

# Pengembangan Model Konseptual Niat Pembayaran Pajak Pelaku E-Commerce

Sari Dewi

Universitas Internasional Batam, Indonesia

[sari@uib.ac.id](mailto:sari@uib.ac.id)

\*Penulis Korespondensi

Diajukan : 2 Juni 2021

Disetujui : 21 Juli 2021

Dipublikasikan : 1 Agustus 2021

## ABSTRACT

*Ecommerce transactions are one of the complex and growing types of transactions in Indonesia. Ecommerce trade is currently experiencing very rapid progress which is marked by a growing improvement in current technological advances, especially in the field of ecommerce. The largest state revenue can be seen from the 2019 State Revenue and Expenditure Budget of state revenues of 1,786.4 trillion rupiah from taxes. The Ministry of Finance enforces the Minister of Finance Regulation Number 210/PMK.010/2018 concerning Tax Treatment of Trading Transactions Through Electronic Systems. In response to this, there is the potential for an exodus of e-commerce players to switch to using social media as a place for online buying and selling transactions. The payment intention factor for e-commerce transactions is based on three aspects, namely, knowledge and understanding of taxation. Internal influences in the form of taxpayer awareness, ethics, the use of information technology which is influenced by the external readiness of information technology, as well as the influence of the taxpayer's environment. This study aims to propose a conceptual model to identify the factors that influence the tax payment intention of ecommerce actors. This research is expected to provide suggestions to the Directorate General of Taxes regarding ecommerce taxpayers.*

**Keywords:** Tax, Ecommerce, Intention, Knowledge, Awerness, Ethics

## PENDAHULUAN

Penerimaan pajak dapat menunjang pembangunan negara termasuk penerimaan pajak dari *ecommerce*. Penerimaan negara paling besar dapat dilihat dari Anggaran Penerimaan Belanja Negara (APBN) tahun 2019 penerimaan negara sebesar 1.786,4 triliun rupiah berasal dari pajak sedangkan 12% lainnya bersumber dari selain pajak.

Penerimaan pajak berperan penting dalam menghidupi kebutuhan rumah tangga negara. Penerimaan pajak didukung dengan perkembangan teknologi informasi. Perkembangan dalam bidang teknologi informasi dan layanan internet saat ini mendorong perubahan dalam banyak hal, salah satunya adalah pola pikir dalam melakukan kegiatan dibidang *E-commerce (Elektronik Commerce)*

Transaksi *ecommerce* merupakan transaksi yang diminati dari berbagai kalangan. Transaksi memberikan kemudahan dan fleksibel dalam penggunaan waktu. Direktorat Jenderal Pajak menanggapi perubahan pada bidang *ecommerce* dengan mengeluarkan surat edaran SE/62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *Ecommerce (Electronic Commerce)*.

Peningkatan pada transaksi elektronik (*Ecommerce*) di Indonesia, Kementerian Keuangan (KemenKeu) memberlakukan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. PMK berlaku per 1 April 2019. Pada PMK ini memberikan beberapa syarat bagi pelaku *ecommerce* untuk melengkapi data nomor KTP, NPWP orang pribadi dan/atau badan. Sehingga sistem *platform marketplace*, dukcapil dan direktorat jenderal pajak harus tersinkron. Menanggapi hal demikian ada potensi eksodus pelaku *ecommerce* beralih menggunakan sosial media sebagai tempat

transaksi jual beli online seperti facebook, instagram dan *Platform Marketplace* luar negeri seperti eBay dan Amazon ([Setiobudi, 2019](#)).

Sebelum peraturan tersebut diberlakukan, Kemenkeu menarik kembali PMK tersebut dengan tujuan untuk memberikan kesempatan bagi para pelaku *ecommerce* mempersiapkan diri. Penarikan dilakukan agar peraturan tepat sasaran dan efisien serta dapat meningkatkan niat kepatuhan di bidang *ecommerce*. Pemerintah Direktorat Jenderal Pajak dapat mensosialisasikan dan memberikan pemahaman kepada wajib pajak mengenai PMK transaksi *ecommerce* ([Kementerian Keuangan, 2019](#)).

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, penelitian sebelumnya oleh [Yoeanda et al., \(2018\)](#), [Pringgandana dan Suaryana \(2019\)](#), [Maulinda dan Lasmana \(2015\)](#), [Sudrajat dan Ompusunggu \(2015\)](#), [Mahaputri dan Noviri \(2016\)](#), [Awaluddin dan Sukmawati \(2017\)](#), [Putra \(2017\)](#), [Ibrahim dan Mubarak \(2016\)](#), [Nopiana dan Natalia \(2018\)](#), [Kawengian et al. \(2017\)](#), [Dewi et al. \(2017\)](#), [Oktaviani dan Nurhayati \(2015\)](#), dan [Suryani dan Yushita \(2017\)](#) membahas mengenai faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, sedangkan penelitian ini membangun kerangka konseptual niat pembayaran pajak khusus pada bidang *E-commerce*.

Sehingga masih sedikit ditemukan penelitian mengenai faktor niat wajib pajak untuk patuh perpajakan terutama yang mengajukan konseptual model secara khusus di bidang *E-commerce*. Faktor niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce* dipengaruhi oleh tiga aspek yaitu, tax Gap berupa pengetahuan dan pemahaman perpajakan. Pengetahuan dan pemahaman perpajakan juga dipengaruhi oleh kesadaran wajib pajak. Pengaruh internal berupa kesadaran wajib pajak, etika, pemanfaatan teknologi informasi yang dipengaruhi oleh kesiapan teknologi informasi, serta pengaruh eksternal lingkungan wajib pajak. Serta dengan adanya penarikan PMK 210/PMK.010/2018 oleh Kementerian Keuangan, maka tujuan penelitian ini mengusulkan model konseptual untuk mengidentifikasi determinan pengaruh niat pembayaran pajak pelaku *ecommerce*.

## STUDI LITERATUR

### *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Dalam model *Theory of Planned Behavior (TPB)*, kontrol perilaku mengacu kepada persepsi seseorang terhadap sulit tidaknya melaksanakan perilaku yang diinginkan, terkait dengan keyakinan akan tersedia atau tidaknya sumber dan kesempatan yang diperlukan untuk mewujudkan perilaku tertentu ([Hidayat & Nugroho, 2010](#)).

Menurut [Ajzen \(1991\)](#) TPB merupakan niat yang timbul sehingga dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Ada tiga perilaku yang akan muncul, pertama *behavioral beliefs* keyakinan seseorang akan keberhasilan dan evaluasi atas hasil tersebut. Kedua *normatif beliefs* keyakinan akan harapan dan motivasi mewujudkan harapan tersebut. Ketiga *control beliefs* keyakinan akan situasi keadaan sebagai penghambat atau memperlancar dan persepsi seberapa kuat faktor tersebut.

Niat dalam *Theory of Planned Behavior* didasarkan oleh adanya niat dari individu tersebut. Niat dapat muncul karena ditentukan oleh 3 faktor *Behavioral beliefs*, *Normatif beliefs* dan *Control beliefs*. Niat wajib pajak berkaitan erat dengan motivasi seseorang secara sadar memiliki kemauan untuk melakukan tindakan.

### Niat Pembayaran Pajak atas Transaksi *Ecommerce*

Niat merupakan kecenderungan yang dimiliki oleh Wajib Pajak dalam mematuhi kewajiban pajakkannya. Niat seorang wajib pajak untuk mematuhi perpajakannya karena didorong oleh keinginan seorang wajib pajak untuk berperilaku patuh terhadap pajak. Wajib pajak orang pribadi maupun badan melakukan kewajiban pajak berdasarkan niat untuk mematuhi pajak.

### Pengetahuan dan Pemahaman Perpajakan

Pengetahuan tata cara perpajakan dan pemahaman tata cara penyampaian surat pemberitahuan pajak (SPT). Pengetahuan dan pemahaman adalah hal mendasar harus dimiliki wajib pajak mulai dari menghitung, menyetorkan dan melaporkan pajak (3M) *self assessment system* yang diterapkan di Indonesia.

Pengetahuan dan pemahaman perpajakan dapat meningkatkan niat wajib pajak patuh. Semakin tinggi tingkat pemahaman, sehingga dapat meningkatkan penerimaan perpajakan artinya wajib pajak telah patuh terhadap perpajakannya ([Yoeanda, Afifudin, dan Mawardi, 2018](#)).

### **Kesadaran Wajib Pajak**

Kesadaran merupakan kemauan wajib pajak untuk melaporkan pajak terutang. Kesadaran yang tinggi akan mendorong semakin banyak masyarakat memenuhi kewajiban untuk mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, melaporkan dan membayar pajaknya dengan benar ([Mahaputri dan Noviari, 2016](#)).

Menurut [Mutia \(2014\)](#) kesadaran ada dalam diri untuk memahami realitas. Kesadaran wajib pajak mendorong pembayaran pajak dan penerimaan pajak tetap meningkat. Beberapa bentuk kesadaran wajib pajak, *Pertama*, memberi dukungan dalam pembangunan negara. *Kedua*, pembayaran pajak dapat meringankan beban negara. *Ketiga*, pembayaran pajak bersifat dipaksakan dan ditetapkan dalam UU perpajakan.

### **Etika**

Etika merupakan tingkah laku manusia. Etika berkaitan dengan penilaian terhadap seseorang. Etika pada penelitian ini cenderung pada etika sebagai utilitarianisme yaitu tindakan yang dapat memberikan manfaat yang lebih baik. Etika wajib pajak dalam penyempian SPT dan perlakuan adil, sehingga diterapkannya undang-undang perpajakan yang adil untuk mendorong niat kepatuhan wajib pajak *ecommerce* ([Awaluddin dan Sukmawati, 2017](#)).

### **Pemanfaatan Teknologi Informasi**

Pemanfaatan teknologi informasi khususnya dalam administrasi pajak menyebabkan terjadinya berbagai macam perubahan seperti tugas yang dilakukan manusia digantikan oleh tenaga mesin atau elektronik. Penggunaan teknologi informasi dalam modernisasi perpajakan yang berbasis *e-system* diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan pajak juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap administrasi perpajakan.

Menurut [Nopiana dan Natalia \(2018\)](#) manfaat teknologi informasi menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, menambah produktifitas dan efektivitas mempertinggi efektivitas dalam mengembangkan kinerja pekerjaan.

### **Kesiapan Teknologi Informasi**

Kesiapan merupakan bentuk siap menghadapi perubahan dari lingkungan, proses pengembangan sistem. Perubahan pada bidang teknologi memberikan peluang dalam melaksanakan bisnis digital ([Taryadi, 2016](#)).

Kesiapan teknologi informasi dalam menerima aspek perubahan bisnis sebagai sektor *ecommerce*. Oleh karena itu diperlukan kesiapan para pelaku *ecommerce* untuk menerima beberapa perubahan konsep, faktor teknologi, struktur transaksi dan keahlian pada bidang tersebut.

### **Lingkungan Wajib Pajak**

Lingkungan adalah faktor utama dalam pembentukan karakter individu. Lingkungan wajib pajak mempengaruhi individu untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya ([Kawengian et al., 2017](#) dan [Dewi et al., 2017](#)). Lingkungan yang kondusif terutama lingkungan bisnis wajib pajak dapat mempengaruhi niat untuk menerapkan atau menjalankan peraturan perpajakan yang berlaku. Lingkungan yang baik yaitu tidak memberikan peluang bagi masyarakat untuk menghindari pajak serta menganggap penting pajak.

## **METODE**

Metode penelitian kualitatif, menurut [Creswell \(2008\)](#) merupakan suatu pendekatan dengan tujuan mengeksplorasi dan memahami gejala sentral yaitu peneliti melakukan wawancara pada partisipan dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Informasi yang disaput dari partisipan kemudian dikumpulkan. Informasi dalam bentuk kata atau teks hasil wawancara. Tahap

selanjutnya dilakukan analisa. Hasil analisa berupa deskripsi atau penggambaran dalam bentuk tema-tema. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kerangka konseptual.

Pada penelitian ini menggunakan metode konseptual sekaligus sebagai metode pengumpulan data dan analisa data, metode konseptual yaitu metodologi yang dilakukan dengan cara mengamati dan menganalisa semua informasi terkait topik penelitian meliputi kombinasi peneliti dari penelitian terdahulu serta terkait dalam fenomena yang terjadi. Ada empat langkah dalam melakukan metode penelitian konseptual ([Mamahit dan Urumsah, 2018](#)).

Pertama, melakukan identifikasi penelitian yaitu dengan mengamati dan menganalisis informasi yang sudah ada pada suatu topik. Metode konseptual tidak melakukan setiap percobaan secara praktis. Hal ini terkait dengan konsep-konsep abstrak atau ide pada penelitian.

Kedua, mengumpulkan literatur yang relevan. Mengumpulkan informasi yang relevan merupakan langkah penting sebagai penelitian konseptual sebagian besar didasarkan pada informasi yang diperoleh dari penelitian terdahulu. Mengumpulkan literatur yang relevan dan informasi adalah kunci utama pada tahap penyelesaian sebuah penelitian. Materi penelitian yang digunakan adalah jurnal ilmiah, makalah penelitian, dan bahan materi yang sama. Sebelum menggunakan informasi tersebut peneliti melakukan verifikasi terlebih dahulu.

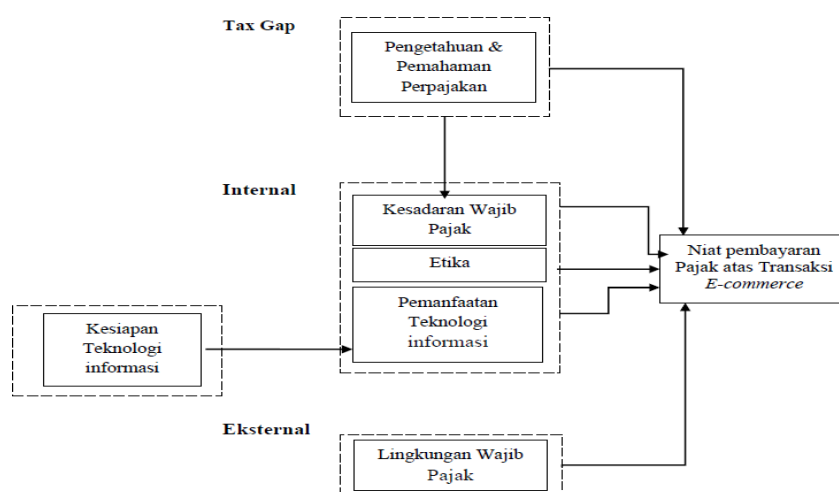
Ketiga, melakukan identifikasi variabel. Melakukan identifikasi variabel yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Sehingga dapat memberikan ruang lingkup penelitian yang baru dan mengidentifikasi bagaimana dapat berhubungan dengan penelitian.

Keempat, menghasilkan kerangka. Pada langkah ini kerangka kerja yang diperlukan menggunakan campuran variabel dari artikel ilmiah dan bahan terkait lainnya. Pernyataan permasalahan dalam penelitian dibentuk menjadi kerangka penelitian. Langkah ini menjawab pertanyaan permasalahan sehingga menjadi dasar penelitian tujuannya untuk mengurangi kesenjangan pengetahuan dan membuat informasi yang lebih relevan.

Metode Pengumpulan Data [Sugiyono \(2011\)](#) yaitu melalui beberapa tahapan (1) mengumpulkan literatur relevan, peneliti membaca dan melihat fenomena dan kebijakan yang diberlakukan kepada para pelaku *E-commerce*, (2) melakukan observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan dan melihat perilaku wajib pajak khususnya pelaku *E-commerce*, (3) kesimpulan, berupa hasil dengan mengumpulkan literatur terdahulu, mengamati permasalahan yang terjadi melalui jurnal ilmiah.

## PEMBAHASAN

Transaksi *E-commerce* mengalami peningkatan yaitu ditandai dengan semakin meningkatnya kemajuan teknologi saat ini terutama dalam bidang *ecommerce*. Berdasarkan penjelasan tersebut, model penelitian dapat dirumuskan pada Gambar 1.



**Gambar 1. Kerangka Model Niat Pembayaran Pajak Atas Transaksi Ecommerce**

Gambar 1 menjelaskan bahwa niat pembayaran pajak atas transaksi *e-commerce* dipengaruhi oleh tiga aspek yaitu, *Tax Gap* yaitu pengetahuan dan pemahaman perpajakan. Pengetahuan dan pemahaman perpajakan dipengaruhi kesadaran wajib pajak. Faktor internal yaitu kesadaran wajib pajak, etika, pemanfaatan teknologi informasi yang dipengaruhi kesiapan teknologi informasi, serta faktor eksternal lingkungan wajib pajak.

### **Tax Gap**

*Tax gap* merupakan potensi penerimaan pajak yang belum terealisasi oleh otoritas perpajakan. *Tax gap* lebih *fair* karena struktur jelas seperti tarif pajak, basis pajak dan komponen penerimaan pajak ([BPPK, 2014](#)).

### **Pengetahuan dan Pemahaman Perpajakan**

Pengetahuan dan pemahaman adalah hal mendasar harus dimiliki wajib pajak mulai dari menghitung, menyetorkan dan melaporkan pajak terutang. Penelitian yang dilakukan oleh [Yoeanda et al., \(2018\)](#), [Pringgandana dan Suaryana \(2019\)](#), [Maulinda dan Lasmana \(2015\)](#), [Sudrajat dan Ompusunggu \(2015\)](#) dan [Mahaputri dan Noviani \(2016\)](#) menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap niat kepatuhan wajib pajak. Tingkat pengetahuan wajib pajak berpengaruh pada perilaku kepatuhan, semakin paham individu terhadap peraturan perpajakan, faktor pemahaman sangat penting dalam membantu wajib pajak melaksanakan tingkat kepatuhan wajib pajak khususnya pemahaman dasar tentang perpajakan. Berdasarkan pemahaman dan hasil penelitian sebelumnya, maka pengetahuan dan pemahaman perpajakan pada penelitian ini yaitu sebagai *Tax Gap* terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *E-commerce* merupakan potensi penerimaan pajak yang belum terealisasi oleh otoritas perpajakan. *Tax gap* lebih *fair* karena struktur jelas seperti tarif pajak, basis pajak dan komponen penerimaan pajak hal ini di butuhkan pengetahuan dan pemahaman perpajakan ([BPPK, 2014](#)).

### **Faktor Internal**

Faktor internal niat pembayaran pajak atas transaksi *ecommerce*, yaitu :

#### **Kesadaran Wajib Pajak**

Kesadaran merupakan kemauan wajib pajak untuk melaporkan pajak terutang. Kesadaran yang tinggi akan mendorong masyarakat dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Kesadaran wajib pajak terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *e-commerce*. [Pringgandana dan Suaryana \(2019\)](#), [Mahaputri dan Noviani \(2016\)](#), dan [Yoeanda et al., \(2018\)](#) menjelaskan hasil penelitian bahwa kesadaran wajib pajak menunjukkan hasil yang berpengaruh positif signifikan terhadap niat kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan pemahaman dan hasil penelitian sebelumnya, maka kesadaran wajib pajak sebagai faktor internal terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *e-commerce*

#### **Etika**

Etika merupakan tingkah laku manusia, etika wajib pajak dalam penyampaian surat pemberitahuan pajak sesuai pada undang-undang perpajakan untuk mendorong niat kepatuhan wajib pajak. Etika terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *ecommerce*. Penelitian yang dilakukan oleh [Awaluddin dan Sukmawati \(2017\)](#); [Putra \(2017\)](#); dan [Ibrahim dan Mubarak \(2016\)](#) menunjukkan hasil bahwa etika berpengaruh positif signifikan terhadap niat kepatuhan wajib pajak. Hal ini etika merupakan nilai-nilai dan keyakinan yang merupakan dasar dalam individu dan menjadi budaya organisasi. Berdasarkan pemahaman dan hasil penelitian sebelumnya, maka etika wajib pajak sebagai faktor internal terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *e-commerce*.

#### **Pemanfaatan Teknologi Informasi**

Penggunaan teknologi informasi dalam modernisasi perpajakan yang berbasis *e-system* memberikan manfaat teknologi informasi yaitu menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, menambah produktifitas dan efektivitas mempertinggi efektivitas dalam mengembangkan kinerja pekerjaan. Pemanfaatan teknologi informasi terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi

*ecommerce*. [Sudrajat dan Ompusunggu \(2015\)](#) dan [Nopiana dan Natalia \(2018\)](#) menjelaskan bahwa penggunaan teknologi informasi dalam modernisasi perpajakan yang berbasis *e-system* diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan pajak juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap administrasi perpajakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman teknologi informasi menunjukkan hasil yang berpengaruh positif signifikan terhadap niat kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan pemahaman dan hasil penelitian sebelumnya, maka pemanfaatan teknologi informasi sebagai faktor internal terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *e-commerce*.

### Kesiapan Teknologi Informasi

Kesiapan teknologi informasi mempengaruhi pemanfaatan teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi informasi juga dapat dipengaruhi oleh kesiapan menghadapi perubahan dari lingkungan, proses pengembangan sistem. Perubahan pada bidang teknologi memberikan peluang dalam melaksanakan bisnis digital ([Taryadi, 2016](#)).

### Faktor Eksternal

#### Lingkungan Wajib Pajak

Lingkungan wajib pajak terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *ecommerce*. [Kawengian et al. \(2017\)](#) dan [Dewi et al. \(2017\)](#) menjelaskan lingkungan wajib pajak menunjukkan hasil yang berpengaruh positif signifikan terhadap niat kepatuhan wajib pajak. Dalam perpajakan, lingkungan yang baik adalah lingkungan yang memandang baik pajak dan menghargai arti penting pajak, artinya lingkungan wajib pajak mempengaruhi individu untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Berdasarkan pemahaman dan hasil penelitian sebelumnya, maka lingkungan wajib pajak sebagai faktor eksternal terhadap niat pembayaran pajak atas transaksi *e-commerce*.

### KESIMPULAN

Dalam upaya membantu pemerintah menangani permasalahan tersebut peneliti mengusulkan model penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembayaran pajak pelaku *ecommerce*. Niat pembayaran pajak atas transaksi *ecommerce* dipengaruhi oleh tiga aspek yaitu, tax Gap berupa pengetahuan dan pemahaman perpajakan, pengaruh internal berupa kesadaran wajib pajak, etika, pemanfaatan teknologi informasi yang dipengaruhi oleh kesiapan, serta pengaruh eksternal lingkungan wajib pajak. Pengetahuan dan pemahaman perpajakan juga dipengaruhi oleh kesadaran wajib pajak. Adapun keterbatasan penelitian yaitu, masih menggunakan model konseptual sehingga perlu melakukan penelitian lebih lanjut mengembangkan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembayaran pajak pelaku *ecommerce*. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dapat menguji model dan memverifikasi keabsahan asumsi yang dikembangkan dalam model.

### REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Awaluddin, M., & Sukmawati, S. (2017). Implikasi Theory Of Reasoned Action Dan Etika Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Niat. *Al-Mashrafyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 1(1).
- Basri, Y. M., & Surya, R. A. S. (2014). Pengaruh keadilan, norma ekspektasi, sanksi dan religiusitas terhadap niat dan ketidak patuhan pajak. *Akuntabilitas*, 7(3), 162-176.
- Bppk. (2014). Tax Gap Untuk Mengukur Kinerja Direktorat Jenderal Pajak. Retrieved August 28, 2019, From <https://Bppk.Kemenkeu.Go.Id/Id/Berita-Pajak/12649-Tax-Gap-Untuk-Mengukur-Kinerja-Direktorat-Jenderal-Pajak>
- Creswell, J. W. (2008). Educational Research. *Planning, Conducting, And Evaluating Quantitative And Qualitative Research*. Pearson-Prentice Hall
- Dewi, P. V., Edy Sujana, S. E., & Yasa, I. N. P. (2018). PENGARUH MODERNISASI SISTEM ADMINISTRASI PERPAJAKAN, NIAT MEMBAYAR PAJAK, DAN LINGKUNGAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK HOTEL DAN RESTORAN

- (Studi Empiris Pada Hotel dan Restoran di Kabupaten Bangli). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 8(2)
- Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi e-commerce dan pengaruhnya terhadap kinerja umkm (studi kasus umkm di wilayah kota semarang). *MAKSIMUM: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 8(1), 1-15
- Hardiningsih, P., & Yulianawati, N. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi kemauan membayar pajak. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 3(1), 126-142.
- Hidayat, W., & Nugroho, A. A. (2010). Studi empiris theory of planned behavior dan pengaruh kewajiban moral pada perilaku ketidakpatuhan pajak wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 12(2), 82-93.
- Ibrahim, M., & Mubarak, M. H. (2016). BUDAYA ETIKA, NIAT UNTUK BERTAHAN DALAM ORGANISASI DAN KESESUAIAN INDIVIDU DENGAN ORGANISASI SEBAGAI MEDIATOR (STUDI PADAPT. GARUDA INDONESIA MEDAN). *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (JEMSI)*, 2(1)
- Kawengian, P. V., Sabijono, H., & Budiarmo, N. S. (2017). Pengaruh Lingkungan Wajib Pajak, Kontrol Keperilakuan yang Dipersepsikan dan Kewajiban Moral Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kelurahan Paal Dua Manado. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2).
- Kementerian Keuangan. (2019). Kemenkeu Tarik Pmk E-Commerce. Retrieved May 15, 2019, From <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/kemenkeu-tarik-pmk-e-commerce/>
- Lukman, R. A., & Fajriana, I. Pengaruh Sikap Fiskus, Lingkungan Wajib Pajak, Keadilan Pajak dan Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Membayar Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar Di KPP Pratama Ilir Barat I Palembang)
- Mahaputri, N. N. T., & Noviani, N. (2016). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(3), 2321-2351.
- Mamahit, A. I., & Urumsah, D. (2018). The Comprehensive Model of Whistle-Blowing, Forensic Audit, Audit Investigation, and Fraud Detection. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 1(2), 153-162.
- Maulinda, A., & Lesmana, M. S. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Pengusaha Kena Pajak Badan Pedagang Pengecer Pada Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Timur I. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga (JEBA)*, 25(1).
- Mutia, S. P. T. (2014). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Dan Tingkat Pemahaman Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Padang). *Jurnal Akuntansi*, 2(1).
- Nopiana, P. R., & Natalia, E. Y. (2018). Analisis sosialisasi pajak dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepatuhan pelaporan spt wajib pajak di kepulauan riau. *Jurnal Benefita*, 3(2), 277-290.
- Oktaviani, R. M., & Nurhayati, I. (2017). Determinan kepatuhan wajib pajak badan dengan niat sebagai pemediasi dari perspektif planned behaviour theory. *Prosiding FEB UNTAG Semarang*.
- Pringgandana, K. A., & Suaryana, I. G. N. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak Wpop Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Gianyar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(1), 340-369.
- Putra, A. F. (2017). Pengaruh Etika, Sanksi Pajak, Modernisasi Sistem, Dan Transparansi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 6(1), 1-12.
- Sari, R. P. (2018). Kebijakan perpajakan atas transaksi e-commerce. *Akuntabel*, 15(1), 67-72.
- Setiobudi, E. (2019). Kontroversi Pajak E-Commerce. Retrieved March 10, 2019, From <http://www.stie-tribuana.ac.id/kontroversi-pajak-e-commerce/>
- Sudrajat, A., & Ompusunggu, A. P. (2015). Pemanfaatan teknologi informasi, sosialisasi pajak, pengetahuan perpajakan, dan kepatuhan pajak. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 2(02), 193-202.

- Sugiyono, S. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryani, L., & Yushita, A. N. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Daerah Istimewa Yogyakarta Dengan Niat Mematuhi Pajak Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 5(3)
- Taryadi, T. (2016). Pengukuran Tingkat Kesiapan Adopsi E-Marketplace Bagi Umkm Batik Dengan Model E-Readiness. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 18–19.
- Wahyuni, M., Sulindawati, N. L. G. E., Ak, S. E., & Yasa, I. N. P. (2018). Pengaruh sikap dan niat berperilaku patuh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 8(2).
- Widiastuti, S., & Budi, I. (2016, August). Analisis pengukuran tingkat kesiapan knowledge management: studi kasus pusat pengolahan data dan informasi badan koordinasi penanaman modal. In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.
- Yoeanda, Q., Afifudin, A., & Mawardi, M. C. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPATUHAN WAJIB PAJAK (Studi Kasus Wajib Pajak OP Pelaku e-commerce di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 7(08).