporkan dengan menggunakan e-SPT, e-form, dan e-filing. Sehingga bisa disimpulkan hanya 4% saja masyarakat yang membayarkan pajaknya dengan mendatangi Kantor Pelayanan Pajak. Dengan adanya digitalisasi perpajakan tentunya mempermudah seseorang untuk membayarkan pajaknya dan berdampak pada peningkatan nilai kepatuhan wajib pajak.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Viggy Anggini, 2021) menunjukkan hasil bahwa religiusitas mampu memoderasi hubungan antara pengetahuan dengan kepatuhan wajib pajak. Penelitian lain yang berasal dari (Sela Sukmana, 2018) menyatakan bahwa interaksi hubungan pengetahuan pajak dan religiusitas berpengaruh signifikan secara positif terhadap kepatuhan pajak.

(Etanim, 2022) digitalisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, dan pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM melalui insentif pajak selama covid-19 dan digitalisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM melalui insentif pajak selama covid-19. Sedangkan menurut (Muvidah & Andriani, n.d.) hasil penelitian ini menunjukkan berpengaruh positif digitalisasi perpajakan terhadap *voluntary tax compliance* dan pengaruh positif Digitalisasi Perpajakan terhadap kepercayaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari, 2021) yang dikutip pada (Sihar Tambun, 2022) menyatakan bahwa penerapan *e-filling* atau pelaporan pajak *online* berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak. Dan menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aini, 2022) menunjukkan bahwa variabel digitalisasi layanan pajak memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Menurut (Yusuf, 2018) digitalisasi saat ini disediakan oleh pemerintah dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak di Indonesia, karena wajib pajak dapat dengan mudah menghitung dan melaporkan pajaknya. Maka kepercayaan juga dapat berpengaruh positif dalam memediasi digitalisasi perpajakan terhadap *voluntary tax compliance*. Hasil penelitian terdahulu menjelaskan bahwa digitalisasi perpajakan ini berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Religiusitas

Religiusitas merupakan komitmen yang dimiliki oleh seseorang mengenai ajaran agama yang dianut. (Jannah, 2017). Menurut (Sufiah, Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Surabaya, 2017) religiusitas merupakan tingkat keimanan dan pengetahuan yang dimiliki oleh wajib pajak mengenai agama dan ajarannya. Menurut (Ernawati, 2018) religiusitas merupakan seberapa besar tingkat keyakinan dan pemahaman wajib

pajak mengenai agama dan Tuhannya, sehingga wajib pajak berusaha untuk mematuhi peraturan perpajakan.

Religiusitas adalah suatu hal yang penting dalam hal menyangkut kepatuhan wajib pajak. Seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang baik dianggap akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Tidak membayar pajak dengan baik akan bertolak belakang pada ajaran agama. Wajib pajak yang memiliki religiusitas tinggi akan berusaha meningkatkan pengetahuan perpajakan karena melanggar agama akan berdosa. Dengan tingkat pengetahuan perpajakan yang tinggi ini sesuai dengan Theory of Planned Behavior akan berusaha untuk termotivasi mematuhi peraturan perpajakan. Sehingga kepatuhan pajak akan meningkat (Afifi, 2018).

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *e-commerce* Di Indonesia” dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah apakah sanksi perpajakan dan digitalisasi perpajakan berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak serta religiusitas sebagai pemoderasi. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana dampak sanksi perpajakan, digitalisasi perpajakan, dan moderasi religiusitas terhadap kepatuhan wajib pajak sehingga dapat memberikan kontribusi kepada pemerintah dalam menemukan cara untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak pelaku *E-Commerce* di Jakarta. Jakarta merupakan salah satu kota yang jumlah pembelinya terbanyak dalam tiga tahun terakhir. Populasi dari penelitian ini yaitu pengguna *E-Commerce* atau pelaku usaha Online Shopping di Jakarta. Teknik pengumpulan data secara kuesioner yang dibagikan kepada pengusaha yang mengelola bisnis atau wajib pajak (WP) *E-Commerce*. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data memakai purposive sampling. purposive sampling merupakan kriteria sampel yang dapat ditentukan, yaitu wajib pajak yang harus memiliki NPWP baik badan maupun orang pribadi dan terdaftar sebagai wajib pajak orang pribadi di wilayah DKI Jakarta dan juga pertimbangan syarat untuk membuktikan sampel adalah pengusaha atau pelaku usaha yang sedang mengelola bisnis onlinenya melalui *E-Commerce* dan pelaku usaha setuju mengisi kuesioner. Kuesioner penelitian berbentuk *google form* lalu di sebar ke *chat personal* atau sosial media. Kuesioner akan langsung dibagikan kepada pelaku usaha atau pengusaha UMKM *E-Commerce*, sampel yang di ambil berjumlah 100 responden. Responden yang dimaksud adalah pelaku usaha yang berjualan menggunakan *platform E-Commerce* adapun bergabung dengan idEA (Asosiasi E-Commerce Indonesia). Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah pemakai *E-Commerce* atau pelaku usaha Online Shopping di Jakarta, terhubung Jakarta adalah kota nomor satu serta pembeli dengan jumlah terbesar dalam bidang *E-Commerce* selama tiga tahun terakhir, pengusaha *Online Shop* yang mempunyai NPWP baik badan maupun orang pribadi dan pelaku usaha Online Shop yang mempromosikan produknya di Shopee atau di salah satu *platform E-Commerce* yang merupakan bagian idEA (Asosiasi E-Commerce Indonesia). Penelitian ini menerapkan indikator dari variabel yang diteliti berjumlah 14. Penelitian ini mempunyai empat variabel yang diteliti. Pertama, Variabel sanksi perpajakan sebagai variabel independen. Sanksi perpajakan merupakan undang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/ditaati/dipatuhi, jadi sanksi perpajakan merupakan jaminan dalam

menentukan peraturan perundang-undangan perpajakan atau dapat disebut dengan (norma perpajakan) dan akan diikuti/ditaati/dipatuhi, bisa diartikan sanksi perpajakan adalah alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan yang telah dibuat semakin tinggi atau semakin beratnya sanksi, maka akan memberatkan wajib pajak (Mardiasmo, 2016:62). Variabel sanksi perpajakan terdiri dari empat indikator, yaitu: Keterlambatan melaporkan pajak dan membayar perpajakan, Tingkatan penerapan sanksi perpajakan, Sanksi perpajakan digunakan untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak (WP), Penghapusan sanksi perpajakan meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak (WP), (Mulyati & Ismanto, 2021). Kedua, Variabel digitalisasi pajak yaitu sebagai program yang pelaksanaan reformasi perpajakannya bertujuan untuk memperbaiki dan meningkatkan efisiensi juga kelembagaan agar dapat lebih efisien serta ekonomis, dalam sistem pelaporan pajak menggunakan format *paper file* yang membuat format digital dan *online*. (Aini, 2022). Digitalisasi layanan pajak memiliki tiga indikator, yaitu: Aplikasi layanan pajak berbasis digital, Kemudahan akses informasi pajak, Inovasi layanan digital (Tambun & Ananda, 2022). Ketiga, Variabel kepatuhan wajib pajak merupakan tindakan Wajib Pajak yang mencontohkan perilaku kepatuhan terhadap perpajakan dengan melaksanakan semua kewajiban perpajakan yaitu pelaporan pajak dan pembayaran pajak serta melaksanakan kewajiban perpajakannya. Kewajiban wajib pajak yang melaksanakan kewajibannya membayar pajak adalah faktor yang penting untuk upaya pemerintah untuk meningkatkan penerimaan pajak. (Afeni Maxuel, 2021). Kepatuhan wajib pajak memiliki empat indikator, yaitu: Wajib Pajak patuh untuk mendaftarkan diri, Patuh dalam hal mengumpulkan kembali SPT, kepatuhan dalam hal menghitung penjumlahan dan penuntasan pajak terutang, Kepatuhan perihal melunasi utang atau tunggakan yang sudah ditagihkan (Hartono & Sianturi, 2022). Keempat, Variabel religiusitas sebagai variable yang memoderasi. Religiusitas merupakan suatu hal yang penting dalam hal menyangkut kepatuhan wajib pajak (WP). Seseorang atau pribadi yang memiliki tingkat religiusitas yang baik dapat dianggap mempengaruhi tingkat dalam kepatuhan wajib pajak. Jika, tidak membayar pajak dengan baik dapat bertolak belakang pada ajaran beragama. Wajib Pajak (WP) yang religiusitasnya tinggi akan berusaha memperdalam pengetahuan perpajakan karena yang melanggar agama akan berdosa (Afifi, 2018). Religiusitas memiliki tiga indikator, yaitu: Keyakinan, Praktik Agama, Pengalaman, Pengetahuan Agama, Konsekuensi. (Prasetyo & Anitra, 2020). Data penelitian dikumpulkan dengan metode pengumpulan kuesioner yang menerapkan skala likert 1 sampai 5. Semua pertanyaan atau survei yang dibuat dalam kuesioner penelitian mengikuti indikator dalam setiap variable yang diteliti. Jumlah data yang terkumpul dari responden lalu di rekapitulasi untuk dianalisa.

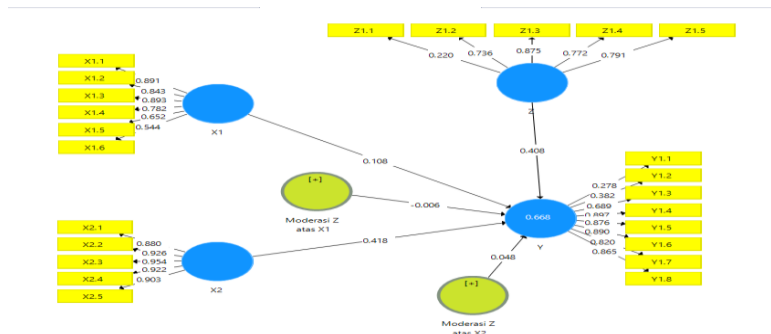
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 212 responden dari kalangan laki-laki dan perempuan. Responden berusia <16 tahun, 16 – 25 tahun, 26 – 35 tahun, dan > 35 tahun. Penelitian menggunakan metode analisa Partial Least Square (PLS) versi 3, yaitu model persamaan Structural Equation Modeling (SEM) dengan berdasarkan variance atau *component based structural equation modeling*. Software yang dipakai adalah SmartPLS (Partial Least Square) untuk memastikan hipotesis penelitian. SmartPLS memakai metode bootstrapping bisa juga disebut penggandaan

secara acak. Analisis PLS-SEM berjalan dari dua sub model dengan model pengukuran (*measurement model*) atau outer model dan model struktural (*structural model*) atau *inner model*.

Gambar 1. Loading Factor
Sumber: Data Olahan SmartPLS



Uji validitas untuk indikator reflektif menggunakan korelasi diantaranya skor item dengan konstraknya. Suatu indikator akan dinyatakan valid jika mempunyai nilai *loading factor* diatas 0,5. Dari gambar di atas menunjukkan bahwa loading faktor memberikan nilai yang sesuai disarankan. Berarti indikator yang digunakan di dalam penelitian ini adalah valid atau dapat dikatakan telah memenuhi *convergent validity*.

Gambar 2. Construct Reliability and Validity
Sumber: Data Olahan SmartPLS

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas	Rata-rata varian diekstrak (AVE)
Moderasi Z atas X1 -> Y	1.000	1.000	1.000	1.000
Moderasi Z atas X2 -> Y	1.000	1.000	1.000	1.000
X2	0,953	0,957	0,964	0,841
X1	0,876	0,951	0,900	0,606
Y	0,885	0,041	0,902	0,561
Z	0,730	0,800	0,826	0,516

Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa dalam nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reability* memiliki hasil penilaian lebih besar dari 0,70 artinya uji reliabilitas dianggap sudah reliable dan memenuhi syarat yang sudah ada.

Pengujian model struktural atau inner model dapat dipergunakan untuk menguji hipotesis antara variabel dan dapat dilihat dari nilai P value dan T statistic, bila nilai P value dibawah 0,05 atau 5% berarti nilai diterima atau signifikan dan bila nilai T statistic di atas 1,96 maka signifikan. Untuk dapat membuktikan hipotesisnya maka dapat diuji berdasarkan nilai Path *Coefficients* (koefisien jalur) yang dapat di lihat dari tabel dibawah yang merupakan hasil pembuktian hipotesis berikut ini:

Gambar 3. Construct Hypothesis
Sumber: Data Olahan SmartPLS

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Moderasi Z atas X1 -> Y	-0,006	0,024	0,103	0,057	0,954
Moderasi Z atas X2 -> Y	0,048	0,036	0,105	0,459	0,647
X1 -> Y	0,108	0,138	0,064	1,693	0,091
X2 -> Y	0,418	0,4	0,113	3,683	0
Z -> Y	0,408	0,404	0,145	2,813	0,005

Melalui tabel di atas cenderung dapat dilihat cara pengujian koefisien melalui pengujian bootstrapping. Hal ini cenderung dilihat dari akibat dari contoh pertama yang menunjukkan keterkaitan antara faktor-faktor yang bersifat positif atau negatif dengan melihat sifat-sifat yang bertanda negatif atau tidak. Hal ini sangat terlihat dari konsekuensi contoh pertama pada variabel moderasi religiusitas atas pengaruh digitalisasi perpajakan (0,048), sanksi perpajakan (0,108), digitalisasi perpajakan (0,418), dan religiusitas (0,408). Keempat faktor tersebut bernilai positif yang menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan variabel moderasi religiusitas atas pengaruh sanksi perpajakan (-0,006) bernilai negatif, hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Melalui tabel diatas path coefficient juga dapat diketahui nilai T-statistic yang digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi hubungan antar variabel. Hubungan dari variabel dianggap signifikan jika T-statistic lebih besar dibandingkan T tabel (1,96). Selain itu juga pada nilai value yang menyatakan tingkat signifikansi jika nilai P-Values lebih kecil dari 0,05. Dari kelima nilai pada pengujian sanksi perpajakan mendapat nilai T statistic $1,693 < 1,96$ dengan nilai P value 0,091 sehingga menunjukkan bahwa terdapat nilai yang tidak signifikan. Pada pengujian digitalisasi perpajakan mendapat nilai T statistic $3,683 > 1,96$ dengan nilai P value 0 sehingga menunjukkan bahwa terdapat nilai yang signifikan. Pada pengujian religiusitas mendapat nilai T statistic $2,813 > 1,96$ dengan nilai P value 0,005 sehingga menunjukkan bahwa terdapat nilai yang signifikan. Pada pengujian moderasi religiusitas atas pengaruh sanksi perpajakan dengan nilai T statistic $0,057 < 1,96$ dengan nilai P value 0,954 sehingga menunjukkan bahwa tidak terdapat nilai yang tidak signifikan. moderasi religiusitas atas pengaruh digitalisasi perpajakan dengan nilai T statistic $0,459 < 1,96$ dengan nilai P value 0,647 sehingga menunjukkan bahwa terdapat nilai yang tidak signifikan.

B. Pembahasan

Pembuktian hipotesis pertama, dari hasil perhitungan pada path coefficient pengujian pada sanksi perpajakan mendapat original sampel sebesar 0,108 dengan nilai T statistic $1,693 < 1,96$ dengan nilai P value 0,091. Sehingga dapat diartikan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan hasil koefisien jalur sebesar 0,108 yang mengartikan jika sanksi perpajakan tidak dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 10,8%. Maka, didapatkan hasil *H1* yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak ditolak.

Pembuktian hipotesis kedua, dari hasil perhitungan pada path coefficient pengujian pada digitalisasi perpajakan mendapat original sampel sebesar 0,418 dengan nilai T statistic $3,683 > 1,96$ dengan nilai P value 0. Sehingga dapat diartikan bahwa digitalisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan hasil koefisien jalur sebesar 0,418 yang mengartikan jika digitalisasi perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 41,8%. Maka, didapatkan hasil *H2* yang menyatakan bahwa digitalisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak diterima.

Pembuktian hipotesis ketiga, dari hasil perhitungan pada path coefficient pengujian pada religiusitas mendapat original sampel sebesar 0,408 dengan nilai T statistic $2,813 > 1,96$ dengan nilai P value 0,005. Sehingga dapat diartikan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan hasil koefisien jalur sebesar 0,408 yang mengartikan jika religiusitas dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 40,8%. Maka, didapatkan hasil *H3* yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak diterima.

Pembuktian hipotesis keempat, dari hasil perhitungan pada path coefficient pengujian pada moderasi religiusitas atas pengaruh sanksi perpajakan sebesar -0,006 dengan nilai T statistic $0,057 < 1,96$ dengan nilai P value 0,954. Sehingga dapat diartikan bahwa moderasi religiusitas atas pengaruh sanksi perpajakan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan hasil koefisien jalur sebesar -0,006 yang mengartikan pada moderasi religiusitas atas pengaruh sanksi perpajakan tidak dapat memperkuat dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 0,6%. Maka, didapatkan hasil *H4* yang menyatakan moderasi religiusitas atas pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak ditolak.

Pembuktian hipotesis kelima, dari hasil perhitungan pada path coefficient pengujian pada moderasi religiusitas atas pengaruh digitalisasi perpajakan sebesar 0,048 dengan nilai T statistic $0,459 < 1,96$ dengan nilai P value 0,647. Sehingga dapat diartikan bahwa moderasi religiusitas atas pengaruh digitalisasi perpajakan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan hasil koefisien jalur sebesar 0,048 yang mengartikan pada moderasi religiusitas atas pengaruh digitalisasi perpajakan tidak dapat memperkuat dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 4,8%. Maka, didapatkan hasil *H5* yang menyatakan moderasi religiusitas atas pengaruh digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak ditolak.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan bukti mengenai pengaruh sanksi perpajakan dan digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan religiusitas sebagai variabel moderating. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Digitalisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Moderasi religiusitas atas pengaruh sanksi perpajakan tidak signifikan memperkuat kepatuhan wajib pajak. Moderasi religiusitas terhadap digitalisasi perpajakan tidak signifikan memperkuat kepatuhan wajib pajak. Kelemahan dari penelitian ini adalah dari model penelitian belum mencapai kata maksimal karena dari pembuktian hipotesis terbukti bahwa variabel sanksi perpajakan dan digitalisasi perpajakan hanya 10,8% dan 41,8% sehingga penelitian ini masih bisa dikaji kembali dan dari pengambilan sampel masih ada keterbatasan jumlah responden. Maka, saran bagi penelitian berikutnya agar dapat menambahkan variabel independen untuk melengkapi model yang mempengaruhi religiusitas dan kepatuhan wajib pajak. Lalu untuk peneliti selanjutnya agar dapat mencari responden yang lebih banyak lagi untuk keakuratan dalam sampel data.

BIBLIOGRAFI

Afeni Maxuel, A. P. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM e-commerce. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 24.

- Afifi, N. E. (2018). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Pemoderasi. 655.
- Aini, N. Q. (2022). Pengaruh Kebijakan Insentif Pajak Penghasilan bagi UMKM dan Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2(1), 1581.
- Apollo, .. &. (2020). EFFECT THE UNDERSTANDING OF TAXATION, TAX SANCTIONS AND TAXPAYER AWARENESS OF TAXPAYER COMPLIANCE (RESEARCH ON TAXPAYERS OF INDIVIDUAL ENTREPRENEURS IN TANGERANG REGION). *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 88.
- Arum A, .. e. (2021). Pengaruh Lingkungan Wajib Pajak Dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi 3 (SIMBA)*.
- Barokah, S. &. (2018). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Layanan Otoritas Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Dimoderasi Oleh Religiusitas. *Journal uta45 Jakarta*, 37.
- Ermanis, Y. P. (2021). pengaruh Insentif Pajak Pandemi Covid-19, Digitalisasi Administrasi Perpajakan dan Omnibus Law Perpajakan Terhadap Penerimaan Pajak (Studi Kasus di KPP Pratama Pekanbaru Tampan Tahun 2020-2021). *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(4), 444–453.
- Ermawati.N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal STIE Semarang Vol 10 No 1*.
- Ernawati, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal STIE Semarang Vol 10 No 1*.
- Ernawati.N, .. &. (2018). PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN KESADARAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, Vol. 7, 51.
- Hasanudin, H. I. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak Online Shopping Di Jakarta: Urgensi Antara E-Commerce Dan Jumlah Pajak Yang Disetor. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 72.
- Jannah, I. (2017). Pengaruh Dimensi Konsekuensi Religiusitas Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Dalam Perpajakan (Studi Pada KPP Pratama Kabupaten Boyolali). *skripsi*.
- Lampropoulos, G. S. (2019). Internet of Things in the Context of Industry 4.0: An Overview . *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 7(1), 4-19.
- Listiowati, e. a. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM MEMBAYAR PAJAK. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 373.
- Purnamasari, D. L. (2018). The Effect of Modernization of Indonesia's Tax Administration System on Tax Compliance: A Study of Small Medium Enterprises (SMEs) Taxpayers. *International Journal of Computer Networks and Communications Security*, 61-65.
- Purnamasari, P. P. (2021). Religiosity as a moderating variable on the effect of love of money, Machiavellian and equity sensitivity on the perception of tax evasion . *Growing Science*, 547.

- Putri, O. A. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Love of Money Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Sanksi Pajak sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 140.
- Rahmayanti, N. P. (2020). Effect of tax penalties, tax audit, and taxpayers awareness on corporate taxpayers compliance moderated by compliance intentions. *INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN BUSINESS AND SOCIAL SCIENCE* 9(2), 118.
- Ramandey, L. (2020). *Perpajakan, Suatu Pengantar*. Sleman: Penerbit Deepublish (Gru Penerbit CV BUDI UTAMA).
- Sela Sukmana, e. a. (2018). Studi Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Dan Religiusitas Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Tanah Abang Tiga). *Journal Universitas Pancasila*, 23.
- Sihar Tambun, R. R. (2022). Dampak Tax Planning dan Digitalisasi Layanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dimoderasi oleh Nasionalisme. *Owner : Riset dan Jurnal Akuntansi*, 2994.
- Sufiah. (2017). Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Surabaya. *jurnalmahasiswa.unesa.ac.id*, 15894.
- Sufiah. (2017). Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Surabaya. *jurnalmahasiswa.unesa.ac.id*, 15894.
- Sufiah. (2017). Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Unesa*, 15894.
- Tambun.S, .. &. (2022). Pengaruh kewajiban moral dan digitalisasi layanan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak dengan nasionalisme sebagai pemoderasi. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 3160.
- Viggy Anggini, e. a. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Sanksi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Indonesia* , 3087-3088.
- Wulandari, D. S. (2021). igitalisasi Sistem Administrasi Perpajakan Dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Journal of Accounting Science*, 5(1), 36-70.
- Yusuf, E. R. (2018). Pengaruh Layanan Pajak Online Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi (Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Samarinda) . *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952.
- Yusuf.E.R, .. S. (2018). Pengaruh Layanan Pajak Online Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi (Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Samarinda). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952.

Copyright holders:

Rio Johan Putra, Herlina, Rada Dea Anada Puspa, Irene Octavia (2023)

First publication right:

Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi)

This article is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

