

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan *E-Commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Dengan Internal Control Sebagai Variabel Moderating

Riris Rotua Sitorus

Lia Suciati

FEB Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

Email : riris.sito@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan perpajakan dan *e-commerce* terhadap kepatuhan wajib pajak dengan *internal control* sebagai variabel moderating. Analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* dengan pendekatan *Partial Least Square*. Sampel penelitian ini adalah 38 responden yaitu pelaku *e-commerce* yang merupakan anggota IDEA (Asosiasi *E-Commerce* Indonesia). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode *cluster random sampling*, dengan bantuan *Software Smart Partial Least Square*. Validitas data diuji dengan *outer loadings* dan *goodness of fit* diuji dengan *composite reliability*. Uji hipotesis dilihat dari *t statistic* yang dihasilkan *inner weight*. Hasil penelitian membuktikan bahwa pengetahuan perpajakan dan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pengetahuan Perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan moderasi dari *internal control*. *E-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan moderasi dari *internal control*.

Kata kunci : Pengetahuan Perpajakan, *E-commerce*, Kepatuhan Wajib Pajak, *Internal Control*

Abstract

This study aims to discuss tax knowledge and e-commerce on tax necessity with internal control as a moderating variable. Analysis using Structural Equation Modeling using Partial Least Square. The sample of this study was 38 respondents representing e-commerce who were members of IDEA (Indonesian E-Commerce Association). Hypothesis testing is done using the cluster random sampling method, with the help of Smart Partial Least Square Software. The validity of citation data with external loads and goodness of fit with composite reliability. Hypothesis testing is seen from the statistics that produce internal weights. The results of the study prove that the knowledge of taxation and e-commerce has a significant effect on taxpayer approval. Knowledge of Taxation is not significant to the control of taxpayers with moderation from internal controls. E-commerce is not significant to taxpayer regulations with internal controls.

Keywords: Taxation Knowledge, E-commerce, Taxpayer Compliance, Internal Control

PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber pendapatan negara yang paling besar dan pajak memiliki peranan penting dalam perkembangan suatu negara. Perkembangan suatu negara dapat dilihat dari penambahan dan perbaikan infrastruktur yang dimiliki oleh suatu negara. Semakin baik infrastruktur yang dimiliki oleh suatu negara dapat menjadi penunjang perkembangan suatu negara. Proyek pembangunan infrastruktur di Indonesia dalam tiga tahun terakhir sangat pesat, diantaranya pembangunan bandara udara baru, proyek pembangkit listrik 10.000 MW, proyek *Light Rail Transit* (LRT) Palembang dan Jabodetabek, dan pembangunan jalan tol trans Jawa sepanjang 522,95 kilometer yang terbagi menjadi

beberapa ruas tol yaitu ruas toll Pejagan-Pemalang, Pemalang-Batang, Batang-Semarang, Semarang-Solo, Solo-Ngawi, Ngawi-Kertosono, Kertosono-Mojokerto, Mojokerto-Surabaya, dan sebagainya. Sumber pendanaan proyek pembangunan infrastruktur salah satunya berasal dari APBN yang dananya mayoritas bersumber dari pajak (Mardlo & Amaliah, 2018). Oleh karena itu, masyarakat Indonesia dihimbau agar dapat memenuhi kewajiban perpajakannya guna melancarkan proses pembangunan Infrastruktur agar Indonesia bisa lebih maju dalam bidang infrastrukturnya.

Peran penting dan strategisnya fungsi pajak ini menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti. Kepatuhan wajib pajak sangat penting untuk terus ditingkatkan di semua sektor, terutama di sektor yang baru, seperti sektor perdagangan online dengan e-commerce. Bidang e-commerce masih tergolong baru sehingga aspek perpajakannya juga menarik untuk diteliti. Seiring perkembangan teknologi dan informasi, kini berbagai transaksi perdagangan barang atau jasa dapat dilakukan secara *online* (Valentino & Wairocana, 2018). Berkembangnya perdagangan secara *online* didasarkan atas kemudahan bagi pelaku bisnis dalam mempromosikan barangnya serta tidak memerlukan biaya yang lebih karena tidak memerlukan adanya toko secara fisik. Banyaknya *E-Commerce* atau bisnis secara *online* dari berbagai kalangan masyarakat Indonesia yang berkembang melebihi pedagang konvensional membuat hal tersebut semakin mewabah yang dikarenakan pada perdagangan secara *online* memiliki jumlah pasar tanpa batas.

Dari beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi, sebegini besar konsistensi dengan peneliti lain diantaranya (Hastuti, 2014), (Saad et al., 2014), (Mukhlis et al., 2015). Hasil penelitian yang menghubungkan antara pengetahuan perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak orang pribadi berpengaruh positif dan signifikan. Tetapi menurut Markhumah et al. (2019) memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan. Karena hasil penelitian sebelumnya belum kuat dan hasilnya belum konsisten maka dibutuhkan penelitian lanjutan sehingga bisa mendapatkan kesimpulan yang kuat. Selanjutnya untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce*, pengetahuan *e-commerce* juga memiliki peran dalam keberhasilan meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk pengguna *e-commerce* menurut Sitorus & Kopong (2017) dan Bruce & Fox (2004). Hasil penelitian yang menghubungkan antara pengetahuan e-commerce dan kepatuhan wajib pajak dan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Peneliti lain juga mencoba menguji dengan menggunakan internal control sebagai moderating, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Murtin (2015). Hasil pengujianya yaitu *internal control* berpengaruh positif dan signifikan serta *internal control* memainkan peran yang sangat penting untuk membuat wajib pajak bertanggung jawab atas kepatuhan perpajakannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji antara pengetahuan perpajakan dan pengetahuan *e-commerce* serta menyelidiki efek moderasi dari *internal control* terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce*. Jadi yang membuat penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya adalah menambahkan variabel baru pengetahuan *e-commerce* dan menggunakan *internal control* sebagai variabel moderasi yang akan membuktikan apakah *internal control* mampu memoderasi pengaruh pengetahuan perpajakan dan e-commerce terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce*.

LITERATUR RIVIEW DAN HIPOTESIS

Teori Perilaku Terencana

Theory of Planned Behavior adalah teori yang menyatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan yang baik jika ada suatu motivasi yang mendorong untuk bertindak. Yang dimaksud

seorang disini adalah wajib pajak. Wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakan dimotivasi oleh beberapa faktor. Faktor motivasi inilah yang menyebabkan wajib pajak berusaha untuk memenuhi peraturan pajak. Dalam membayar pajak tersebut wajib pajak tidak akan merasa berat hati karena wajib pajak termotivasi ketika membayar pajak tepat waktu akan meningkatkan penerimaan negara., Kesadaran wajib pajak inilah yang menyebabkan wajib pajak patuh terhadap peraturan pajak.

Menurut Palil & Rusyidi (2013) menyatakan kepatuhan pajak (*tax compliance*) dapat diartikan sebagai suatu tindakan dimana wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Sedangkan menurut Manurung (2013) kepatuhan pajak adalah melaporkan penghasilan sesuai dengan peraturan pajak, melaporkan SPT (Surat pemberitahuan) dengan tepat waktu serta membayar pajak dengan tepat waktu juga. Keberhasilan penerimaan pajak suatu negara tergantung pada upaya pemerintahnya dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan menekan tindakan manipulasi pajak yang dapat merugikan bangsa dan negara. Manurung (2013) mengutarakan ada beberapa langkah yang dapat dilakukan pemerintah seperti:

1. Menciptakan pelayanan publik yang professional
2. Mengelola uang pajak secara adil dan transparan
3. Membuat peraturan perpajakan yang mudah dipahami wajib pajak
4. Meningkatkan tindakan penegakan hukum bagi wajib pajak yang tidak patuh.

Hipotesis

Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengetahuan pajak adalah informasi yang dapat digunakan wajib pajak sebagai dasar bertindak, mengambil keputusan, dan untuk menempuh arah atau strategi tertentu sehubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajibannya dibidang perpajakan (Carolina, 2009). Berdasarkan hasil penelitian dari Markhumah, *et al.*, (2019) menunjukkan bahwa pengetahuan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini konsisten dengan Damajanti (2015) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan pelaporan, pengetahuan pembayaran, dan pengetahuan penghitungan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kemudian penelitian Setyobudi *et al.* (2017) membuktikan pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Menurut Hardiningsih & Yulianawati (2011) pengetahuan peraturan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak. Berdasarkan uraian diatas dalam hal pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak badan dimungkinkan karena yang mengurus pajak didalam suatu perusahaan adalah bukan langsung pimpinannya sendiri tetapi di serahkan kepada karyawan yang lulus dari bidang perpajakan ataupun dari pihak yang mempunyai keahlian di bidang perpajakan. Berdasarkan Penelitian terdahulu diatas dapat ditetapkan hipotesis pertama adalah H_1 : Pengetahuan Perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

E-Commerce Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Perdagangan elektronik (*Electronic Commerce* disingkat EC atau *e-commerce*) mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet (Turban *et al.*, 2012). Berdasarkan Penelitian dari Sitorus & Kopong (2017) *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian Bruce &

Fox, (2004) menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kesadaran wajib pajak. Berdasarkan penelitian terdahulu diatas dapat ditetapkan hipotesis kedua adalah H_2 : *E-Commerce* berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

Moderasi *Internal Control* atas Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Internal control merupakan suatu proses yang dapat berfungsi secara efektif apabila didukung oleh pimpinan organisasi, manajemen, dan seluruh personil dalam organisasi (Murtin, 2015). *Internal control* yang didesain oleh manajemen organisasi memiliki tujuan sebagai berikut: Tercapainya efektifitas dan efisiensi kegiatan operasional organisasi. Kepatuhan terhadap kebijakan dan peraturan organisasi. Pelaksanaan pengendalian intern akan selalu berhubungan dengan sumber daya manusia (Ompusunggu, 2002). Dalam pelaksanaannya, pengendalian intern membutuhkan kualitas sumber daya manusia yang memadai. Oleh karena itu, kualitas sumber daya manusia pada suatu entitas sangat dipertimbangkan. Untuk mencapai tujuan *internal control* bukanlah suatu hal yang mudah, karena banyak hambatan yang akan dihadapi oleh organisasi, salah satunya adalah perubahan peraturan perpajakan, perkembangan teknologi yang sangat cepat, resiko internal dan eksternal organisasi (Amrul & Kisnawati, 2003). Pembaruan dari penelitian ini dapat dilihat dari variabel *Internal Control* yang berusaha memberikan kesimpulan bahwa pengetahuan perpajakan sangat penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam suatu perusahaan e-commerce. Dapat dilihat juga pengetahuan perpajakan yang dimaksud adalah bahwa sebelum mendirikan suatu perusahaan e-commerce sudah dapat dipastikan mengetahui peraturan yang mengatur tentang penegasan ketentuan perpajakan atas transaksi e-commerce adalah SE-62/PJ/2013 dan peraturan yang mengatur tentang pemotongan dan/atau pemungutan pajak penghasilan atas transaksi e-commerce. Kedua peraturan ini dapat menjadi suatu pengetahuan perpajakan yang wajib diketahui oleh perusahaan-perusahaan e-commerce di Indonesia. Dari penjelasan diatas dapat ditetapkan hipotesis ketiga adalah H_3 : Moderasi dari *Internal Control* berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan perpajakan atas Kepatuhan Wajib Pajak.

Moderasi *Internal Control* atas *E-Commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Setiap perusahaan memerlukan pengendalian internal untuk meminimalisir kesalahan dan risiko yang terjadi dalam proses transaksi bisnisnya (Wijono, 2012). Pada bisnis *e-commerce* seluruh transaksi dilakukan secara elektronik selain itu sebagian sistem informasi perusahaan bisa diakses oleh pihak luar hal ini membawa dampak dalam pengendalian internalnya (Santosa, 2002). Setiap perusahaan memerlukan pengendalian internal untuk meminimalisir kesalahan dan risiko yang terjadi dalam proses transaksi bisnisnya. Beberapa masalah dalam pengendalian internal yang timbul sebagai dampak adanya e-commerce (Romney et al., 2000); (Santosa, 2002) yaitu (1) Validitas transaksi: istilah teknis dalam perdagangan elektronik adalah authentication dan data integrity atas transaksi; (2) Otorisasi transaksi: istilah teknis dalam perdagangan elektronik adalah tidak adanya repudiation atau penyangkalan atas informasi yang telah terkirim dari pihak-pihak yang bertransaksi; (3) Keamanan aset perusahaan. Dengan adanya masalah baru yang timbul sebagai dampak e-commerce membuat komponen kerangka pengendalian mengalami perubahan, antara lain: Komponen pertama, dalam lingkungan bisnis berbasis sistem elektronik, tentunya lingkungan pengendalian juga akan mengalami perubahan. Misalnya saja, kebijakan mengenai jumlah karyawan yang mempunyai kompetensi yang cukup di bidang teknologi dan keamanan sistem komputer untuk menjalankan misi

perusahaan. Komponen kedua, yaitu aktivitas pengendalian mengalami perluasan. Pengendalian umum akan meliputi pengendalian atas pusat data, pengendalian atas pengembangan sistem, pengendalian atas pemeliharaan sistem, pengendalian atas akses dan sebagainya. Dalam pengendalian umum ini dibutuhkan beberapa kontrol sistem, yaitu kontrol sistem operasi, manajemen data, struktur organisasi, pengembangan sistem, pemeliharaan sistem, kontrol pusat komputer, kontrol internet dan intranet, kontrol pertukaran data elektronik, dan kontrol komputer personal. Pengendalian aplikasi dipusatkan pada titik yang berkenaan dengan sistem yang lebih spesifik, seperti pembayaran gaji, pembelian, dan sistem pengeluaran kas (Dina, 2013). Berdasarkan penelitian terdahulu diatas dapat ditetapkan hipotesis ke empat adalah: H_4 : Moderasi dari *Internal Control* berpengaruh signifikan terhadap E-Commerce atas Kepatuhan Wajib Pajak.

METODE PENELITIAN

Alasan Pemilihan Lokasi Penelitian

Sasaran penelitian ini adalah *E-Commerce* yang terdaftar di IDEA (Asosiasi *E-Commerce* Indonesia) terdapat

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah bisnis e-commerce sebanyak 200 responden di Jakarta.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010). Teknik pemilihan sampel berdasarkan Probability sampling adalah Metode pengambilan sampel secara random atau acak. Dengan cara pengambilan sampel ini. Seluruh anggota populasi diasumsikan memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian. Cluster Sampling adalah teknik sampling secara berkelompok. Pengambilan sampel jenis ini dilakukan berdasar kelompok/area tertentu. Tujuan metode *Cluster Random Sampling* antara lain untuk meneliti tentang suatu hal pada bagian-bagian yang berbeda di dalam suatu instansi.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer, yaitu sumber data yang berasal dari kuisioner yang akan digunakan para e-commerce.

Metode Pengumpulan Data

Pengambilan data dalam suatu penelitian merupakan bagian yang sangat penting karena dalam tahap ini dapat menentukan baik buruknya hasil suatu penelitian. Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode kuisioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi kuisioner tersebut bersedia memberikan respons sesuai permintaan peneliti.

Metode Pengambilan Sampel

Proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi yang ditetapkan, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan dapat men-generalisasikan sifat dan karakteristik tersebut pada populasi.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik cluster random, artinya pengambilan sampel berdasarkan area tertentu yang berlokasi di wilayah DKI Jakarta :

1. Semua E-Commerce yang berlokasi di Jakarta Utara
2. Semua E-Commerce yang berlokasi di Jakarta Selatan
3. Semua E-Commerce yang berlokasi di Jakarta Pusat
4. Semua E-Commerce yang berlokasi di Jakarta Timur
5. Semua E-Commerce yang berlokasi di Jakarta Barat

Operasionalisasi Variabel (Definisi dan Pengukuran)

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen, variabel dependen, dan variabel moderating.

Variabel

1. Definisi Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepatuhan Wajib Pajak. Kepatuhan wajib pajak adalah keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi semua kewajiban perpajakannya. Kepatuhan perpajakan terdiri dari kepatuhan formal dan material. Kepatuhan formal seperti, mendaftarkan diri dan memiliki NPWP, menghitung dan membayar pajak terutang, serta melaporkan SPT. Sedangkan kepatuhan material seperti, mengisi SPT dengan jujur, lengkap, dan benar sesuai ketentuan dan menyampaikannya ke KPP tepat waktu (Noviani, 2018).

2. Definisi Variabel Moderating (Z)

Variabel Moderating dalam penelitian ini adalah *Internal Control*. Sistem pengendalian internal merupakan suatu proses yang melibatkan dewan komisaris, manajemen, dan personil lain, yang dirancang untuk memberikan keyakinan memadai tentang pencapaian tiga tujuan berikut ini: Efektivitas dan efisiensi operasi, Keandalan pelaporan keuangan, Kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku). Dengan indikator pengukuran dengan melihat dari komponen-komponen pengendalian internal menurut COSO, yaitu: lingkungan pengendalian, *risk assesment* (penaksiran resiko), *control activities* (kegiatan pengendalian), *information dan communication* (informasi dan komunikasi), *monitoring* (pemantauan).

3. Definisi Variabel Pengetahuan Perpajakan (X_1)

Pengetahuan pajak sangat dibutuhkan saat menghitung pajak, tidak hanya untuk menghitung kita jika perlu mengetahui aturan serta larangan di pajak untuk terhindar dari sanksi-sanksi pajak. Oleh karena itu, pengetahuan pajak sangat penting untuk mengurangi ketidakpatuhan wajib pajak yang melanggar undang-undang (Nurulita, 2016). Menurut Syakura (2011) indikator yang dapat mengukur pengetahuan wajib pajak dapat didefinisikan sebagai berikut: pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan, pengetahuan mengenai system perpajakan, pemahaman sanksi perpajakan dan administrasi.

4. Definisi Variabel *E-Commerce* (X_2)

Perdagangan (E-Commerce adalah bagian dari e-lifestyle) yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara online dari sudut tempat manapun (Hidayat, 2013:5). Dengan indikator pengukuran pengetahuan umum mengenai e-commerce, peraturan yang berlaku yang berlaku dan peraturan saat ini digunakan.

Variabel-variabel tersebut diukur dengan menggunakan skala likert. Jawaban yang didapat akan dibuat skor tertinggi lima dan skor terendah satu untuk jawabannya yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor Satu, Tidak Setuju (TS) = Skor Dua, Netral (N) = Skor Tiga, Setuju (S) = Skor Empat, Sangat Setuju (SS) = Skor Lima.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Rekap Data, Peneliti melakukan rekap data dari kuisisioner penelitian yang telah dikumpulkan sesuai dengan variabel penelitian yang akan diteliti
2. Uji Validitas Data, digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2011).
3. Uji Reliabilitas Data, menunjukkan konsistensi dan stabilitas suatu skor dari suatu instrument pengukur. Suatu kuisisioner dapat dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70.
4. Uji Hipotesis, untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Menggunakan SPLS (*Smart Partial Least Square*), hipotesis diterima apabila nilai signifikan dari hasil *p value* < 0,05 atau nilai *t* statistik lebih dari 1,96.

Koefisien Determinasi, adalah kemampuan seluruh variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat, serta membuat persamaan regresi berganda yang bermanfaat untuk mengetahui besaran pengaruh terhadap variabel terikat apabila variabel bebas yang diuji mengalami perubahan naik ataupun perubahan turun. Dilihat dari adjusted R square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

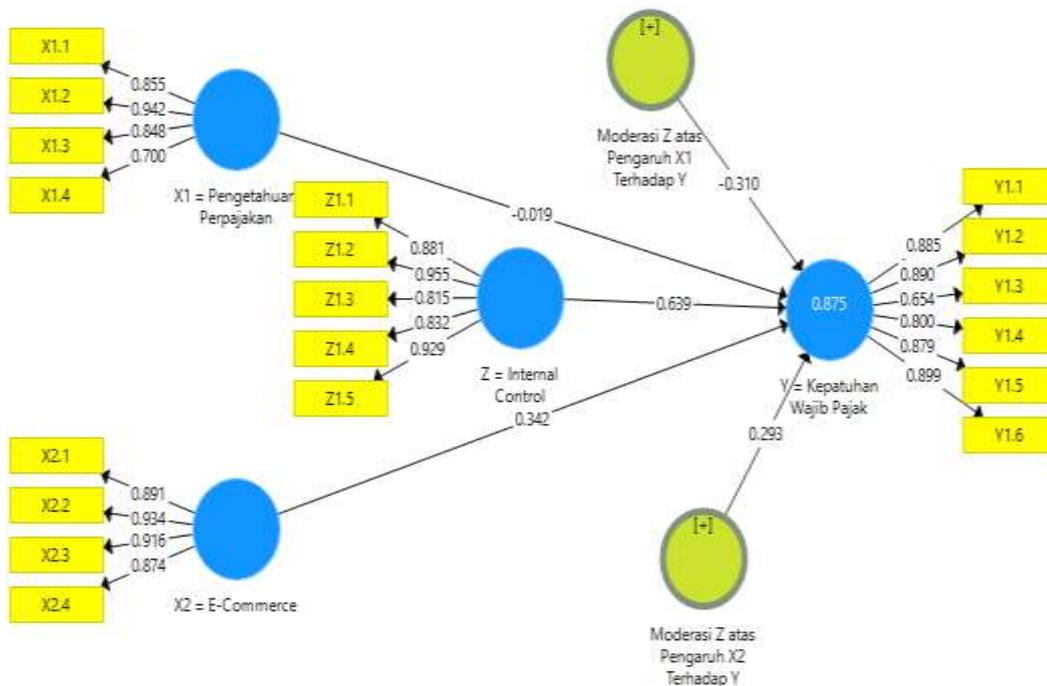
Kuisisioner yang dipersiapkan untuk disebarakan sebanyak 375 kuisisioner. Tapi pelaku e-commerce yang menyatakan bersedia untuk mengisi kuisisioner hanya sebanyak 68 pelaku e-commerce. Tetapi pelaku e-commerce yang memenuhi kriteria, yang telah melaporkan pajaknya secara online hanya sebanyak 38.

Uji Instrument Penelitian

Uji Validitas Dengan *Outer Loadings*

Outer loadings (measurement model) atau validitas konvergen digunakan untuk menguji unidimensionalitas dari masing-masing konstruk. Menurut Chin (1998), nilai indikator loading factor yang lebih besar atau sama dengan 0,5 dapat dikatakan valid. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan, semua nilai indikator loading factor untuk variabel Pengetahuan Perpajakan, E-Commerce, Kepatuhan Wajib Pajak, dan Internal Auditor berada > 0,5 yang berarti bahwa semua indikator variabel dinyatakan sudah valid.

Gambar 1
Hasil Outer Model



Tabel 1 Hasil uji validitas variabel pengetahuan perpajakan

Pertanyaan	Hasil	Keterangan
X1.P1	0.855	Valid
X1.P2	0.942	Valid
X1.P3	0.848	Valid
X1.P4	0.700	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 3

Tabel diatas menunjukkan hasil uji validitas dari variabel pengetahuan perpajakan dengan 38 sampel responden.

Berdasarkan hasil uji validitas variabel pengetahuan perpajakan yang berjumlah 4 pertanyaan dinyatakan valid untuk semua jenis pertanyaan pada variabel pengetahuan perpajakan. Hal ini dikarenakan hasilnya > 0,5.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel E-Commerce

Pertanyaan	Hasil	Keterangan
X2.P1	0.891	Valid
X2.P2	0.934	Valid
X2.P3	0.916	Valid
X2.P4	0.874	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 3

Tabel diatas menunjukkan hasil uji validitas dari variabel pengetahuan perpajakan dengan 38 sampel responden.

Berdasarkan hasil uji validitas variabel pengetahuan perpajakan yang berjumlah 4 pertanyaan dinyatakan valid untuk semua jenis pertanyaan pada variabel pengetahuan perpajakan. Hal ini dikarenakan hasilnya $> 0,5$.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Pertanyaan	Hasil	Keterangan
Y.P1	0.885	Valid
Y.P2	0.890	Valid
Y.P3	0.654	Valid
Y.P4	0.800	Valid
Y.P5	0.879	Valid
Y.P6	0.899	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 3

Tabel diatas menunjukkan hasil uji validitas dari variabel pengetahuan perpajakan dengan 38 sampel responden.

Berdasarkan hasil uji validitas variabel pengetahuan perpajakan yang berjumlah 6 pertanyaan dinyatakan valid untuk semua jenis pertanyaan pada variabel pengetahuan perpajakan. Hal ini dikarenakan hasilnya $> 0,5$.

Tabel 4 Hasil uji validitas variabel Internal Control

Pertanyaan	Hasil	Keterangan
Z.P1	0.881	Valid
Z.P2	0.955	Valid
Z.P3	0.815	Valid
Z.P4	0.832	Valid
Z.P5	0.929	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 3

Tabel diatas menunjukkan hasil uji validitas dari variabel pengetahuan perpajakan dengan 38 sampel responden.

Berdasarkan hasil uji validitas variabel pengetahuan perpajakan yang berjumlah 5 pertanyaan dinyatakan valid untuk semua jenis pertanyaan pada variabel pengetahuan perpajakan. Hal ini dikarenakan hasilnya $> 0,5$.

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas 40able40ment

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Kepatuhan wajib pajak	0.921	$0.921 > 0.7$
Pengetahuan E-Commerce	0.925	$0.925 > 0.7$
Pengetahuan perpajakan	0.898	$0.898 > 0.7$
Internal Control	0.941	$0.941 > 0.7$

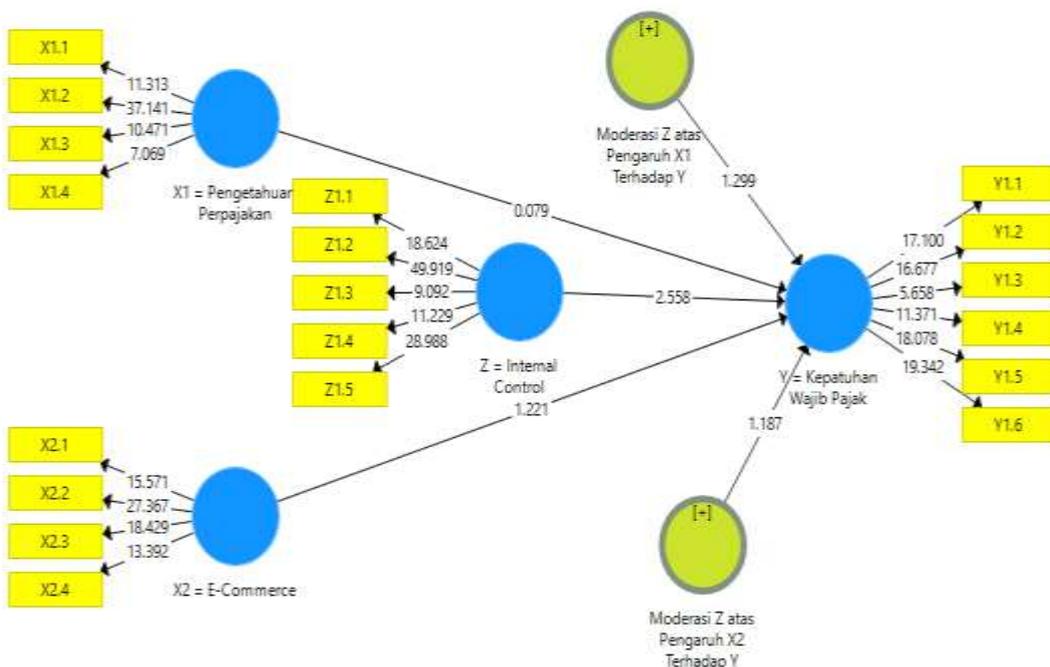
Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 3

Berdasarkan 41table diatas didapatkan nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0.7. hal ini menunjukkan bahwa instrument memenuhi reliabilitas.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *inner weights (structural model)* yang diolah dengan PLS. Berikut hasil output pembuktian hipotesis yang diperoleh:

Gambar 2
Outer Model Penelitian



Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	t	Keterangan
Pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak	4.066	4.066 > 1.96
Pengetahuan <i>E-Commerce</i> terhadap kepatuhan waib pajak	2.699	2.699 > 1.96
<i>Internal Control</i> dapat memoderasi pengaruh hubungan antara pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak	0.290	0.290 < 1.96
<i>Internal Control</i> dapat memoderasi pengaruh hubungan antara pengetahuan <i>e-commerce</i> terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi	0.137	0.137 < 1.96

Sumber: Data primer yang diolah dengan SmartPLS 3

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil uji hipotesis untuk empat hipotesis.

Hipotesis pertama

Pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hasil uji hipotesis pertama dapat dilihat dari tabel di atas, Variabel pengetahuan perpajakan didapatkan nilai signifikansi sebesar 4.066. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi karena nilai signifikansinya lebih dari 1.96. Seberapa besar konsistensi berpengaruh positif dan signifikan dengan peneliti lain diantaranya Hastuti (2014), Saad et al. (2014) dan Mukhlis et al. (2015). Tetapi menurut Markhumah *et al.* (2019) memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan.

Hipotesis kedua

Hasil uji hipotesis kedua dapat dilihat dari tabel di atas, Variabel pengetahuan *e-commerce* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 2.699 yang menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi karena nilai signifikansinya lebih dari 1.96. Selanjutnya untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce*, pengetahuan *e-commerce* juga memiliki peran dalam keberhasilan meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk pengguna *e-commerce* (Sitorus & Kopong, 2017) dan (Bruce & Fox, 2004). Hasil penelitian yang menghubungkan antara pengetahuan *e-commerce* dan kepatuhan wajib pajak dan memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Hipotesis ketiga

Hasil uji hipotesis ketiga dapat dilihat dari tabel di atas, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.290 yang artinya $0.290 < 1.96$ maka *internal control* tidak dapat memoderasi pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Meski penelitian ini tidak berhasil membuktikan hipotesis, setidaknya penelitian ini melengkapi hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Murtin (2015) dan Ompusunggu (2002).

Hipotesis keempat

Hasil uji hipotesis keempat dapat dilihat dari tabel di atas, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.137 dimana $0.137 < 1.96$ maka *internal control* tidak dapat memoderasi pengaruh pengetahuan *e-commerce* terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Meski penelitian ini tidak berhasil membuktikan hipotesis, setidaknya penelitian ini melengkapi hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Romney et al. (2000), Santosa (2002) dan Wijono (2012).

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan perpajakan, pengetahuan *e-commerce* terhadap kepatuhan wajib pajak yang dimoderasi oleh *internal control*. Responden penelitian ini berjumlah 38 wajib pajak pengguna *e-commerce*. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan melalui pengujian yang telah dilakukan dan diolah dengan menggunakan SmartPLS 3, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi, dan *e-commerce* berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Untuk variabel moderasi yaitu *internal control* belum dapat memoderasi pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dan belum dapat memoderasi pengaruh pengetahuan *e-commerce* terhadap kepatuhan wajib pajak.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini ada beberapa saran yang diajukan peneliti yang dapat digunakan untuk penelitian mendatang yaitu:

- a. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu diharapkan untuk meneliti hal-hal yang baru mengenai *E-commerce* terhadap perpajakan yang lebih detail dan berpengaruh dan peneliti juga harus memperluas sampel.
- b. Saran untuk Fiskus yaitu agar lebih banyak memberikan sosialisasi terhadap para pelaku *E-commerce* agar mereka mengetahui tentang kewajiban mereka sebagai wajib pajak agar meningkatkan penerimaan perpajakan bagi pelaku *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrul, R., & Kisnawati, B. (2003). *Pengaruh sistem pengendalian intern, pengetahuan pajak, sanksi pajak, dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan pajak bendaharawan pada pemerintah kota mataram*. (28), 1–9.
- B, Marshal Romney, dan Steinbart, P. J. (2000). *Accounting Information Systems. USA: Cengage Learning*.
- Bruce, D., & Fox, W. F. (2004). State and local sales tax revenue losses from e-commerce: Estimates. *State Tax Notes*, 33(September), 511–518. Retrieved from <http://www.scsenate.gov/citizensinterestpage/TRAC/StreamlinedSalesTaxSubcommittee/Exhibit F.pd>
- Carolina, V. (2009). *Pengetahuan Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Damajanti, A. (2015). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Perorangan Di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 17(1), 12. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v17i1.499>
- Dina, W. A. (2013). *Analisis Dampak Penerapan Sistem E-Commerce Terhadap Pengendalian Internal Perusahaan Sebagai Akibat Perkembangan Teknologi Informasi*. 1–26.
- E. Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. T. (2012). *No Title*.
- Hardiningsih, P., & Yulianawati, N. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak. *Dinamika Keuangan Dan Perbankan*, 3(1), 126–142. <https://doi.org/ISSN:1979-4878>
- Hastuti, W. (2014). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bei)*.
- Manurung, S. (2013). Kompleksitas Kepatuhan Pajak. *Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan*.
- Mardlo, Amaliah, Z. (2018). Pajak untuk Pembangunan Infrastruktur Negeri. Retrieved October 19, 2019, from Pajak.go.id website: <https://www.pajak.go.id/id/artikel/pajak-untuk-pembangunan-infrastruktur-negeri>
- Markhumah, U., Triyono, T., & Sasongko, N. (2019). Universitas Muhammadiyah Purworejo Pengaruh Ketegasan Sanksi Pajak , Pengetahuan Pajak , Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Badan di KPP Pratama Surakarta) The 9 th University Research Colloquium 2019 Universitas Muhammadiyah. *The 9th University Research Colloquium 2019 Universitas Muhammadiyah Purworejo*, 191–198. Retrieved from <http://eproceedings.umpwr.ac.id/index.php/urecol9/article/view/926>
- Mukhlis, I., Utomo, S. H., & Soesetio, Y. (2015). The Role of Taxation Education on Taxation Knowledge and Its Effect on Tax Fairness as well as Tax Compliance on Handicraft SMEs Sectors in Indonesia. *International Journal of Financial Research*, 6(4), 161–169. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v6n4p161>
- Murtin, A. (2015). Internal Control Peran dan Perkembangannya. *Jurnal Akuntansi & Investasi*, 1(1), 1–10.

- Noviani, B. (2018). *Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Perpajakan Dan Pemahaman Internet Sebagai Variabel Moderasi*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Nurulita. (2016). *Pengaruh Tax Amnesty Dan Sanksi Pajak Terhadap*. 4(1), 211–226.
- Ompusunggu, H. (2002). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Pelaksanaan Sistem Pengendalian Intern. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 1, pp. 1–10.
- Palil, M. R., & Rusyidi, M. A. (2013). The Perception of Tax Payers on Tax Knowledge and Tax Education with Level of Tax Compliance: A Study the Influences of Religiosity. *ASEAN Journal of Economics, Management and Accounting*.
- Saad, L. B. e., Hwi, K. K. a., & Quah, T. (2014). Evaluation of the antinociceptive effect of the ethanolic extract of *Punica granatum*. *African Journal of Traditional, Complementary, and Alternative Medicines: AJTCAM / African Networks on Ethnomedicines*, 11(3), 228–233. <https://doi.org/10.4314/ajtcam.v11i3.32>
- Santosa, S. (2002). Electronic Commerce: Tantangan Kompetensi Akuntan Dalam Menghadapi Isu Internal Kontrol. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 36–53. <https://doi.org/10.9744/jak.4.1.pp.36-53>
- Shieldsa Wijono, V. (2012). Dampak E-commerce Terhadap Pengendalian Internal Dan Proses Audit. *Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Widya Mandala*, 1(2), 96–100.
- Sitorus, R. R., & Kopong, Y. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Jumlah Pajak Yang Disetor Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Media Akuntansi Perpajakan*, 2(2), 40–53.
- Sugiyono. (2010). Pengertian Populasi dan Sampel Menurut Para Ahli. Retrieved October 21, 2019, from blogspot.com website: <http://adeletorn.blogspot.com/2018/04/pengertian-populasi-dan-sampel-menurut.html>
- Syakura. (2011). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Usaha Dan Pekerjaan Bebas (Studi Empiris Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di Kpp Pratama Padang). *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Birokrasi*, 16(2). <https://doi.org/10.20476/jbb.v16i2.610>
- Valentino, F., & Wairocana, I. G. N. (2018). *Potensi Perpajakan Terhadap Transaksi E- Commerce Di Indonesia* *. 1–15.