



Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce di Kabupaten Lamongan

Clarisa Rachel Anjani^{1*}, Yenni Vera Fibrianti²

^{1,2} Faculty Of Economics and Business, Universitas Islam Lamongan, Indonesia

Email : rachelanjani23@gmail.com^{1*}, yennivera@unisla.ac.id²

Korespondensi penulis : rachelanjani23@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the factors that influence taxpayer compliance of e-commerce actors in Lamongan Regency. The independent variables used in this study include tax socialization, taxpayer awareness, tax understanding, and tax rates. The dependent variable in this study is taxpayer compliance. This study uses a descriptive quantitative approach with a survey method. Primary data were collected through questionnaires distributed to e-commerce business actors who were the research samples. The data analysis technique used multiple linear regression to determine the partial and simultaneous effects of each independent variable on the dependent variable. The results of the study indicate that partially, tax socialization, taxpayer awareness, and tax understanding have a significant effect on taxpayer compliance. Meanwhile, tax rates do not show a significant effect partially. However, simultaneously, the four variables have a significant effect on taxpayer compliance. This finding implies that increasing tax compliance in e-commerce actors can be encouraged through optimizing socialization, increasing awareness, and understanding of taxation, as well as evaluating applicable tax rate policies.*

Keywords : *Taxpayer Compliance, E-Commerce, Tax Socialization, Taxpayer Awareness, Tax Understanding.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak terhadap pelaku e-commerce di Kabupaten Lamongan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sosialisasi pajak, kesadaran wajib pajak, pemahaman pajak, dan tarif pajak. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada pelaku usaha e-commerce yang menjadi sampel penelitian. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda untuk menentukan efek parsial dan simultan dari setiap variabel independen pada variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, sosialisasi pajak, kesadaran wajib pajak, dan pemahaman pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, tarif pajak tidak menunjukkan efek yang signifikan sebagian. Namun, secara bersamaan, keempat variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan ini menyiratkan bahwa peningkatan kepatuhan pajak pada pelaku e-commerce dapat didorong melalui optimalisasi sosialisasi, peningkatan kesadaran, dan pemahaman tentang perpajakan, serta mengevaluasi kebijakan tarif pajak yang berlaku.

Kata kunci : Kepatuhan Wajib Pajak, E-Commerce, Sosialisasi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Pajak.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mendorong pertumbuhan e-commerce secara signifikan di Indonesia. Transaksi daring kini menjadi alternatif utama dalam kegiatan jual beli, menggeser model bisnis konvensional. Seiring meningkatnya penggunaan platform digital seperti Shopee, Tokopedia, dan lainnya, aktivitas ekonomi berbasis e-commerce memberikan dampak besar terhadap potensi penerimaan negara dari sektor perpajakan.

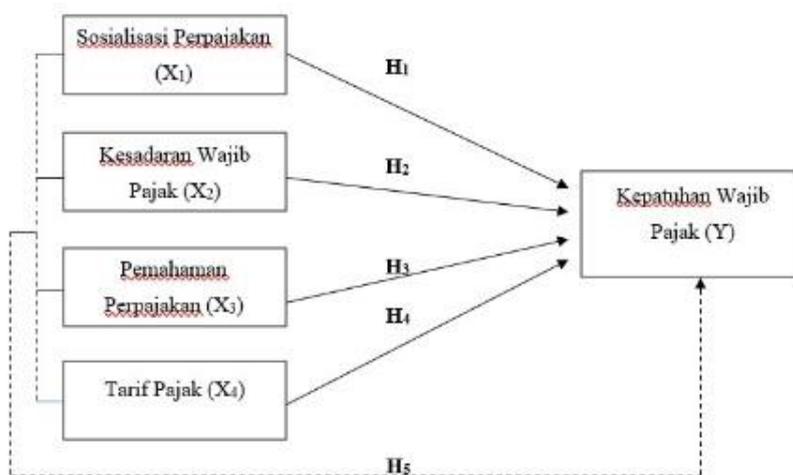
Namun, pertumbuhan tersebut tidak selalu diiringi dengan tingkat kepatuhan perpajakan yang memadai, terutama dari para pelaku usaha e-commerce yang mayoritas

tergolong dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kepatuhan wajib pajak merupakan aspek krusial dalam menjaga keberlangsungan pendapatan negara. Oleh karena itu, pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) terus menggalakkan sosialisasi perpajakan dan perbaikan sistem untuk meningkatkan kesadaran serta pemahaman masyarakat terhadap kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan teori atribusi yang dikembangkan oleh Fritz Heider (1958), perilaku kepatuhan dapat dipengaruhi oleh faktor internal seperti kesadaran dan pemahaman, serta faktor eksternal seperti tarif pajak dan intensitas sosialisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh keempat variabel tersebut terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku e-commerce di Kabupaten Lamongan.

Kabupaten Lamongan dipilih sebagai objek penelitian karena menunjukkan perkembangan pelaku e-commerce yang cukup pesat namun masih menghadapi tantangan dalam hal literasi perpajakan. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengambilan kebijakan fiskal yang lebih tepat sasaran, serta mendorong peningkatan penerimaan pajak dari sektor digital.

Adapun model analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Analisis

Berdasarkan model analisis di atas, dapat dirumuskan hipotesis yaitu:

H_1 : diduga terdapat pengaruh positif yang signifikan antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

H_2 : diduga terdapat pengaruh positif secara signifikan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak

H_3 : diduga terdapat pengaruh positif secara signifikan antara pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak

H_4 : diduga terdapat pengaruh positif secara signifikan antara tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

H_5 : diduga terdapat pengaruh positif secara signifikan antara sosialisasi, kesadaran, pemahaman, dan tarif pajak secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian adalah pelaku usaha e-commerce di Kabupaten Lamongan. Sampel ditentukan menggunakan metode random sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antar variabel.

Table 1. Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Sosialisasi perpajakan (X1)	Frekuensi Inisiatif Pendidikan, Kejelasan Informasi yang Diberikan, Relevansi dengan Target Audience, Dukungan dari Otoritas, Mekanisme Umpan Balik, Dampak Kepatuhan.	Likert 1-5
2	Kesadaran wajib pajak (X2)	Pemahaman tentang peraturan pajak, Akses ke informasi pajak, Keterlibatan dalam program pendidikan pajak, Persepsi keadilan dalam perpajakan, Penggunaan layanan pajak online, Umpan balik tentang beban pajak	Likert 1-5
3	Pemahaman perpajakan (X3)	Pengetahuan tentang kalkulasi pajak, Kesadaran akan tenggat waktu pelaporan, Persepsi keadilan pajak, Akses informasi pajak, Keterlibatan dalam pendidikan pajak, Umpan balik sosialisasi pajak e-commerce	Likert 1-5
4	Tarif pajak (X4)	Kesadaran akan tarif pajak yang berlaku, Persepsi keadilan pajak, Pemahaman metode perhitungan pajak, Dampak tarif pajak terhadap keuntungan bisnis, Kebutuhan untuk tinjauan reguler tarif pajak, Aksesibilitas informasi pajak	Likert 1-5
5	Kepatuhan wajib pajak (Y)	Pengetahuan tentang Kewajiban Pajak, Pemahaman tentang Kalkulasi Pajak, Persepsi Keadilan Pajak, Dukungan dari Otoritas, Aksesibilitas Informasi Pajak	Likert 1-5

Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda. Sebelum regresi dilakukan, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menilai kualitas instrumen. Validitas diuji menggunakan korelasi Pearson dengan batas signifikansi $p < 0,05$, sementara reliabilitas diuji menggunakan nilai Cronbach's Alpha dengan batas minimal 0,60 (Ghozali, 2018).

Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi: uji normalitas (menggunakan Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (mengacu pada nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10), serta uji heteroskedastisitas (menggunakan uji Glejser dengan $p > 0,05$).

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (untuk pengaruh parsial masing-masing variabel independen) dan uji F (untuk pengaruh simultan seluruh variabel independen terhadap kinerja keuangan).

Selain itu, untuk melihat kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen digunakan koefisien determinasi (Adjusted R²).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, pemanfaatan media sosial, dan financial technology (fintech) terhadap kinerja keuangan UMKM sektor makanan dan minuman di Kabupaten Lamongan. Penelitian menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 96 responden pelaku UMKM. Data yang dikumpulkan telah diolah melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda.

Table 2. analisis statistik deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	11	25	18.32	3.133
X2	100	7	23	18.74	3.164
X3	100	7	24	18.46	3.494
X4	100	5	22	16.42	3.978
Y	100	9	24	19.70	2.966
Valid N (listwise)	100				

Sosialisasi perpajakan (X1), memiliki nilai minimum sebesar 11, nilai maksimum sebesar 25, rata-rata sebesar 18,32, serta nilai standar deviasi 3.133.

Kesadaran wajib pajak (X2), memiliki nilai minimum sebesar 7, nilai maksimum sebesar 23, rata-rata sebesar 18.74, serta nilai standar deviasi 3.164.

Pemahaman perpajakan (X3), memiliki nilai minimum sebesar 7, serta nilai maksimum sebesar 24, rata-rata sebesar 18,46 serta nilai standar deviasi sebesar 3.494.

Tarif pajak (X4), memiliki nilai minimum sebesar 5, serta nilai maksimum sebesar 22, rata-rata sebesar 16.42, serta nilai standar deviasi sebesar 3.978.

Kepatuhan wajib pajak (Y), memiliki nilai minimum sebesar 9, serta nilai maksimum sebesar 24, rata-rata sebesar 19,70, serta nilai standar deviasi sebesar 2.966.

2.985 dari 96 responden.

Table 3. Hasil Uji Validitas

indikator	r hitung	r tabel	keterangan
<i>Sosialisasi Perpajakan</i>			
X1.1	0.569	0.196	valid
X1.2	0.733	0.196	valid
X1.3	0.836	0.196	valid
X1.4	0.774	0.196	valid
X1.5	0.463	0.196	valid
<i>Kesadaran Wajib Pajak</i>			
X2.1	0.783	0.196	valid
X2.2	0.694	0.196	valid
X2.3	0.699	0.196	valid
X2.4	0.698	0.196	valid
X2.5	0.760	0.196	valid
<i>Pemahaman Perpajakan</i>			
X3.1	0.804	0.196	valid
X3.2	0.720	0.196	valid
X3.3	0.769	0.196	valid
X3.4	0.761	0.196	valid
X3.5	0.710	0.196	valid
<i>Validitas Tarif pajak</i>			
X4.1	0.802	0.196	valid
X4.2	0.715	0.196	valid
X4.3	0.803	0.196	valid
X4.4	0.651	0.196	valid
X4.5	0.772	0.196	valid
<i>Kepatuhan wajib pajak</i>			
Y.1	0.794	0.196	valid
Y.2	0.709	0.196	valid
Y.3	0.708	0.196	valid
Y.4	0.799	0.196	valid
Y.5	0.567	0.196	valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas, sehingga menunjukkan bahwa nilai r hitung > dari nilai r tabel sebesar 0,196. Sehingga seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid dan bisa digunakan dalam pengujian hipotesis.

Table 4. Hasil Uji Reabilitas

No	variabel	koefisien cronbach`s alpa	batas minimum	keterangan
1	sosialisasi perpajakan	0,694	0.6	reliabel
2	kesadaran wajib pajak	0,777	0.6	reliabel
3	pemahaman perpajakan	0.871	0.6	reliabel
4	tarif pajak	0,805	0.6	reliabel
5	kepatuhan wajib pajak	0,806	0.6	reliabel

Berdasarkan hasil dari tabel dapat disimpulkan bahwa koefisien Alpha Cronbach >

0,6 sehingga seluruh variabel penelitian dapat dikatakan reliabel

Table 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	.0000000	.0000000
	.57311427	.49348335
Most Extreme Differences	.073	.057
	.073	.057
	-.048	-.032
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c,d

Berdasarkan tabel didapatkan data bahwa nilai signifikansi sebesar 0.200 yang mana nilai $0.200 > 0.05$. Hal ini dapat diartikan bahwa yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Table 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Sosialisasi perpajakan	1.430	0,699	Tidak terjadi Multikolonieritas
Kesadaran wajib pajak	7.843	0,128	Tidak terjadi Multikolonieritas
Pemahaman wajib pajak	4.082	0,245	Tidak terjadi Multikolonieritas
Tarif pajak	6.933	0,144	Tidak terjadi Multikolonieritas

Berdasarkan uji multikolinieritas yang telah dilakukan diperoleh hasil yang terdapat di variabel *sosialisasi perpajakan*, *kesadaran wajib pajak*, *pemahaman wajib pajak*, *tarif pajak* memiliki nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,1$. Maka dapat dinyatakan bahwa dalam model regresi tidak terdapat korelasi antar variabel independen.

Table 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Nilai Sig. (2-tailed)	Nilai Signifikan	Keputusan
Sosialisasi perpajakan	2.697	0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Kesadaran wajib pajak	9.586	0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Pemahaman perpajakan	3.959	0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Tarif pajak	5.675	0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Pada tabel diatas, didapatkan nilai signifikansi untuk masing-masing variabel sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, pemahaman wajib pajak, tarif pajak adalah $> 0,05$. Hal ini membuktikan dalam model penelitian tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Table 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.160	.431		7.337	.000
	Sosialisasi perpajakan (X1)	.060	.022	.064	2.697	.008
	Kesadaran wajib pajak (X2)	.498	.052	.531	9.586	.000
	Pemahaman perpajakan (X3)	.134	.034	.158	3.959	.000
	Tarif pajak (X4)	.221	.039	.296	5.675	.000

Dalam penelitian ini menggunakan model persamaan regresi linear berganda dengan persamaan yang terbentuk sebagai berikut:

$$Y=3.160 + 0.060 X1 + 0.498 X2 + 0.134 X3 + 0.221 X4 + e$$

Berikut adalah interpretasi yang dapat menjelaskan persamaan tersebut :

1. Nilai konstanta sebesar 3.160 artinya jika variabel sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, pemahaman perpajakan, tarif pajak bernilai nol maka kinerja keuangan nilainya positif sebesar 3.160.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel literasi keuangan sebesar 0.60 artinya jika variabel sosialisasi perpajakan mengalami kenaikan sebesar satu kali maka kinerja meningkat sebesar 0.60 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel kesadaran wajib pajak sebesar 0.498 artinya jika variabel kesadaran wajib pajak mengalami kenaikan sebesar satu kali maka kinerja keuangan meningkat sebesar 0.498 dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Nilai koefisien regresi pemahaman wajib pajak sebesar 0.134 artinya jika variabel pemahaman wajib pajak mengalami kenaikan sebesar satu kali maka kinerja keuangan meningkat sebesar 0.134 dengan asumsi variabel lain tetap.
5. Nilai koefisien untuk tarif pajak yaitu sebesar 0.221 artinya jika variabel tarif pajak mengalami kenaikan sebesar satu kali maka tarif pajak mengalami kenaikan sebesar 0,221 dengan asumsi variabel lain tetap.

Table 9. Hasil Uji Tstatistik

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.160	.431		7.337	.000
	Sosialisasi perpajakan (X1)	.060	.022	.064	2.697	.008
	Kesadaran wajib pajak (X2)	.498	.052	.531	9.586	.000
	Pemahaman perpajakan (X3)	.134	.034	.158	3.959	.000
	Tarif pajak (X4)	.221	.039	.296	5.675	.000

Dari persamaan tabel diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil uji t pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak yang tersaji pada tabel 4.22 diperoleh nilai t hitung sebesar 2.697 > dari t tabel 1,985 dan nilai signifikansi sebesar 0.008 lebih kecil dari 0.05, maka H0 ditolak dan Ha Diterima. Artinya sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak
2. Hasil uji t pengaruh variabel kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak yang tersaji pada tabel 4.22 diperoleh nilai t hitung sebesar 9.586 > dari t tabel 1,985 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, maka H0 ditolak dan Ha Diterima. Artinya keadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
3. Hasil uji t pengaruh variabel Pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak tersaji pada tabel 4.22 diperoleh nilai t hitung sebesar 3.959 > dari t tabel 1,985 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, maka H0 ditolak dan Ha Diterima. Artinya pemahaman perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
4. Hasil uji t pengaruh variabel tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak yang tersaji pada tabel 4.22 diperoleh nilai t hitung sebesar 5.675 > dari t tabel 1,985 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, maka H0 ditolak dan Ha Diterima. Artinya tarif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Table 10. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	838.592	4	209.648	614.562	.000b
	Residual	32.408	95	.341		
	Total	871.000	99			

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 614.562 lebih besar dari nilai f tabel sebesar 2.47 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen yaitu sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, pemahaman perpajakan, tarif pajak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak

Table 11. Hasil Uji Determinan (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.981a	.963	.961	.58407

Pada tabel diatas nilai Adjusted R Square sebesar 0,961 yang dapat diartikan bahwa 96,1% kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, pemahaman perpajakan, tarif pajak Sedangkan 3,9% dipengaruhi oleh variabel lain

Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak

Hasil pengolahan data diketahui bahwa sosialisasi perpajakan (X_1) berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji parsial (t) yaitu variabel sosialisasi perpajakan (X_1) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,697 dan t tabel sebesar 1,985, selanjutnya nilai signifikansi sebesar 0,008 sehingga $Sig < 0,05$ maka H_1 diterima. Sehingga secara parsial variabel sosialisasi perpajakan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

Temuan ini menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan perlu pendekatan terpadu yang menyentuh aspek edukasi, kesadaran individu, pemahaman teknis, dan kebijakan fiskal. Secara empiris, sosialisasi perpajakan terbukti berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini didukung oleh kondisi lapangan yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku *e-commerce* di Lamongan memperoleh informasi perpajakan melalui media sosial, webinar, maupun penyuluhan dari petugas pajak secara daring. Fenomena ini sesuai dengan teori atribusi dari Fritz Heider (1958), yang menjelaskan bahwa faktor eksternal, seperti informasi dan dukungan lingkungan, memengaruhi perilaku individu. Sosialisasi yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak, apabila disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha digital, mampu meningkatkan pemahaman dan kepercayaan terhadap sistem perpajakan. Penelitian terdahulu oleh Indah Mawaddah (2023) juga menemukan bahwa sosialisasi perpajakan merupakan salah

satu variabel yang paling berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, sejalan dengan hasil penelitian ini. Kesadaran wajib pajak sebagai faktor internal juga terbukti memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepatuhan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi tertinggi di antara variabel lain. Hal ini mencerminkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mematuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela. Fenomena di lapangan mengindikasikan bahwa pelaku e-commerce yang memahami pentingnya pajak sebagai kontribusi terhadap pembangunan negara, serta memiliki keyakinan moral dan etika, cenderung melaporkan dan membayar pajaknya secara tertib. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Madjodjo & Baharuddin (2022), yang menyatakan bahwa kesadaran perpajakan yang bersumber dari nilai-nilai pribadi, norma sosial, dan pendidikan fiskal menjadi fondasi penting dalam membangun kepatuhan pajak secara berkelanjutan.

Pengaruh kesadaran wahib pajak Terhadap kepatuhan wajib pajak

Hasil pengolahan data variabel Kesadaran Wajib Pajak (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 9,586 dan t tabel sebesar 1,985, selanjutnya Kesadaran Wajib Pajak (X2) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga $Sig < 0,05$ maka H2 diterima. Sehingga secara parsial variabel Kesadaran Wajib Pajak (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

Pengaruh Pemahaman Perpajakan Terhadap kepatuhan wajib pajak

Hasil pengolahan data variabel Pemahaman Perpajakan (X3) memperoleh nilai t hitung sebesar 3,959 dan t tabel sebesar 1,985, selanjutnya Pemahaman Perpajakan (X3) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga $Sig < 0,05$ maka H3 diterima. Sehingga secara parsial variabel Pemahaman Perpajakan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

Pemahaman perpajakan juga memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi kepatuhan. Di Kabupaten Lamongan, meskipun tingkat literasi digital cukup tinggi, namun banyak pelaku e-commerce masih mengalami kebingungan dalam mengklasifikasikan jenis pajak, perhitungan tarif, serta prosedur pelaporan. Ketika diberikan edukasi yang tepat melalui sosialisasi dan pelatihan pajak digital, mereka menjadi lebih percaya diri dalam melaksanakan kewajiban pajak. Hal ini mendukung pernyataan dalam teori atribusi bahwa faktor internal seperti kemampuan kognitif dan pemahaman akan aturan hukum memengaruhi perilaku individu. Penelitian oleh Rani Nur Fitrianti (2024) juga menegaskan bahwa pemahaman perpajakan yang baik, ditambah digitalisasi sistem, mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak, terutama di kalangan generasi muda yang mendominasi pelaku *e-commerce*.

Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengolahan data variabel Tarif Pajak (X3) memperoleh nilai t hitung sebesar 5,675 dan t tabel sebesar 1,985, selanjutnya Tarif Pajak (X3) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga $\text{Sig} < 0,05$ maka H3 diterima. Sehingga secara parsial variabel Tarif Pajak (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

tarif pajak juga berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan. Dalam konteks *e-commerce*, pelaku usaha mikro dan kecil di Lamongan menyatakan bahwa tarif yang berlaku relatif masih dapat diterima, namun terdapat kekhawatiran terhadap kemungkinan perubahan kebijakan tarif yang tidak diiringi dengan sosialisasi yang memadai. Dalam teori atribusi, persepsi atas keadilan tarif (atribusi eksternal) akan memengaruhi penerimaan individu terhadap kebijakan fiskal. Penelitian Dugna Megenasa Biru (2024) menunjukkan bahwa tarif pajak yang dirasa tinggi justru menjadi penghambat kepatuhan di sektor UMKM. Oleh karena itu, peninjauan tarif pajak secara berkala, transparansi kebijakan, serta partisipasi publik dalam formulasi kebijakan perpajakan menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kepercayaan dan kepatuhan wajib pajak, terutama dalam ekosistem digital yang terus berkembang.

Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Perpajakan, Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan dari hasil uji F dapat dilihat bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Dimana F hitung sebesar 614.562 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,47. Nilai p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu dapat dilihat pada uji determinasi bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,961 yang berarti variabel Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Perpajakan, Tarif Pajak memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 96,1% sedangkan 3,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, perilaku keuangan, pemanfaatan media sosial, dan financial technology secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor makanan dan minuman di Kabupaten Lamongan. Secara parsial, masing-masing variabel tersebut juga memberikan pengaruh positif yang signifikan. dapat disimpulkan bahwa upaya peningkatan kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce* dapat difokuskan pada peningkatan kualitas sosialisasi dan edukasi perpajakan serta membangun kesadaran dan pemahaman yang kuat di kalangan pelaku usaha digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alibya, R. (2020). Pengaruh financial knowledge, financial attitude dan income terhadap perilaku keuangan pada UMKM di Kecamatan Bukit Raya Pekanbaru [Skripsi, Universitas Islam Riau].
- Alves, P. D. R. (2025). Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan pemanfaatan media sosial terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Belu, Atambua.
- Arifuddin, A., Nurnaluri, S., & Intani, F. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap kinerja keuangan UMKM (Studi kasus pada cafe di Kota Kendari). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 298–310.
- Ayem, S., & Wahidah, U. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan UMKM di Kota Yogyakarta. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(1), 1–9.
- Dewi, I. K., Yovita, M., & Pandin, R. (2022). Peningkatan kinerja UMKM melalui pengelolaan keuangan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 7, 23–36.
- Faizal, I., Nanda, I., Ariestiandy, D., & Ernawati, T. (2021). Pengembangan sistem informasi pengelolaan keuangan bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Sistem Komputer dan Informatika (JSON)*, 3(2), 81–86.
- Hanasri, A., Rinofah, R., & Sari, P. P. (2023). Pengaruh literasi keuangan, pengetahuan keuangan, dan sikap keuangan terhadap kinerja keuangan pada pelaku UMKM bisnis online di Bantul. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 443–450.
- HAPSARI, A. (2023). Pengaruh financial literacy, financial technology dan financial inclusion terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Semarang [Tesis, Universitas Islam Sultan Agung].
- Hidayatulloh, I. (2020). Pengaruh inklusi keuangan, literasi keuangan, dan kemampuan menyusun laporan keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM Kabupaten Tegal [Disertasi, Universitas Pancasakti Tegal].
- Iqbal, H. (2020). Pengaruh inklusi keuangan, literasi keuangan, dan kemampuan menyusun laporan keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM Kabupaten Tegal [Disertasi, Universitas Pancasakti Tegal].
- Kusuma, M., Narulitasari, D., & Nurohman, Y. A. (2022). Inklusi keuangan dan literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM di Solo Raya. *Among Makarti*, 14(2).
- Maulida, I., & Rusminah, S. (2023). Adopsi e-commerce usaha mikro kecil menengah (UMKM) makanan dan minuman di Kabupaten Lamongan pasca pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 23(2), 1–7.
- Monica, N., & Ruzikna, R. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan financial technology terhadap kinerja keuangan UMKM sektor kuliner di Kecamatan Sail, Kota Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4159–4176.

- Nurhidayah. (2024). Penggunaan financial technology, literasi keuangan, dan inklusi keuangan UMKM di Kota Makassar [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar].
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi UMKM, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi COVID-19. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 11(1), 73–92.
- Pandak, A., & Nugroho, D. S. (2023). Pengaruh financial technology dan kemampuan manajerial terhadap kinerja keuangan UMKM. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(3), 311–320.
- Pratama Simatupang, A. (2018). Pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli konsumen (Studi pada Pizza Hut Kota Medan). Universitas Sumatera Utara.
- Putri, S. S., & Sungkono, S. (2023). Analisis kinerja keuangan pada usaha kecil mikro menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Economina*, 2(7), 1557–1563.
- Qalby, H. Q. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap kinerja keuangan [Skripsi, Universitas Islam Indonesia].
- Rahayu, A. Y., & Musdholifa, M. (2017). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3), 1–7.
- RPMJD (Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah) Kabupaten Lamongan tahun 2021–2026.
- Rusnawati, R., & Saharuddin, S. (2022). Pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan dan sikap keuangan terhadap kinerja keuangan usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Makassar. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 253–261.
- Sandra, J., Susilowati, E., Bakri, A. A., Koesoemasari, D. S. P., & Gunawan, T. I. (2023). Menelusuri dampak kompetensi keuangan, struktur kepemilikan, dan dukungan pemerintah terhadap kinerja keuangan UMKM. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 9450–9458.
- Sitanggang, P. S., Solikhin, A., & Ihsan, M. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial dan penggunaan teknologi terhadap kinerja keuangan UMKM Batik Jambi di Kampung Jelmu dan Ulu Gedong Kecamatan Pelayangan Kota Jambi periode 2018–2020. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(3), 119–132.
- Sugita, I. K. D. N., & Ekayani, N. N. S. (2022). Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan akses permodalan terhadap keberlanjutan UMKM pada bidang fashion di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 117–125.
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh financial literacy terhadap keberlangsungan usaha (business sustainability) pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 153–163.