

PENGARUH BISNIS *E-COMMERCE* DAN PEMERIKSAAN PAJAK TERHADAP PENERIMAAN PAJAK (STUDI KASUS WAJIB PAJAK YANG TERDAFTAR DI KPP KELAPA GADING)

BAGUS APRILIANTO, ANGGA HIDAYAT
Prodi Akuntansi S1, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
angga1203hidayat@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of e-commerce business and tax audits on tax revenue at the Kelapa Gading Tax Office. The variables that are the focus of this research are E-Commerce Business (X_1), Tax Examination (X_2) as Independent Variables, and Tax Revenue (Y) as Dependent Variables. This research was conducted through filling out the questionnaire by respondent. Samples were taken as many as 100 respondents, for the method of analysis and hypothesis using multiple linear regression, then the calculation uses the IBM SPSS Version 25 program, while the determination of the sample is done using the random sampling method. The results of this study indicate that the E-Commerce Business Variable has no effect on Tax Revenue. Meanwhile, the Tax Examination Variable affects Tax Revenue. Together (simultaneous) E-Commerce Business Variables and Tax Examination affect Tax Revenue. This is evidenced by a statistical test that is the calculation of the F_{count} value of 22,913 with a significant level of 0,000.

Keywords: *E-Commerce, Tax Audits and Tax Revenue*

1. PENDAHULUAN

Meningkatnya perkembangan transaksi *E-Commerce* di Indonesia telah menjadi perhatian pemerintah untuk mulai mengatur aspek perpajakan transaksi *E-Commerce* dalam rangka optimalisasi penerimaan pajak di masa mendatang (Rendy & Irawati, 2019). Kita perlu ketahui, pajak merupakan sumber utama penerimaan negara. Tanpa pajak sebagian besar kegiatan negara akan sulit untuk dapat dilaksanakan. Pendapatan negara yang salah satunya dari pajak inilah yang nantinya digunakan pemerintah untuk mewujudkan tujuannya yaitu mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Perwujudan dari pendapatan ini digunakan pemerintah untuk membiayai program pembangunan di segala bidang yang akan dilaksanakan secara bertahap dan kepentingan masyarakat secara keseluruhan. Program pembangunan tersebut memerlukan dana dan biaya yang cukup besar, di mana sumber dana dan pembiayaannya diperoleh dari APBN.

Seiring perkembangan zaman, eksistensi pajak berhadapan dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang pesat. Kebutuhan hidup masyarakat yang semakin tinggi menimbulkan pemikiran masyarakat untuk berbisnis dan berusaha agar memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Di era modern saat ini bisnis pun dapat dilakukan melalui media internet seperti *online shop* atau disebut dengan istilah transaksi *E-Commerce* (Rendy & Irawati, 2019).

Pengusaha *e-commerce* sekarang tidak bisa lagi mengelak dari pajak. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Kementerian Keuangan mengungkapkan sudah menyelesaikan draf revisi Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas UU Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan *E-Commerce* (PPH). Belum lagi penegasan dari Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak dalam Surat Edaran Nomor SE/62/PJ/2013 yang menyebutkan tidak ada pajak baru dalam transaksi *e-commerce*. Artinya, tidak ada perbedaan dalam penerapan peraturan perundang-undangan perpajakan antara transaksi *e-commerce* dengan konvensional. Oleh karena itu, baik penjual maupun pembeli dapat dikenakan pajak sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan yang sudah ada (Hidayat & Yuliah, 2018). Para pelaku *e-commerce* tetap harus menghitung pajak mereka, menyeter serta melaporkan pajak, dan membuat e-Faktur bila sudah dikukuhkan menjadi Pengusaha Kena Pajak melalui aplikasi e-Faktur versi 2.0.

Penerimaan pajak sesuai dengan yang telah ditargetkan dapat tercapai apabila Wajib Pajak mau memenuhi kewajiban perpajakannya (Sugiyarti, 2017). Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan pada pasal 1 ayat 2, menyebutkan bahwa wajib pajak 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 (Rosharlianti & Hidayat, 2019).

Terciptanya jaringan komputer (terutama internet) telah memberikan peran yang sangat besar di dalam memudahkan hubungan antar para pengguna komputer di seluruh dunia (Hidayat, 2019). Hubungan dalam bentuk komunikasi dan pertukaran data bisa terjadi setiap saat. Adanya interaksi ini kemudian memunculkan inovasi untuk mengalihkan kegiatan di dunia nyata ke dalam dunia internet, salah satunya adalah kegiatan ekonomi. Hal inilah yang memunculkan bentuk lain dari transaksi konvensional ke dalam bentuk transaksi digital, yaitu *E-Commerce*. *E-Commerce*, didefinisikan sebagai transaksi pembelian dan penjualan barang atau jasa secara fisik menggunakan peralatan komunikasi elektronik, seperti telepon, komputer pribadi, *online kiosk*, *Automatic Teller Machine* (ATM), *smart card* atau *smart phone* (Nursyirwan, Ardaninggar, Septiningrum, Gustiasari & Hasan, 2019).

Perdagangan elektronik memang cukup memberikan keuntungan baik bagi penjual maupun para pembeli sehingga penggunaan internet dalam melakukan transaksi masih sangat diminati dan diprediksi akan menggantikan transaksi yang masih menggunakan pola konvensional yaitu transaksi di mana penjual dan pembeli saling berhadapan untuk pembayaran dan penyerahan barang.

Berbagai penyedia (*provider*) terkait layanan akses internet dan telekomunikasi juga turut berperan. Sebut saja operator telekomunikasi yang menyediakan akses komunikasi dan akses internet, sehingga pengguna komputer dan internet dapat dengan mudah melakukan transaksi *online* dari perangkat mobile (misalkan: *handphone*, *smartphone*, *tablet*) maupun komputer *desktop* dan komputer jinjing (*notebook*, *netbook*).

Dukungan lainnya juga muncul dari pihak bank (baik di dalam negeri maupun di luar negeri) dan penyedia layanan transaksi elektronik. Pihak-pihak ketiga ini membantu di dalam proses transaksi *online* yang terjadi antar pembelian penjual *online*. Misalkan saja disaat proses pembayaran secara elektronik yang dilakukan konsumen terhadap tagihan jumlah biaya yang harus dibayar berdasarkan barang yang diambil pada toko *online*, dengan memanfaatkan layanan *E-Banking* milik suatu Bank.

Banyaknya pengguna internet di Indonesia menunjukkan potensi pasar sangat besar yang akan mempengaruhi munculnya berbagai peluang bisnis baru. Melihat peluang tersebut, para pelaku bisnis harus semakin giat untuk memajukan bisnisnya. Dengan demikian peran internet di tahun 2018 hingga saat ini sangat berpotensi dan sangat berpeluang strategis bagi pertumbuhan bisnis di Indonesia.

Salah satu bisnis yang memanfaatkan teknologi internet yaitu *online shopping* atau sering disebut *olshop*. Tatap muka antar penjual dan pembeli tidak langsung terjadi, tetapi secara *online* melalui perantara perangkat komputer maupun *mobile* beserta dengan aplikasi dan sistem operasi (Rendy & Irawati, 2019). Saat ini jika seorang ingin berdagang atau mempromosikan barang dagangannya sampai keluar negeri, pedagang itu cukup membuat situs dan menampilkan barang dagangannya di halaman situsnya. Para calon pembeli yang ada di luar negeri dapat melihat barang yang ditawarkannya dan jika calon pembeli tertarik, maka dapat langsung memesan barang tersebut dengan menghubungi kontak yang ada di biodata situs tersebut. Tidak lagi diperlukan biaya yang besar untuk mengurus perizinan, biaya untuk mendirikan toko di luar negeri, sewa gedung, dan juga membayar upah pekerja. Para pihak dalam transaksi tidak perlu bertemu *face to face* cukup melalui peralatan komputer ataupun media telekomunikasi. Hal ini merupakan pertanda telah dimulainya era *cyber* dalam dunia bisnis.

Perkembangan bisnis *online shopping* di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup baik. Berdasarkan riset *Online Shopping Outlook 2015* yang dikeluarkan oleh BMI *research* mengungkapkan, peluang pertumbuhan pasar *online* masih sangat besar seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Menurut riset dari BMI, pada tahun 2014 pengguna belanja *online* mencapai 24% dari jumlah pengguna internet di Indonesia. Riset tersebut dilakukan di 10 kota besar di Indonesia terhadap 1.213 orang dengan usia 18-45 tahun melalui metode *phone survey*. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) memprediksi pertumbuhan penduduk Indonesia pada tahun 2015 mencapai 255.461.700 orang, sementara pertumbuhan pengguna internet pada tahun ini versi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) adalah sekitar 139 juta pengguna.

Otoritas Pajak menegaskan bahwa implementasi Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.10/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik bertujuan untuk menciptakan rasa keadilan atau level *playing field* antara pelaku usaha konvensional maupun pelaku usaha *e-commerce*. Latar belakangnya dari peraturan ini adalah suatu industri yang sedang berkembang harus diatur sehingga menimbulkan *level playing field* yang sama. PMK 210 merupakan turunan yang lebih rinci dari Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map e-Commerce*) Tahun 2017-2019 yang mengatur masalah perijinan, masalah perpajakan, bagaimana mengembangkan, mendukung *e-commerce*, sekaligus memberi perlindungan kepada masyarakat. Dengan PMK [210] ini, sebenarnya aturan utamanya menjadi jelas. Untuk pelaku seperti apa, pelakunya seperti apa sehingga tidak ada lagi keraguan bagi masyarakat untuk memasuki ekosistem seperti itu. PMK ini turunan dari situ [Perpres 74] yang mengatur mengenai perpajakannya. perlakuan perpajakan untuk *e-commerce* ini sama persis dengan yang konvensional. Tidak ada yang berbeda dalam hal tarif, objek dan subjek. PMK ini hanya penegasan saja.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Wajib Pajak

Dalam ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU No. 28 Tahun 2007), yakni: “Wajib Pajak adalah 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”. Badan sendiri adalah “Badan usaha kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Badan usaha seringkali disamakan dengan perusahaan, walaupun pada kenyataannya berbeda. Perbedaan utamanya, badan usaha adalah lembaga sementara perusahaan adalah tempat di mana badan usaha itu mengelola faktor-faktor produksi”.

Suryarini dan Tarmudji (2012) menyatakan bahwa wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditentukan untuk melakukan kewajiban perpajakan, termasuk pemungut pajak dan pemotong pajak tertentu.

2.2. Pengertian *E-Commerce*

Istilah *e-commerce* merupakan singkatan dari *electronic commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan pemasaran barang, dan jasa melalui sistem elektronik, yang secara singkat dapat didefinisikan sebagai mekanisme transaksi jual dan beli dengan menggunakan fasilitas internet sebagai media komunikasi.

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 (Rendy & Irawati, 2019).

2.3 Mekanisme Transaksi E-Commerce

mekanisme transaksi *E-Commerce* dimulai dengan adanya penawaran suatu produk tertentu oleh penjual (misal berada atau bertempat kedudukan di AS) disuatu situs melalui server yang berada di Indonesia. Apabila konsumen di Indonesia melakukan pembelian maka konsumen tersebut akan mengisi "*order mail*" yang disediakan oleh pihak penjual. Cara pembayaran yang dapat dilakukan oleh konsumen tersebut yaitu dengan :

1. Transaksi model ATM
2. Pembayaran langsung antara dua pihak yang bertransaksi tanpa perantara
3. Dengan perantara pihak
4. *Micropayment* (recehan), dan
5. *Anonymous digital cash*.

Apabila proses pembayaran tersebut telah diotorisasi, maka proses pengiriman dapat dilakukan. Cara pengiriman atas produknya, apakah barang berwujud (melalui pengiriman biasa), jasa, atau produk *digital* (melalui proses *download*).

2.4 Pengertian Pemeriksaan Pajak

Menurut Mardiasmo (2018:56) yaitu sebagai berikut :

"Pemeriksaan pajak adalah serangkaian kegiatan menghimpun dan mengolah data, keterangan dan atau bukti yang dilaksanakan secara objektif dan profesional berdasarkan suatu standar pemeriksaan untuk menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan dan atau untuk tujuan lain dalam rangka melaksanakan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan".

Definisi pemeriksaan pajak menurut Siti Kurnia Rahayu (2013:245) menyatakan bahwa: "Pemeriksaan Pajak merupakan hal pengawasan pelaksanaan *system Self Assessment System* yang dilakukan oleh wajib pajak, harus berpegang teguh pada Undang-undang perpajakan".

Definisi Pemeriksaan pajak Menurut Suandy (2014: 203) yaitu :

"Serangkaian kegiatan mencari, mengumpulkan, mengolah data dan/atau keterangan lainnya untuk menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan dan untuk tujuan lain dalam rangka melaksanakan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Untuk melaksanakan upaya penegakan hukum salah satunya dengan tindakan pemeriksaan pajak, maka mutlak diperlukan tenaga pemeriksa pajak dalam kuantitas dan kualitas yang memadai. Sedangkan untuk mendapatkan jaminan mutu atas hasil kerja pemeriksaan selain diperlukan kuantitas dan kualitas yang memadai diperluakn juga prosedur pemeriksaan, ruang lingkup, norma, pelaksanaan dan produk dari pemeriksaan."

Definisi pemeriksaan dijelaskan pada Peraturan Menteri Keuangan tentang Tata Cara Pemeriksaan Pajak Pasal 1 ayat (2) yang berbunyi: "Pemeriksaan adalah serangkaian kegiatan menghimpun dan mengolah data, keterangan, daya/bukti yang dilaksanakan secara obyektif dan professional berdasarkan suatu standar pemeriksaan untuk menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan dan/atau untuk tujuan lain dalam rangka melaksanakan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan."

Berdasarkan beberapa definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa :

Pemeriksaan Pajak merupakan kegiatan yang dilakukan oleh petugas Direktorat Jendral Pajak mulai dari mencari, mengumpulkan, sampai mengolah data dan atau keterangan lainnya dengan tujuan untuk menguji kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya berdasarkan ketentuan perundang-undangan perpajakan.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2017) Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang diterapkan.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada KPP Pratama Jakarta Kelapa Gading, sebagai tempat sumber informasi untuk melakukan riset. Tempat penelitian dipilih dengan pertimbangan bahwa data dan informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak yang datang ke KPP Pratama Jakarta Kelapa Gading.

3.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dalam penelitian digeneralisasikan atau disimpulkan, sehingga sampel yang digunakan harus *representatif*. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah orang-orang wajib pajak yang ditemui oleh peneliti pada KPP Pratama Jakarta Kelapa Gading secara acak yang paham dan mengerti perihal bisnis *e-commerce*.

3.4 Uji Asumsi Klasik

3.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan grafik p-plot dan Kolmogorov-Smirnov (1-Sampel K-S). Bila $p\text{-value} > 0.05$, maka data dinyatakan berdistribusi normal. Ghazali (2016:154)

3.4.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi dapat dikatakan bebas multikolinieritas jika

mempunyai nilai VIF kurang dari 10, dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,10. Sebaliknya ada multikolinieritas apabila nilai *tolerance* < 0.10 atau nilai VIF > 10 (Ghozali, 2016).

3.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Pada saat mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat ditentukan dengan melihat grafik Plot (*Scatterplot*) antara nilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residual (*SRESID*), dan dasar untuk menganalisa seperti di bawah ini :

1. Heteroskedastisitas diindikasikan telah terjadi jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit).
2. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika tidak ada pola serta titik yang menyebarkan atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

3.5 Uji Analisis Regresi Berganda

Uji regresi berganda untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) dengan pengukuran interval atau rasio dalam satu persamaan linier (Ghozali, 2016). Model regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

3.6 Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Apabila pada suatu model nilai (*R²*) kecil atau sedikit berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya, apabila Nilai (*R²*) mendekati angka satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

4. ANALISIS DATA DAN DISKUSI

4.1. Statistik Deskriptif

Ada tiga variabel yang digunakan dalam melakukan uji statistik deskriptif disini, diantaranya yaitu bisnis *e-commerce*, pemeriksaan pajak dan penerimaan pajak. Hasil uji nya dapat dilihat dalam tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1: Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Bisnis_e_Commerce	100	28	50	41.45	5.112
Pemeriksaan_Pajak	100	18	40	30.91	4.420
Penerimaan_Pajak	100	17	30	25.44	3.046
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Primer yang diolah dengan IBM SPSS Statistics 25, 2019.

Berdasarkan tabel 1 menjelaskan bahwa pada variabel sistem Bisnis *e-Commerce* jawaban minimum responden sebesar 28 dan maximum 50, dengan

rata-rata total jawaban 41.45 dan standar deviasi sebesar 5.112. Variabel pemeriksaan Pajak jawaban minimum sebesar 18 dan maximum 40, dengan rata-rata total jawaban 30.91 dan standar deviasi sebesar 4.420. Variabel Penerimaan Pajak jawaban minimum sebesar 17 dan maximum 30, dengan rata-rata total jawaban 25.44 dan standar deviasi sebesar 3.046.

4.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Uji Normalitas

Tabel 2: Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandar dized Residual
Test Statistic	,073
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer yang diolah dengan IBM SPSS Statistics 25, 2019.

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai signifikansi Kolmogorov- Smirnov sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Syarat lulus uji normalitas adalah nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas baik dari grafik P-Plot maupun Kolmogorov-Smirnov.

4.2.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 3: Hasil Uji Multikolinearitas
Collinearity Statistics

Model	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Bisnis_E_Commerce	,817	1,224
Pemeriksaan_Pajak	,817	1,224

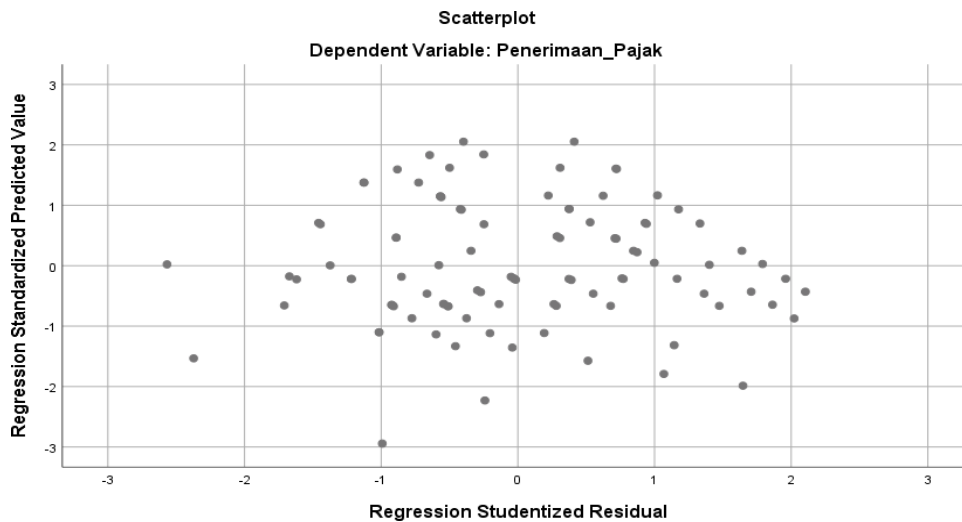
a. Dependent Variable: Penerimaan_Pajak

Sumber: Data Primer yang diolah dengan IBM SPSS Statistics 25, 2019.

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* untuk Bisnis *E-Commerce* sebesar $0,817 < 10$ dan VIF sebesar $1,224 < 10$, kemudian nilai *tolerance* untuk Pemeriksaan Pajak sebesar $0,817 < 10$ dan VIF sebesar $1,224 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen.

4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengamatan data, maka hasil *scatterplot* dapat dilihat pada gambar di bawah:



Sumber: Data Primer yang diolah dengan IBM SPSS Statistics 25, 2019.

Gambar 1: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar 1 di atas dapat diketahui bahwa *scatterplot* titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas dan titik titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi sehingga layak dipakai untuk memprediksi variabel Penerimaan Pajak. (Ghozali, 2016).

4.3 Uji Regresi Berganda

Tabel 4: Hasil regresi linear berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,226	2,308		5,731	,000
	Bisnis_E_Commerce	,006	,055	,010	,103	,918
	Pemeriksaan_Pajak	,388	,064	,562	6,075	,000

a. Dependent Variable: Penerimaan_Pajak

Sumber: Data Primer yang diolah dengan IBM SPSS Statistics 25, 2019.

Sehingga dari hasil tersebut dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut : $Y = 13,226 + 0,006X_1 + 0,388X_2$

4.4. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

**Tabel 5: Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,566 ^a	,321	,307	2,536

a. Predictors: (Constant), Pemeriksaan_Pajak, Bisnis_E_Commerce

b. Dependent Variable: Penerimaan_Pajak

Sumber: Data Primer yang diolah dengan IBM SPSS Statistics 25, 2019.

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) pada regresi sebesar 0,307 atau 30,7%.

Dengan melihat hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel dependen dalam penelitian ini yaitu penerimaan pajak mampu dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen bisnis *e-commerce* dan pemeriksaan pajak sebagai variabel 30,7%. Sedangkan sisanya 69,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5. Uji Hipotesis

4.5.1. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

**Tabel 6: Hasil uji hipotesis analisis parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,226	2,308		5,731	,000
Bisnis_E_Commerce	,006	,055	,010	,103	,918
Pemeriksaan_Pajak	,388	,064	,562	6,075	,000

a. Dependent Variable: Penerimaan_Pajak

Sumber: Data Primer yang diolah dengan IBM SPSS Statistics 25, 2019.

Tabel 6 menunjukkan pengujian hipotesis yang dapat diuraikan sebagai berikut :

- H₁ : Bisnis *E-Commerce* tidak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak
Berdasarkan tabel t menunjukkan bahwa nilai *t* untuk variabel Bisnis *E-Commerce* memiliki *t*_{hitung} sebesar 0,103, lebih kecil dibanding nilai *t*_{tabel} 1,985 ($\alpha:2$; $n-k-1 = 0,05:2$; $100-2-1 = 0,025$; 97) atau ($0,103 < 1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,918 yang artinya lebih besar dari alpha ($0,918 > 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa secara parsial variabel Bisnis *E-Commerce* tidak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H₁ ditolak.
- H₂ : Pemeriksaan Pajak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak.
Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *t*_{hitung} sebesar 6,075 lebih besar dibanding nilai *t* _{tabel} 1,985 ($\alpha:2$; $n-k-1 = 0,05:2$; $100-2-1 = 0,025$; 97) atau

(6,075 > 1,985) dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa secara parsial variabel Pemeriksaan Pajak tidak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima.

4.5.2. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 7: Hasil Uji Hipotesis Analisis Simultan (Uji F)
ANOVA^a

		Sum of				
1	Regression	294,747	2	147,374	22,913	,000 ^b
	Residual	623,893	97	6,432		
	Total	918,640	99			

a. Dependent Variable: Penerimaan_Pajak

b. Predictors: (Constant), Pemeriksaan_Pajak, Bisnis_E_Commerce

Sumber: Data Primer yang diolah dengan IBM SPSS Statistics 25, 2019.

Berdasarkan tabel 7 di atas, menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 22,913 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Rumus untuk mencari F_{tabel} adalah $(k-1 ; n-k)$ dengan jumlah sampel $(n) = 100$, jumlah variabel $(k) = 3$, taraf signifikan $\alpha = 0,05$, maka akan menghasilkan angka $(3-1 ; 100-3) = (2 ; 97)$, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,090 sehingga dapat dikatakan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yakni $22,913 > 3,090$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima, yang menyatakan bahwa secara simultan variabel Bisnis *E-Commerce* (X_1), dan pemeriksaan pajak (X_2) berpengaruh terhadap Penerimaan pajak (Y).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh bisnis *e-commerce* dan pemeriksaan pajak terhadap penerimaan pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Kelapa Gading, Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Bisnis *E-Commerce* tidak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak. Hal ini dibuktikan dengan uji statistik yaitu perhitungan t_{hitung} sebesar $0,103 < t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,918 yang artinya lebih besar dari alpha ($0,918 > 0,05$). Hal ini berarti H_1 ditolak.
2. Variabel Pemeriksaan Pajak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak. Hal ini dibuktikan dengan uji statistik yaitu perhitungan t_{hitung} sebesar $6,075 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti H_2 diterima.
3. Variabel Bisnis *E-Commerce* dan Pemeriksaan Pajak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak. Hal ini dibuktikan dengan uji statistik yaitu perhitungan nilai F_{hitung} sebesar 22,913 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penelitian ini di masa mendatang diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih berkualitas lagi dengan adanya beberapa masukan mengenai beberapa hal di antaranya:

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan teknik pengumpulan data metode survei dengan wawancara kepada responden. Sehingga akan mudah untuk mengendalikan responden yang berakibat responden menjawab pertanyaan sesuai dengan kenyataan.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah cakupan penelitian sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan untuk seluruh Kantor Pelayanan Pajak Pratama seluruh Indonesia.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden penelitian, dalam hal ini responden penelitian tidak hanya dari pihak wajib pajak melainkan juga dari pihak fiskus pajak. sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan untuk seluruh Kantor Pelayanan Pajak Pratama seluruh Indonesia.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen lain untuk mengukur penerimaan pajak yang dilakukan oleh Wajib Pajak, seperti sanksi perpajakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: BadanPenerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A., & Yuliah, N. (2018). The Effect of Good Corporate Governance and Tax planning on Company Value. *EAJ (Economics and Accounting Journal)*, 1(3), 234-241.
- Hidayat, A. (2019). Student's Self-Concept Profiles in Problem Posing According to Cognitive Styles: Developing An Evidence Base for Best Practice of E-Learning in Mathematical Economics Course at Pamulang University. *Jurnal Saintika Unpam: Jurnal Sains Dan Matematika Unpam*, 1(2), 158-165.
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi
- Nursyirwan, V. I., Ardaninggar, S. S., Septiningrum, L. D., Gustiasari, D. R., & Hasan, J. M. H. (2019). Peningkatan Volume Penjualan Melalui Pelatihan Materi Dan Praktik Digital Marketing Bagi Para Pelaku Usaha Kecil Mikro-Pertanian Kota Depok (UKM-P). *Abdimisi*, 1(1), 24-30.
- Rahayu, S. K. (2010). *Perpajakan Indonesia Konsep dan Aspek Formal*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rendy, R., & Irawati, W. (2019). Understanding Of Tax Rules, Tax Tariffs and Tax-Rights Consciousness on E-Commerce Users Tax Compliance. *EAJ (Economics And Accounting Journal)*, 2(2), 141-148.
- Rosharlianti, Z., & Hidayat, R. (2019). The Effect of Tax Planning and Deferred Tax Liabilities on Earnings Management. *EAJ (Economics And Accounting*

Journal), 2(2), 124-132.

Suandy, E. (2014). *Hukum Pajak Edisi 6*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&B*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyarti, L. (2017). Analisis Pengaruh Struktur, Prosedur dan Strategi Organisasi dalam Reformasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 5(1).

Suryarini, T. & Tarmudji, T. (2012). *Perpajakan di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.