

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan Regulasi Pajak *E-Commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *E-Commerce* Dengan Peran Komite Audit Sebagai Variabel Moderating

Ajeng Wijayanti¹⁾, Rachmat Andhika²⁾

¹⁾Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

Email: ajengwijayanti9110@yahoo.com

²⁾Mahasiswa Akuntansi, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

Email: rachmatandhika.ra@gmail.com

Abstrac

This research aims to determine if the knowledge of taxation and regulation of e-commerce tax on the compliance of e-commerce taxpayers can be influenced by the role of the Audit Committee, the research method used in this research is the method of sampling by spreading the questionnaire to e-commerce actors.

Keywords: Knowledge of taxation, E-Commerce, Audit Committee

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengetahuan perpajakan dan regulasi pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* dapat dipengaruhi oleh peran komite audit, metode penelitian yang digunakan dipenelitian ini adalah metode pengambilan sampel dengan cara menyebar kuisioner ke para pelaku *e-commerce*.

Kata Kunci : Pengetahuan Perpajakan, *E-Commerce*, Komite Audit

PEDAHULUAN

Cara berwirausaha masyarakat Indonesia selama 5 tahun terakhir ini adalah berjualan secara online (*online shop*) melalui media sosial dan *e-commerce*. Dengan memanfaatkan *smartphone* dan data internet, seseorang bisa berbisnis melalui dunia maya dan diketahui oleh masyarakat luas sesama pengguna media sosial dan *e-commerce*. Dengan adanya perkembangan tersebut, para pelaku bisnis terutama usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) konvensional harus ikut bersaing dalam menjalankan bisnis dan usahanya, sehingga dapat meraih kesempatan bisnis yang ada. Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) mengemukakan sebanyak 3,79 juta UMKM telah *go online* dalam memasarkan produk-produknya. Apabila dipersentasekan dengan total 59,2 juta pelaku UMKM yang ada di Indonesia, maka 3,79 juta tersebut berkisar 8%.

Salah satu peran *e-commerce* dalam menunjang pembangunan Negara yaitu melalui kontribusinya dalam membayar pajak. Seperti yang diketahui bahwa pajak adalah salah satu sumber penerimaan sektor internal Negara yang bertujuan untuk lebih menyejahterakan rakyat

melalui perbaikan dan peningkatan sarana publik. Kemenkop UKM menekankan pentingnya pajak bagi para pelaku UMKM yang memanfaatkan *online shop* agar semakin kompetitif pada era pasar bebas. Asisten Deputi Pembiayaan Non-Bank dan Perpajakan Kemenkop UKM bapak Suprpto mengatakan : “Pajak harus ditaati dan dipenuhi oleh pelaku usaha guna mempersiapkan para pelaku UMKM untuk bersaing dengan sektor industri yang lain di ASEAN”. Di samping itu, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Kementerian Keuangan sedang merumuskan aturan perpajakan untuk kegiatan *e-commerce* yang akan diterapkan supaya tetap memprioritaskan kewajiban pajak para pelaku *online shop* di media sosial. Dengan kata lain, pelaku usaha yang memakai media sosial untuk berjualan tetap harus membayar pajak dan mencantulkannya di laporan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT).

Keberhasilan upaya penerimaan pajak dari e-commerce ini ditentukan oleh beberapa hal yang saling berkaitan yaitu kemampuan para pelapak di e-commerce dalam mengelola keuangan bisnis. Kemampuan UMKM dalam mengelola keuangan bisnis tentunya diperlukan adanya pemahaman akuntansi yang dapat dilihat dari penerapan akuntansi pada e-commerce yang memadai. Terdapat satu permasalahan yang dihadapi dan sekaligus menjadi kelemahan e-commerce yaitu penerapan akuntansi yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik atau biasa disingkat SAK ETAP. Dimana penerapan akuntansi dalam dunia bisnis ini memiliki peran sangat penting dalam memberikan informasi terkait efektivitas dan efisiensi dari seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan selama satu periode akuntansi. Penerapan akuntansi yang baik akan sangat terlihat dalam laporan yang disebut dengan laporan keuangan. Bagipara pelaku usaha di e-commerce hendaknya menerapkan aturan akuntansi sesuai dengan SAK ETAP. Salmiah, Indarti, dan Siregar (2015) menyatakan bahwa bentuk penerapan akuntansi pada UMKM masih sangat sederhana atau tidak mengikuti tahapan-tahapan yang ada pada siklus akuntansi, sehingga dinyatakan bahwa rata-rata UMKM belum menyusun laporan keuangannya sesuai dengan SAK ETAP.

Menurut Dartini dan Jati (2016), semakin tinggi pemahaman akuntansi Wajib Pajak (WP) maka semakin tinggi pula kemauan Wajib Pajak dalam menaati kepatuhan perpajakannya. Sejalan dengan Sumianto dan Kurniawan (2015) menyatakan bahwa pemahaman akuntansi dan perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dari beberapa hasil penelitian sebelumnya, dapat dinyatakan bahwa dengan adanya penerapan akuntansi yang memadai, maka laporan keuangan akan tersusun dengan akurat dan tepat, sehingga dalam hal perhitungan pajak yang terutang dari perusahaan akan lebih mudah yang kemudian akan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Pada penelitian Deni Darmawati dan Ayu Aulia Oktaviani (2018) mengemukakan bahwa hasil penelitian tentang kepatuhan Wajib Pajak UMKM adalah :

1. Penerapan akuntansi UMKM berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM e-commerce.
2. Pemahaman perpajakan terbukti sebagai variabel kontrol antara penerapan akuntansi UMKM terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM e-commerce.

3. Kesadaran wajib pajak tidak terbukti sebagai variabel kontrol antara penerapan akuntansi UMKM terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM e-commerce.
4. Kemudahan akses terbukti sebagai variabel kontrol antara penerapan akuntansi UMKM terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM e-commerce.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dari itu Penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul : “Pengaruh pengetahuan perpajakan dan regulasi pajak e-commerce terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce dengan peran komite audit sebagai variabel moderating”

LITERATUR REVIEW DAN HIPOTESIS

Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Safri Nurmantu yang dikutip oleh Rahayu (2010), kepatuhan wajib pajak menyatakan bahwa kepatuhan perpajakan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Menurut Santoso (2008) kepatuhan wajib pajak menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak adalah wajib pajak mempunyai kesediaan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan yang berlaku tanpa perlu diadakannya pemeriksaan, investigasi seksama, peringatan ataupun ancaman dan penerapan sanksi baik hukum maupun administrasi. Ditinjau dari konteks psikologis, terdapat tiga hal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yaitu, 1) Sejauh mana wajib pajak merasa uang yang dibayarkannya diimbangi oleh pelayanan publik yang diterimanya, 2) sejauh mana kondisi ekonomi dan politik berlaku adil dan 3) perasaan nyaman atas petugas pajak (*friendliness*) pada saat pemeriksaan bisa menurunkan atau meningkatkan keinginannya untuk membayar pajak (Feld dan Fey, 2007).

Menurut Peraturan Menteri Keuangan No.74/PMK.03/2012, Kepatuhan wajib pajak dapat teridentifikasi dari tepat waktu dalam menyampaikan SPT, tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak, Laporan Keuangan Wajib Pajak telah di audit dengan Opini Wajar Tanpa Pengecualian selama 3 tahun berturut-turut oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah, dan tidak pernah dipidana dalam jangka waktu 5 tahun terakhir karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan sesuai dengan putusan pengadilan yang telah mempunyai hukum tetap.

E-commerce

Perdagangan Elektronik atau dikenal dengan istilah *e-commerce* adalah merupakan bagian dari *e-lifestyle* yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara *online* dari sudut manapun (Hidayat, 2009). *E-commerce* adalah suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan anatara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan penjualan barang, servis dan informasi secara elektronik (Munawar, 2009). *E-commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui

sistem elektronik seperti televisi, radio dan jaringan internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *E-commerce* (Jony Wong, 2010).

Jenis-jenis *E-commerce* dibagi 4 jenis menurut sifat penggunaannya (Munawar, 2009) :

1. *E-commerce* bisnis ke konsumen melibatkan penjualan produk dan layanan secara eceran kepada pembeli perorangan (lazada.com, Mc Donald pesan *online*).
2. *E-commerce* bisnis ke bisnis melibatkan penjualan produk dan layanan antar perusahaan (biznet Networks.com).
3. *E-commerce* konsumen ke konsumen melibatkan konsumen yang menjual secara langsung ke konsumen (olx.co.id, bukalapak.com).
4. *E-commerce* konsumen ke bisnis : Aktivitas permintaan/request order dari konsumen dengan menyebarkan kebutuhannya (spesifikasi proyek yang ditawarkan, *budget*, dan *deadline*) di mana nantinya akan ada beberapa perusahaan yang mengajukan diri untuk menggarap proyek tersebut dengan tawaran paling menarik. Contohnya adalah pitching online, atau situs penyedia jasa freelancer : (Sribu.com)

Model - Model *E-commerce* di Indonesia

1. *Online Marketplace*, Situs yang disediakan oleh para penyelenggara jasa internet untuk para penjual untuk bisa menjajakan dagangannya melalui dunia maya. Contohnya : Shopee, Bukalapak, Rakuten, DuniaVirtual.
2. *Classified Ads*, Kegiatan menyediakan tempat dan/waktu untuk memajang konten (text, grafik, video penjelasan dan informasi) barang dan/jasa bagi penjual untuk memasang iklan yang ditujukan kepada pengguna iklan melalui situs yang disediakan oleh para penyelenggara Classified Ads. Contohnya : OLX, Berniaga.
3. *Daily Deals*, Kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs daily deals sebagai tempat penjual. Situs ini menjual barang dan atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan voucher sebagai sarana pembayaran. Contohnya : Groupon, *E-voucher*.
4. *Online Retail*. Kegiatan menjual barang dan atau jasa yang dilakukan oleh penyelenggara Online Retail kepada pembeli disitus Online Retail. Contohnya : Studiostar7, Bhinneka, Gramedia.

Pengetahuan Perpajakan

Pajak juga merupakan suatu bentuk transfer pendapatan dari sektor warga negara kepada negara dengan ketentuan yang dibuat berdasarkan Undang – Undang yang dapat dipaksakan dan dipergunakan untuk kepentingan negara (Timbul dan Imam, 2012). Dalam perspektif sistem pemungutan *self assessment*, wajib pajak sendiri diberikan kepercayaan penuh dalam menghitung, memperhitungkan, membayar dan melapor pajaknya. Dari kepercayaan inilah wajib pajak dituntut untuk patuh pada pajak dan hal ini mengharuskan wajib pajak untuk paham dan mengetahui bagaimana sistem pajak yang berlaku, ketentuan pajak yang berlaku, manfaat pajak dan lain sebagainya. Tanpa adanya pengetahuan yang diketahui, wajib pajak bisa enggan dalam memenuhi kewajibannya.

Komite Audit

Menurut Hiro Tugiman (1995), pengertian Komite Audit adalah sekelompok orang yang dipilih oleh kelompok yang lebih besar untuk mengerjakan pekerjaan tertentu atau untuk melakukan tugas-tugas khusus atau sejumlah anggota Dewan Komisaris perusahaan klien yang bertanggungjawab untuk membantu auditor dalam mempertahankan independensinya dari manajemen.

Daalam Keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep-103/MBU/2002, pengertian Komite Audit tidak diterangkan secara gamblang, tetapi pada intinya menyatakan bahwa Komite Audit adalah suatu badan yang berada dibawah Komisaris yang sekurang-kurangnya minimal satu orang anggota Komisaris, dan dua orang ahli yang bukan merupakan pegawai BUMN yang bersangkutan yang bersifat mandiri baik dalam pelaksanaan tugasnya maupun pelaporannya dan bertanggungjawab langsung kepada Komisaris atau Dewan Pengawas. Hal tersebut senada dengan Keputusan Ketua Bapepam Nomor: Kep-41/PM/2003 yang menyatakan bahwa Komite Audit adalah komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris dalam rangka membantu melaksanakan tugas dan fungsinya.

Teori atribusi

Teori ini dikembangkan oleh Fritz Heider (Suartana, 2010) yang menyatakan : “bahwa perilaku seseorang itu ditentukan oleh kombinasi antara kekuatan internal (*internal forces*), yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam diri seseorang dan kekuatan eksternal, yaitu faktor-faktor yang berasal dari luar”. Robbins (2008) menyimpulkan sebagai berikut: “Perilaku yang disebabkan secara internal adalah perilaku yang diyakini dipengaruhi oleh kendali pribadi seorang individu. Perilaku yang disebabkan secara eksternal dianggap sebagai akibat-akibat dari sebab luar, yaitu individu tersebut dianggap telah dipaksa berperilaku demikian oleh situasi”. Pada dasarnya teori ini mengemukakan bahwa ketika mengobservasi perilaku seorang individu, kita berupaya untuk menentukan apakah perilaku tersebut disebabkan secara internal atau eksternal. Namun sebagian besar penentuan tersebut bergantung pada tiga faktor : 1) kekhususan, 2) konsensus, 3) konsistensi.

Teori ini mengelompokkan dua hal yang dapat memutar balikkan arti dari atribusi. Pertama, kekeliruan atribusi mendasar yaitu kecenderungan untuk meremehkan pengaruh faktor-faktor eksternal dari pada faktor internalnya. Kedua, prasangka dari seseorang cenderung menghubungkan kesuksesan karena akibat faktor–faktor internal, sedangkan kegagalannya dihubungkan dengan faktor–faktor eksternal. Teori atribusi berhubungan dengan sikap wajib pajak, kesadaran wajib pajak merupakan pengaruh dari faktor internal seseorang yang membuat seseorang mengambil keputusan. Sikap wajib pajak yang sadar akan kewajiban perpajakan dan penerapan *self assesment system* serta mempengaruhi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban membayar pajak. Dengan kata lain, sikap wajib pajak dalam memenuhi kewajiban membayar pajak sangat tergantung dari perilaku atau keputusan wajib pajak.

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan WP e-commerce

Kepatuhan Wajib Pajak (WP) dalam membayar pajak tidak lepas dari kesadaran dan pengetahuan wajib pajak terhadap pajak yang harus dibayar. Melihat dari UU No 28 Th 2007 Tentang “Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan”, menyebutkan bahwa Wajib Pajak yg merupakan orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Pengetahuan perpajakan yang dimiliki oleh wajib pajak para pengguna *e-commerce* merupakan hal yang sangat mendasar yang mesti di miliki para wajib pajak para pengguna *e-commerce* karena tanpa adanya pengetahuan perpajakan, maka akan sulit bagi para wajib pajak untuk menjalankan kewajiban perpajakannya. Siti Masruroh (2013) berpendapat bahwa kesadaran dan kedisiplinan dari masyarakat sangat diperlukan untuk memahami dan mematuhi kewajiban perpajakan. Pemahaman tersebut meliputi pengisian Surat Pemberitahuan (SPT), perhitungan pajak, penyetoran pajak (pembayaran), pelaporan atas pajaknya. Semua ketentuan pemenuhan kewajiban perpajakan dapat dilakukan dengan baik oleh wajib pajak apabila wajib pajak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai keempat hal tersebut.

Pengetahuan tentang perpajakan itu penting untuk menumbuhkan perilaku patuh karena bagaimana mungkin wajib pajak yang tidak mengetahui peraturan yang telah ditetapkan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) disuruh patuh melaksanakannya sebagai wajib pajak. Agar pengetahuan pajak meningkat sebaiknya pendidikan tentang pajak dilakukan sejak dini, serta diadakannya sosialisasi atau penyuluhan tentang pajak yang dilakukan oleh pegawai pajak kepada siswa atau mahasiswa selaku calon wajib pajak agar lebih paham dan meningkatkan pengetahuan perpajakannya.(Rahmawati, 2014).

Pengaruh Regulasi Pajak e-commerce terhadap Kepatuhan WP e-commerce

Menurut Sindi Alya Syahputri (2018) “Keunggulan *e-commerce* adalah kemampuan bertransaksi kapan pun, diakses dari manapun, adanya pemotongan jalur distribusi, dapat langsung melakukan pembelian dan adanya penghematan biaya”, maka dari itu regulasi perpajakan di ranah *e-commerce* tentu sudah diatur oleh pemerintah, seperti PPh *e-commerce Online Retail* ada di Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 15, Pasal 17, Pasal 21, Pasal 22, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh; PPN *e-commerce Online Retail* ada di UU PPN Pasal 1, Pasal 4 ayat (1), Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13, lalu ada di PP No.1 Th 2012 di Pasal 6, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 11, Pasal 17.

Kesadaran wajib pajak merupakan sikap wajib pajak yg telah memahami dan mau melaksanakan kewajibannya untuk membayar pajak dan telah melaporkan semua penghasilannya tanpa ada yang disembunyikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Adi Purnomo, 2012). Wajib pajak yang mempunyai tingkat kesadaran yang tinggi maka akan melakukan kewajiban membayar pajak. Salah satu usaha yang sedang dibidik DJP adalah *e-commerce*. DJP telah menerbitkan Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak tentang Penegasan

Ketentuan Perpajakan atas transaksi *e-commerce*, Nomor SE-62/PJ/2013, pada tanggal 27 Desember 2013. Lalu dari uraian diatas maka penulis mendapatkan hipotesis kedua dari penelitian ini, yaitu : Regulasi Pajak *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan WP *e-commerce*.

Pengaruh peran Komite Audit terhadap Kepatuhan WP e-commerce

Menurut Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor: Kep-117/M-MBU/2002 menjelaskan bahwa tujuan Komite Audit adalah membantu Dewan Komisaris atau dewan Pengawas dalam memastikan efektivitas sistem pengendalian internal dan efektivitas pelaksanaan tugas auditor eksternal dan internal. Sedangkan manfaat Komite Audit dikemukakan oleh Hiro Tugiman (1995) adalah :

1. Dewan Komisaris dan Direksi akan banyak terbantu dalam pengelolaan perusahaan.
2. Bagi external auditor adalah keberadaan Komite Audit sangat diperlukan sebagai forum atau media komunikasi dengan perusahaan, sehingga diharapkan semua aktivitas dan kegiatan eksternal auditor dalam hal ini akan mengadakan pemeriksaan, disamping secara langsung kepada objek pemeriksaan juga dibantu dengan mengadakan konsultasi dengan Komite Audit.

Kepatuhan Wajib Pajak *e-commerce* sepatutnya bisa memediasi pengaruh *e-commerce* terhadap komite-komite audit yang berada di Indonesia. Hal ini memungkinkan karena komite audit akan mempermudah wajib pajak *e-commerce* menjadi patuh dalam melakukan penyeteroran pajak secara *online*, mengingat pekerjaan Wajib Pajak *e-commerce* lebih banyak berselancar di Dunia Internet. Maka dari uraian diatas maka penulis mendapatkan hipotesis ketiga dari penelitian ini, yaitu : Pengaruh peran Komite Audit berpengaruh sangat signifikan terhadap Kepatuhan WP *e-commerce*.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh data yang menjadi perhatian dalam ruang lingkup yang telah di tentukan dan pada waktu yang telah di pilih. Sampel adalah perwakilan dari populasi atau sebagian dari populasi yang akan di teliti yang dapat mewakili seluruh populasi tersebut. Penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu penentuan sampel dengan teknik *sampling non probability sampling*. *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *Non Probability Sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini lebih tepatnya penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008).

Metode Pengumpulan sampel

Metode pengumpulan sampel adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, (Arikunto, 2008). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket (kuisisioner), angket merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respons sesuai permintaan pengguna (Arikunto, 2008). Angket ini ditujukan pada responden untuk mengungkapkan data variabel wajib pajak *e-commerce*.

Metode Pengambilan sampel

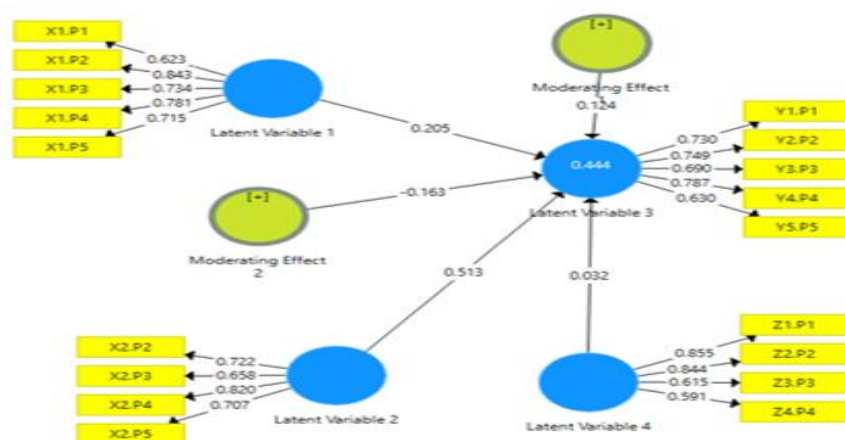
Pengambilan sampel adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan dapat men-generalisasikan sifat dan karakteristik tersebut pada populasi (Sugiyono, 2008). Kriteria pengambilan sampel penelitian :

1. *e-commerce* yang terdaftar di DJP
2. *e-commerce* yang mempunyai NPWP

HASIL PENELITIAN

Kuisisioner yang dipersiapkan untuk disebarakan sebanyak 120 kuisisioner. Tapi pelaku *e-commerce* yang menyatakan bersedia untuk mengisi kuisisioner hanya sebanyak 92 pelaku *e-commerce*. Tetapi pelaku *e-commerce* yang memenuhi kriteria, yang telah melaporkan pajaknya secara langsung hanya sebanyak 77. Dari jumlah tersebut terdapat 13 kuisisioner yang tidak lengkap dijawab atau terdapat beberapa pertanyaan/pernyataan yang tidak dijawab dan yang cacat (kertas rusak) . Sehingga total data yang bisa digunakan hanya 65 data.

Selanjutnya dilakukan uji validitas data untuk memastikan bahwa data valid dan layak mewakili variabel yang diteliti. Hasil uji validitas adalah sebagai berikut:



Hasil uji validitas terbukti semua valid karena nilai *outer loadings* semuanya diatas 0.5. Nilai *outers loadings* itu adalah nilai korelasi antara skor individu dengan skor total variabelnya masing masing.

Uji Reliabilitas

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas, untuk menguji konsistensi jawaban dari setiap responden. Data disebut valid apabila nilai *cronbach alpha* diatas 0.7.

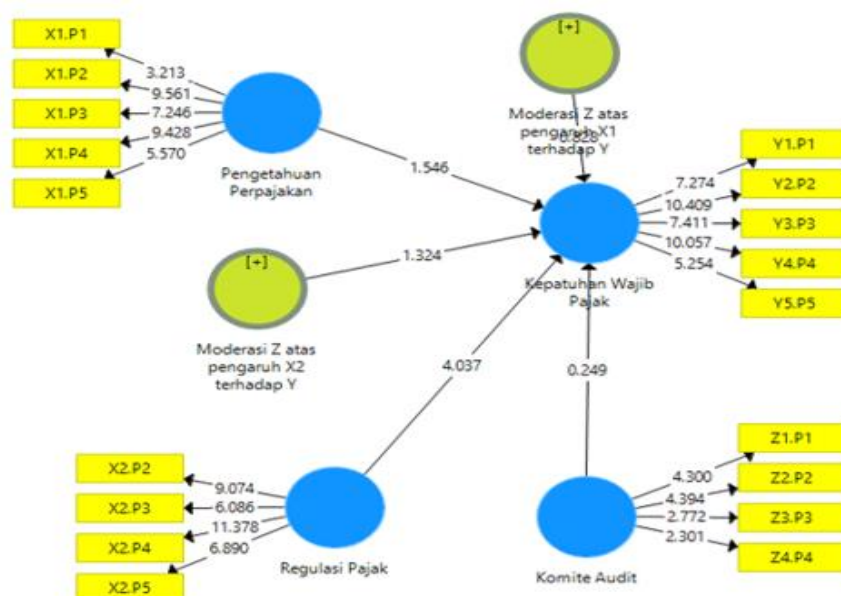
Tabel 5

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kepatuhan Wajib Pajak	0,767	0,767 > 0,7
Komite Audit	0,740	0,740 > 0,7
Moderasi Z atas pengaruh X1 terhadap Y	1,000	1,000 > 0,7
Moderasi Z atas pengaruh X1 terhadap Y	1,000	1,000 > 0,7
Pengetahuan Perpajakan	0,800	0,800 > 0,7
Regulasi Pajak	0,703	0,703 > 0,7

Tabel diatas menunjukkan hasil Uji Reliabilitas tiap variabel memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,7 sehingga dikatakan reliabel.

Uji Hipotesis

Selanjutnya dilakukan uji hipotesis penelitian. Uji hipotesis penelitian dilihat dari nilai T-Statistik. Jika hasil nilai T-Statistik diatas 1,96 maka hipotesis akan diterima. Jika dibawah 1,96 maka hipotesis ditolak. Berikut hasil *runnya*:



Tabel 6

Hipotesis	T Statistik	Keterangan
Komite Audit terhadap kepatuhan Wajib Pajak	0,249	$0,249 < 1,96$
Moderasi Z atas pengaruh X1 terhadap Y terhadap kepatuhan Wajib Pajak	0,828	$0,828 < 1,96$
Moderasi Z atas pengaruh X2 terhadap Y terhadap kepatuhan Wajib Pajak	1,324	$1,324 < 1,96$
Pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak	1,546	$1,546 < 1,96$
Regulasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak	4,037	$4,037 > 1,96$

Pembuktian Hipotesis Pertama (H1)

Berdasarkan data diatas, komite audit tidak signifikan terhadap kepatuhan *e-commerce* (wajib pajak) membayar pajak $< 1,96$

Pembuktia Hipotesis kedua (H2)

Berdasarkan tabel tersebut, hipotesis tidak diterima dikarenakan nilai T-Statistik $< 1,96$

Pembuktia Hipotesis kedua (H3)

Berdasarkan tabel tersebut, hipotesis tidak diterima dikarenakan nilai T-Statistik $< 1,96$

Pembuktian Hipotesis ketiga (H4)

Dilihat dari Tabel diatas, nilai T-Statistik untuk Pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak $1,546 < 1,96$, sehingga hipotesis tidak dapat diterima

Pembuktian Hipotesis kelima (H5)

Hipotesis ini diterima karena signifikan, dilihat dari Tabel diatas yang menunjukkan nilai T-Statistik $4,037 > 1,96$

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengetahuan perpajakan dan regulasi pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce* dapat dipengaruhi oleh peran komite audit. Kuisisioner yang dipersiapkan untuk disebarkan sebanyak 120 kuisisioner. Tapi pelaku *e-commerce* yang menyatakan bersedia untuk mengisi kuisisioner hanya sebanyak 92 pelaku *e-commerce*. Tetapi pelaku *e-commerce* yang memenuhi kriteria, yang telah melaporkan pajaknya secara langsung hanya sebanyak 77. Dari jumlah tersebut terdapat 13 kuisisioner yang tidak lengkap dijawab atau terdapat beberapa pertanyaan / pernyataan yang tidak dijawab dan yang cacat (kertas rusak) . Sehingga total data yang bisa digunakan hanya 65 data.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Perpajakan (2013).
- Peraturan Direktur Jenderal Pajak No PER-32/PJ/2010 Tentang Pelaksanaan Pengenaan Pajak Penghasilan Pasal 25 Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi Pengusaha Tertentu.
- Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi E- commerce Internasional.
- Murtiadi Awaluddin, Sukmawati (2015). *Implikasi Theory of Reasoned Action dan Etika dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Niat*. Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar
- Riris Rotua Sitorus, Yeny Kopong (2017). *Pengaruh E-commerce terhadap jumlah pajak yang disetor dengan kepatuhan Wajib Pajak sebagai Variabel Moderating*. Universitas 17 Agustus 1945, Jakarta.
- Narti Eka Putri, Dessy Agustin (2018). *Pengaruh pengetahuan Perpajakan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. Tanri Abeng University, Jakarta.
- SURIYADI, S.H (2015). *Peraturan Perpajakan E-commerce dan penghindaran pajak berganda*. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Deni Darmawati, Ayu Aulia Oktaviani (2014). *Pengaruh penerapan Akuntansi UMKM terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-commerce*. Trisakti University, Jakarta.
- Gunadi (2005). *Fungsi Pemeriksaan terhadap Peningkatan Kepatuhan Pajak (Tax Compliance)*. Universitas Widyatama, Bandung.
- Pakpahan, Yunita Eriyanti, Hardi, & Rusli (2015). *Pengaruh pemahaman Akuntansi, Pemahaman ketentuan Perpajakan dan Transparansi dalam Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan*. Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto
- Rahayu, Nurulita (2017). *Pengaruh pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak dan Tax Amnesty terhadap kepatuhan Wajib Pajak*. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta.