

Digitalisasi Perpajakan: Tantangan, Peluang, dan Dampaknya terhadap Kepercayaan Publik serta Kewajiban Pajak di Tokopedia

Juniarti*✉, Lina Noersanti, Ali Akhmadi, Preztika
Ayu Ardheta, & Siti Nur Auzaini

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta, Indonesia

1

Abstract

This study aims to analyze the effect of digitalization of taxation and public trust in the government on the tax liability of business owners on the Tokopedia platform. The research method used is a quantitative approach with data collection through distributing online questionnaires to business people on Tokopedia. The number of business people sampled was 100 business people. Data processing was carried out using the SmartPLS 4.0 application with the research sampling technique used was purposive sampling and using primary data types. The results showed that: Digitalization of Taxation has a positive effect on the Tax Liability of Business Owners on the Tokopedia Platform. This is indicated by the ease of use of tax digitalization which makes its use more effective and efficient. Public Trust in the Government has a positive effect on the Tax Liability of Business Owners on the Tokopedia Platform. This is indicated by the existence of a high level of trust, which is based on the government system, the legal system, and the utilization of the tax system for the benefit of society.

Keywords: Digitalization of Taxation, Public Trust in Government, Tax Liability

Paper type: Research paper

Received 1/30/2025

Revised 2/5/2025

Accepted 2/5/2025

Online First 2/7/2025

Jurnal Akuntansi STEI
Vol 11, No.1, 2025, 1-12

ISSN 2442-4072

✉ Corresponding:

Juniarti (Email: juniarti@stei.ac.id)



© The Author(s) 2025

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi perpajakan dan kepercayaan publik pada pemerintah terhadap kewajiban pajak pelaku bisnis di platform Tokopedia. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online kepada pelaku bisnis di Tokopedia. Jumlah pelaku bisnis yang menjadi sampel adalah 100 pelaku bisnis. Pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0 dengan teknik pengambilan sampel penelitian yang digunakan adalah purposive sampling dan menggunakan jenis data primer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Digitalisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kewajiban Pajak Pelaku Bisnis di Platform Tokopedia. Hal ini ditunjukkan dengan adanya kemudahan dalam penggunaan digitalisasi perpajakan yang membuat penggunaannya lebih efektif dan efisien. Kepercayaan Publik pada Pemerintah berpengaruh positif terhadap Kewajiban Pajak Pelaku Bisnis di Platform Tokopedia. Hal ini ditunjukkan dengan adanya tingkat kepercayaan yang tinggi, yang didasari oleh sistem pemerintah, sistem hukum, dan pemanfaatan dari sistem pajak bagi kepentingan masyarakat.

Kata Kunci: Digitalisasi Perpajakan, Kepercayaan Publik pada Pemerintah, Kewajiban Pajak

1. Pendahuluan

Di era perkembangan global, Indonesia harus mengantisipasi empat tren pajak utama. Tren tersebut mencakup kompetisi pajak untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan daya saing, peningkatan kontribusi pajak dari konsumsi, upaya pencegahan penghindaran pajak melalui kerja sama dalam pertukaran informasi, serta inovasi dalam administrasi pajak untuk meningkatkan kepatuhan. Dalam Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) Tahun 2021 yang bertujuan untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), baik yang beroperasi secara konvensional maupun melalui e-commerce, pemerintah menetapkan tarif PPh final sebesar 0,5% yang berlaku untuk UMKM. Tarif ini berlaku untuk wajib pajak dengan peredaran bruto tertentu, yaitu di bawah Rp 4,8 miliar dalam satu tahun pajak. UMKM adalah salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM merupakan salah satu pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07 persen atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap lebih kurang 117 juta pekerja atau 97 persen dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,4 persen dari total investasi (data semester I tahun 2021).

Perkembangan teknologi mendorong munculnya sistem perpajakan digital seperti *e-filing*, *e-billing*, dan aplikasi pajak lainnya yang mempermudah pelaporan dan pembayaran pajak. sejauh mana sistem ini efektif untuk memfasilitasi pelaku bisnis di platform e-commerce seperti Tokopedia dalam memenuhi kewajiban pajak mereka. Meski digitalisasi memudahkan proses perpajakan, tidak semua pelaku bisnis (terutama UMKM) memiliki akses atau pemahaman yang cukup mengenai teknologi dan sistem perpajakan digital. Ini dapat menyebabkan kendala dalam pelaporan atau pembayaran pajak yang tepat waktu. Kepercayaan publik pada pemerintah dalam mengelola dana pajak sangat penting. Jika pemerintah tidak dapat menunjukkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana pajak, maka pelaku bisnis mungkin enggan

membayar pajak. Ketidakpercayaan ini akan mempengaruhi perilaku perpajakan pelaku bisnis di platform seperti Tokopedia. Kebijakan pajak yang tidak jelas atau berubah-ubah bisa merusak kepercayaan publik terhadap pemerintah. Platform e-commerce seperti Tokopedia memfasilitasi banyak transaksi bisnis antara penjual dan pembeli. Bagaimana pajak diterapkan pada transaksi online, terutama untuk pelaku usaha kecil yang mungkin belum memiliki pemahaman tentang kewajiban perpajakan mereka.

Menurut penelitian (Anggraini et. al., 2020), digitalisasi sistem perpajakan memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kewajiban pajak di Indonesia. Layanan seperti, pendaftaran wajib pajak pribadi elektronik (eregistration), pengajuan pajak elektronik (e-filling), dan pembayaran elektronik (ebilling) memungkinkan proses perpajakan menjadi lebih efisien, yang pada gilirannya meningkatkan transparansi dan mengurangi biaya kewajiban pajak. Hal ini juga didukung oleh (Tambun & Ananda, 2022) penelitian yang menunjukkan bahwa sistem perpajakan berbasis digital dapat meningkatkan kewajiban perpajakan terhadap wajib pajak. Namun, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ristiyana et.al., 2024) menyatakan bahwa penelitian digitalisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Hal ini dikarenakan sebagian besar wajib pajak merasakan kesulitan dalam melakukan sistem digitalisasi, serta akses dan penggunaan teknologi untuk pendaftaran, pembayaran, dan pelaporan masih rendah.

Selain digitalisasi perpajakan, faktor lain yang dapat dijadikan indikator untuk mengukur sejauh mana wajib pajak menjalankan kewajiban pajaknya adalah kepercayaan publik pada pemerintah. *Social trust* secara umum dapat diartikan kepercayaan terhadap orang yang di dalam bermasyarakat tidak memiliki keakraban secara personal (Vallier, 2019). Kepercayaan ini mencakup berbagai aspek, termasuk persepsi masyarakat terhadap kredibilitas pemerintah dalam mengelola kebijakan, integritas dalam menegakkan hukum, transparansi dan akuntabilitas penggunaan dana publik, serta komitmen dalam menyediakan layanan publik yang sesuai dengan harapan.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh digitalisasi perpajakan terhadap kewajiban pajak dan pengaruh kepercayaan publik pada pemerintah terhadap kewajiban pajak pelaku bisnis di platform Tokopedia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Platform e-commerce dan juga dapat memberikan informasi yang berguna bagi pelaku bisnis platform e-commerce serta pemerintah sebagai pemangku kebijakan dapat menjadikan bahan evaluasi pelaksanaan kebijakan selama ini diterapkan dalam masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian di bidang yang sama.

2. Teori dan Hipotesis

2.1. Landasan Teoritis

Theory of Planned Behavior

Teori Perilaku Terencana atau Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991. Teori TPB dikembangkan sebagai kerangka berpikir konseptual untuk menjelaskan faktor apa saja yang melatarbelakangi seseorang dalam memutuskan untuk berperilaku. Teori TPB menerangkan bahwa perilaku yang ditampilkan oleh individu timbul karena adanya niat untuk berperilaku. Niat adalah suatu dorongan dari tindakan dan perilaku sehingga dapat memprediksi apa yang akan dilakukan nantinya

Teori Atribusi

Teori atribusi adalah teori yang dikembangkan oleh Heider pada tahun 1958. Teori ini mengatur bagaimana individu membuat penilaian atau kesimpulan mengenai penyebab perilaku atau peristiwa. Teori ini membagi atribusi menjadi dua kategori utama yaitu, atribusi internal (disposisional) dan atribusi eksternal (situasional). Atribusi internal merujuk pada penyebab yang berasal dari karakteristik individu, seperti psikologis wajib pajak dalam membayar pajak, sedangkan atribusi eksternal berkaitan dengan faktor-faktor di luar individu, seperti kondisi lingkungan dan kebijakan pemerintah.

Compliance Theory

Teori kepatuhan (compliance theory) merupakan teori yang menjelaskan suatu kondisi individu taat terhadap perintah atau aturan yang diberikan. Menurut pengutaraan Kelman pada tahun 1958, kepatuhan (compliance) merupakan suatu ketaatan yang berdasar pada harapan kepada suatu timbal balik dan upaya untuk menghindari dari sanksi yang akan didapatkan jika ketaatan itu tidak dijalankan.

Digitalisasi Perpajakan

Digitalisasi perpajakan merupakan penerapan teknologi informasi dalam proses pendaftaran, pelaporan, dan pembayaran pajak. Digitalisasi bertujuan untuk mempermudah wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan mereka serta meningkatkan efisiensi dan akurasi dari pihak pemerintah dalam memonitor transaksi. Digitalisasi perpajakan memungkinkan pemerintah untuk lebih baik dalam memantau transaksi di platform e-commerce. Hal ini sejalan dengan upaya untuk meningkatkan keterbukaan dan transparansi dalam digitalisasi perpajakan. Pelaku bisnis di Tokopedia, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar kedua di Indonesia, berpotensi memperoleh manfaat dari digitalisasi perpajakan karena sistem yang lebih sederhana dan efisien, serta adanya integrasi antara platform ecommerce dan sistem perpajakan pemerintah. Namun, tingkat keberhasilan digitalisasi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan sangat bergantung pada adopsi teknologi oleh pelaku usaha dan kepercayaan mereka terhadap keamanan serta keandalan sistem tersebut.

Kepercayaan Publik pada Pemerintah

Kepercayaan Publik pada Pemerintah Dalam konteks kepercayaan publik, teori yang mendukung variabel ini salah satunya adalah teori kepercayaan sosial (social trust theory). Teori ini menyatakan bahwa kepercayaan publik terhadap pemerintah sangat dipengaruhi oleh persepsi masyarakat terhadap integritas, kompetensi, dan niat baik pemerintah. Menurut Arismayani et al. (2017) kepercayaan yang dimiliki Wajib Pajak terhadap pemerintahan dan hukum akan mendorong Wajib Pajak patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Kepercayaan publik terhadap pemerintah sangat penting dalam sistem perpajakan, karena masyarakat lebih cenderung mematuhi aturan pajak jika mereka mempercayai bahwa pemerintah akan menggunakan dana pajak secara bertanggung jawab dan transparan. Kepercayaan terhadap pemerintah akan terbangun ketika ada rasa saling percaya antara pemerintah dan rakyat, di mana pemerintah menaruh kepercayaan pada rakyat, dan begitu pula sebaliknya. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan sebagai wujud harapan wajib pajak kepada pemerintah atau aparat pajak bahwa pajak telah dikelola dengan baik secara transparan dan bertanggungjawab penuh serta menjalankan biaya pungutan pajak untuk membiayai pengeluaran rutin pemerintah dan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan norma dan nilai yang

Kewajiban Pajak

Wajib pajak adalah setiap orang yang terlibat dalam aktivitas perpajakan termasuk pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak. Karena disebut sebagai wajib pajak, seseorang memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Hak dan kewajiban inilah yang dilindungi oleh pemerintah melalui undang-undang. Kewajiban wajib pajak antara lain seperti memiliki NPWP, membayar, memotong, dan melaporkan pajak, kooperatif pada saat mengikuti pemeriksaan pajak, dan lain sebagainya. Sedangkan hak wajib pajak di antaranya hak atas kelebihan pembayaran pajak, hak untuk dijaga kerahasiaan identitasnya, hak untuk mengangsur dan menunda pembayaran dengan melaporkan alasannya serta hak untuk dibebaskan dari kewajiban perpajakan. Menurut Undang-Undang Perpajakan tahun Nomor 6 tahun 1983 yang diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, 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.

Sistem self-assessment memungkinkan wajib pajak untuk secara mandiri menentukan jumlah pajak yang harus dibayar. Kewajiban pajak dalam e-commerce memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan bisnis konvensional. Dalam e-commerce, transaksi seringkali lebih sulit untuk dilacak karena sifat digital dari transaksi itu sendiri. Penelitian oleh (Rizal et.al., 2023) menemukan bahwa banyak pelaku usaha di e-commerce, khususnya di platform seperti Tokopedia, masih memiliki pengetahuan yang terbatas tentang aturan pajak yang berlaku, yang berpotensi mengakibatkan ketidakpatuhan pajak. Selain itu, studi lain oleh (Raspati et.al., 2024) menyatakan bahwa platform e-commerce seperti Tokopedia telah memfasilitasi pelaporan pajak dengan menyediakan sistem integrasi antara platform mereka dengan Direktorat Jenderal Pajak. Namun pelaku bisnis masih memerlukan edukasi dan sosialisasi lebih lanjut agar mereka memahami manfaat dan pentingnya melaporkan pajak secara tepat.

2.2. Pengembangan Hipotesis

Digitalisasi Perpajakan Terhadap Kewajiban Pajak e-commerce

Digitalisasi perpajakan mencakup berbagai sistem perpajakan elektronik seperti e-registration, e-billing, e-filing. Transformasi perpajakan ke sistem digital diharapkan dapat memudahkan wajib pajak dalam melakukan kewajibannya dan mengurangi kesalahan dalam pelaporan dan pembayaran pajak. Menurut penelitian (Amri et.al., 2024) digitalisasi perpajakan secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan kepatuhan pajak di Indonesia karena menjadikan proses perpajakan lebih efisien. Dengan digitalisasi, transparansi meningkat, serta biaya terkait kewajiban pajak menjadi lebih rendah. Dalam hal ini digitalisasi perpajakan yang lebih sederhana dan terstruktur dapat mendorong pelaku bisnis e-commerce untuk lebih mematuhi aturan perpajakan. Berdasarkan uraian di atas, maka diambil satu hipotesis yaitu:

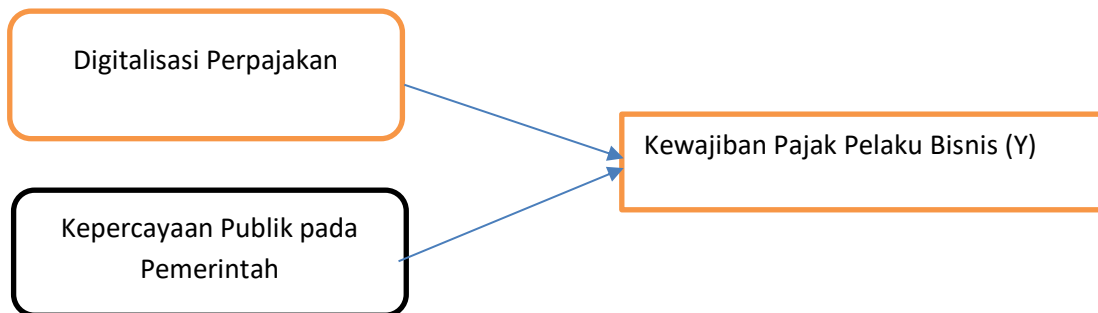
H1 = Digitalisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kewajiban Pajak Pelaku Bisnis di Platform Tokopedia.

Kepercayaan Publik pada Pemerintah terhadap Kewajiban Pajak Pelaku Bisnis e-commerce

Kepercayaan publik terhadap transparansi, akuntabilitas, dan kebijakan pemerintah sangat berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pajak. Jika masyarakat percaya bahwa pajak dikelola dengan baik dan pemerintah bertanggung jawab, kewajiban mereka dalam membayar pajak akan cenderung meningkat. Menurut (Sari et.al., 2022), kepercayaan

individu terhadap pemerintah mencerminkan penerimaan atas otoritas yang berkuasa, termasuk persepsi tentang tindakan, sikap, dan moralitas pemerintah dalam mendukung kepentingan masyarakat. Hal ini mempengaruhi kepatuhan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan dan pelaksanaan kewajiban perpajakan mereka. Penelitian yang dilakukan oleh (Karwur et.al., 2020) dan (Khairunnisa et.al., 2022) menyatakan bahwa kepercayaan yang tinggi terhadap pemerintah berpengaruh positif terhadap kewajiban pajak. Dengan demikian, kepercayaan terhadap pemerintah memiliki potensi untuk memengaruhi kewajiban pajak. Berdasarkan uraian di atas, maka diambil satu hipotesis yaitu:

H2 = Kepercayaan Publik pada Pemerintah berpengaruh positif terhadap Kewajiban Pajak Pelaku Bisnis di Platform Tokopedia.



Gambar 1. Kerangka Konsuptual

3. Metodologi

3.1. Prosedur sampel

Desain penelitian pada kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif para pelaku e-commerce, yaitu penjual atau seller yang berjualan di platform Tokopedia. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel penelitian yang digunakan adalah purposive sampling. Teknik ini memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

- Pelaku bisnis yang memasarkan dan menjual produknya melalui platform Tokopedia.
- Pelaku bisnis yang memiliki pendapatan di bawah Rp 4,8 miliar.
- Pelaku bisnis yang memiliki NPWP.

Untuk dapat menentukan besarnya sampel yang diambil, penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, dikarenakan populasi penelitian yang terlalu besar dengan jumlah yang bervariasi.

3.2. Pengukuran variable (operasionalisasi)

Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah kewajiban pajak pelaku bisnis, sementara variabel independen terdiri dari digitalisasi perpajakan dan kepercayaan publik pada pemerintah. Variabel-variabel independen tersebut berperan dalam mempengaruhi tingkat kewajiban pajak di sektor ecommerce. Untuk mengukur variabel-variabel tersebut, peneliti akan menggunakan skala Likert 1-5, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Setiap pernyataan dalam kuesioner dilengkapi dengan skor untuk setiap pilihan jawaban.

3.3. Teknik analisis data

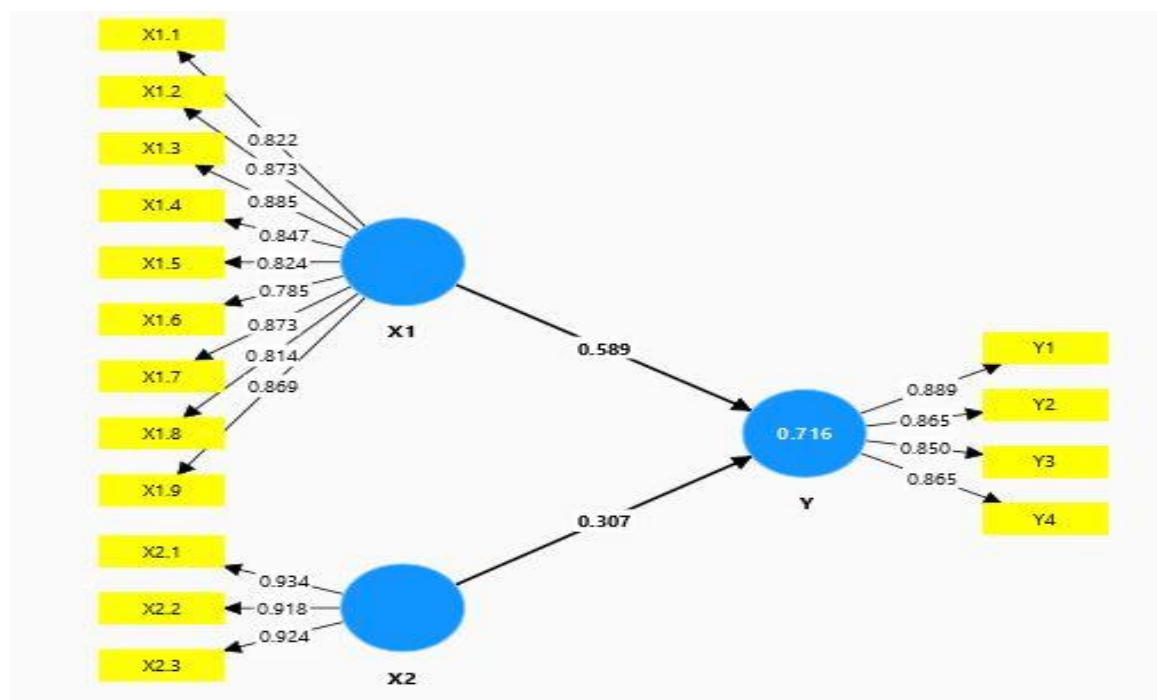
Penelitian ini menggunakan teknik analisis Partial Least Square (PLS), karena tidak didasarkan oleh banyak asumsi. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan software SmartPLS versi 4.0. Teknik analisis menggunakan SEMPLS (Partial Least Square Structural Equation Model) terdiri dari dua model pengujian yaitu model struktural (Inner Model) dan model pengukuran (Outer Model) (Muvidah & Andriani, 2022).

4. Hasil dan diskusi

4.1. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis berdasarkan hasil perhitungan statistik. Hipotesis konseptual yang diajukan adalah adanya pengaruh antara Digitalisasi Perpajakan dan Kepercayaan Publik pada Pemerintah terhadap Kewajiban Pajak. Dalam pendekatan Partial Least Square terdapat dua jenis model yaitu, model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model). Model Pengukuran menjelaskan proposi varian setiap variabel manifes (indikator) yang dapat dijelaskan dalam variabel laten.

Berikut disajikan skema model program PLS yang akan diuji dalam penelitian ini:



Gambar 2. Diagram Model Jalur Lengkap

Gambar di atas memberikan informasi mengenai nilai outer loading untuk setiap variabel manifes dari digitalisasi perpajakan. Nilai outer loading tertinggi adalah sebesar 0,885 pada variabel manifes X1.3, urutan kedua dan ketiga memiliki nilai outer loading yang sama sebesar 0,873 pada variabel manifes X1.2 dan X1.7, urutan keempat dengan nilai outer loading sebesar 0,869 pada variabel manifes X1.9, urutan kelima dengan nilai outer loading sebesar 0,847 pada variabel manifest X1.4, urutan keenam memiliki nilai outer loading sebesar 0,824 pada variabel manifes X1.5, urutan ketujuh dengan nilai outer

loading sebesar 0,822 pada variabel manifes X1.1, urutan kedelapan mempunyai nilai outer loading sebesar 0,814 pada variabel manifes X1.8, dan urutan kesembilan dengan nilai outer loading terendah adalah sebesar 0,785 pada variabel manifes X1.6.

Kesembilan variabel manifes tersebut mempunyai hubungan positif terhadap digitalisasi perpajakan dan outer loading untuk 9 variabel manifes lebih dari 0,7 sehingga bisa dikatakan valid. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan kesembilan variabel manifes tersebut dinyatakan mampu mengukur variabel digitalisasi perpajakan secara tepat

4.2. Pengujian Hipotesis

Dalam menggunakan software smarPLS 4.0, pengujian statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan sampel. Dalam hal ini dilakukan metode bootstrapping terhadap sampel. Pengujian ini dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output path coefficients. Hasil pengujian dengan software smarPLS 4.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0,589	0,588	0,094	6,284	0,000
X2 -> Y	0,307	0,305	0,092	3,347	0,001

Analisis di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Digitalisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kewajiban Pajak Pelaku Bisnis. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan dengan kewajiban pajak pelaku bisnis menunjukkan nilai 0,589 (positif) dan T-Statistik sebesar 6,284 di mana nilai tersebut lebih besar dibanding T-Tabel (1,960). Hasil ini menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan memiliki pengaruh terhadap kewajiban pajak yang berarti sesuai dengan hipotesis pertama dan dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 diterima.

Kepercayaan Publik pada Pemerintah berpengaruh positif terhadap Kewajiban Pajak Pelaku Bisnis. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa kepercayaan publik pada pemerintah dengan kewajiban pajak pelaku bisnis menunjukkan nilai 0,307 (positif) dan T-Statistik sebesar 3,347 di mana nilai tersebut lebih besar dibanding T-Tabel (1,960). Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan publik pada pemerintah memiliki pengaruh terhadap kewajiban pajak yang berarti sesuai dengan hipotesis kedua dan dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 2 diterima.

4.3. Pembahasan

1) Pengaruh Digitalisasi Perpajakan Terhadap Kewajiban Pajak Pelaku Bisnis

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa

secara parsial terdapat pengaruh antara digitalisasi perpajakan terhadap kewajiban pajak pelaku bisnis. Proses digitalisasi yang mencakup penerapan teknologi seperti e-registration, e-filing, dan e-billing telah memberikan kemudahan akses bagi pelaku bisnis untuk mendaftarkan diri, melaporkan pajak, dan melakukan kewajiban pembayaran pajak. Digitalisasi memungkinkan wajib pajak untuk mengakses layanan pajak kapan saja dan di mana saja, mengurangi hambatan teknis dan mempercepat proses administrasi. Dalam konteks ini, kemudahan dan efisiensi sistem perpajakan digital meningkatkan kontrol perilaku wajib pajak (control belief) dan memperkuat niat mereka untuk memenuhi kewajiban pajak.

Pada sisi lain, keberhasilan digitalisasi perpajakan juga bergantung pada atribusi yang dibuat oleh wajib pajak terhadap sistem tersebut. Berdasarkan teori atribusi, faktor eksternal seperti keandalan teknologi dan dukungan pemerintah memainkan peran penting dalam mendorong kepatuhan pajak. Ketika wajib pajak melihat bahwa sistem digital memberikan manfaat nyata, seperti transparansi dan penghematan waktu, mereka lebih mungkin mengaitkan kepatuhan pajak dengan efisiensi sistem, bukan dengan tekanan eksternal. Sebaliknya, jika sistem dianggap rumit atau tidak dapat diandalkan, atribusi negatif dapat mengurangi motivasi wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakan.

Digitalisasi perpajakan juga memberikan kontribusi besar dalam mengurangi biaya kepatuhan pajak (compliance costs), yang sebelumnya sering menjadi penghambat bagi pelaku bisnis kecil dan menengah. Dengan penggunaan digital, seperti e-registration, e-filing, dan e-billing yang memungkinkan wajib pajak melakukan kewajibannya secara elektronik, pelaku bisnis tidak lagi harus menghabiskan waktu dan sumber daya untuk mengurus pajak secara manual. Sesuai dengan teori kepatuhan (Compliance Theory), transparansi dan akuntabilitas sistem perpajakan merupakan faktor yang dapat meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak secara sukarela.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amri et.al., (2024) dan Anggraini et.al., (2020) yang menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan kewajiban pajak di Indonesia karena menjadikan proses perpajakan lebih efisien sehingga dapat meningkatkan transparansi dan mengurangi biaya kewajiban pajak.

2) Pengaruh Kepercayaan Publik pada Pemerintah terhadap Kewajiban Pajak Pelaku Bisnis

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa secara parsial terdapat pengaruh antara kepercayaan publik pada pemerintah terhadap kewajiban pajak pelaku bisnis. Kepercayaan ini mencakup persepsi terhadap integritas, transparansi, dan kemampuan pemerintah dalam mengelola dana pajak untuk kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan teori perilaku terencana, kepercayaan publik dapat memengaruhi norma subjektif yang mendorong individu untuk bertindak sesuai dengan harapan sosial. Ketika pelaku bisnis merasa bahwa pemerintah bertindak sesuai dengan kepentingan masyarakat, mereka akan lebih terdorong untuk mematuhi kewajiban pajak sebagai bentuk kontribusi terhadap pembangunan nasional.

Teori atribusi juga relevan dalam menjelaskan hubungan antara kepercayaan publik dan kepatuhan pajak. Wajib pajak cenderung membuat atribusi positif terhadap pemerintah yang transparan dan akuntabel, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka terhadap sistem perpajakan. Sebaliknya, jika mereka merasa bahwa dana pajak disalahgunakan atau pemerintah tidak bertindak adil, maka atribusi negatif akan memengaruhi tingkat kepatuhan mereka. Kepercayaan yang rendah terhadap

pemerintah sering kali dikaitkan dengan rendahnya tingkat kepatuhan pajak, terutama di sektor e-commerce yang memiliki karakteristik transaksi yang sulit diawasi secara langsung.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa kepercayaan publik pada pemerintah memiliki korelasi langsung dengan persepsi keadilan perpajakan. Sesuai dengan teori kepatuhan, pelaku bisnis yang merasa bahwa sistem perpajakan dikelola secara adil dan transparan akan lebih termotivasi untuk mematuhi aturan perpajakan tanpa paksaan. Transparansi dalam alokasi dana pajak, misalnya, dapat memperkuat persepsi bahwa pemerintah bertindak untuk kepentingan masyarakat. Dalam konteks ini, pemerintah perlu memastikan bahwa kebijakan perpajakan, khususnya yang berkaitan dengan sektor e-commerce, dirancang dan diimplementasikan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan tantangan unik yang dihadapi oleh pelaku bisnis di platform seperti Tokopedia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Karwur et.al., (2020) dan Khairunnisa et.al., (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan yang tinggi terhadap pemerintah berpengaruh positif terhadap kewajiban pajak.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kewajiban pajak pelaku bisnis di platform Tokopedia. Digitalisasi menawarkan berbagai peluang dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akurasi dalam pengumpulan pajak. Sistem perpajakan berbasis teknologi mampu mempercepat proses administrasi, mengurangi potensi kebocoran pajak, serta mempermudah wajib pajak dalam memenuhi kewajiban mereka. Selain itu, kepercayaan publik terhadap pemerintah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak pelaku bisnis di Tokopedia. Dengan akses yang lebih mudah terhadap informasi perpajakan, masyarakat dapat lebih aktif dalam memantau dan memahami sistem perpajakan, sehingga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pemerintah.

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya dilakukan di salah satu daerah di ibu kota, sehingga belum mencerminkan kondisi di wilayah lain, terutama daerah terpencil yang masih menghadapi kesenjangan digital. Hal ini dapat menjadi hambatan bagi wajib pajak dalam mengakses sistem perpajakan digital. Kedua, penelitian ini tidak membahas secara mendalam aspek keamanan data dan perlindungan privasi, yang merupakan tantangan penting dalam penerapan digitalisasi perpajakan. Keterbatasan ini disebabkan oleh faktor waktu dan keterbatasan finansial dalam pelaksanaan penelitian.

Referensi

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Amri, A., Mubin, P., Dahlia, & Selong, A. (2024). Pengaruh digitalisasi pelayanan, insentif dan manfaat pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada kantor Bapenda Kota Makassar. *YUME: Journal of Management*, 7(1), 616–632. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/6419>
- Anggraini, N., et al. (2020). Pajak dalam pelaporan SPT Masa PPN pada Kantor Pelayanan

- Pajak (KPP). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*.
- Arismayani, I. N. L., Yuniarta, I. G. A., & Yasa, I. N. P. (2017). Pengaruh modernisasi sistem administrasi perpajakan, motivasi wajib pajak, dan tingkat kepercayaan pada pemerintah dan hukum terhadap kepatuhan wajib pajak. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(2). <http://dx.doi.org/10.23887/jimat.v8i2.13185>
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York.
- Karwur, J. M., Sondakh, J. J., & Kalangi, L. (2020). Pengaruh sikap terhadap perilaku, norma subyektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan dan kepercayaan pada pemerintah terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi dengan niat sebagai variabel intervening (Survey pada KPP Pratama Manado). *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing "GOODWILL"*, 11(2), 113–130.
- Kelman, H. C. (1958). *Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change*.
- Khairunnisa, A., Maryasih, L., & Nuraini, A. (2022). The effect of tax incentives, trust in tax authorities, and fiscus services quality on MSME taxpayer compliance during Covid-19 pandemic. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 15668–15680. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5473>
- Muvidah, A. R., & Andriani, S. (2022). Pengaruh pengetahuan dan digitalisasi perpajakan terhadap voluntary tax compliance di mediasi kepercayaan pada industri kecil menengah Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(11), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Raspati, B., Ningsih, V. K., Syalikha, S., & Nurcahya, W. F. (2024). Kontribusi fintech terhadap penerimaan dan kepatuhan pajak di Indonesia. *Journal of Macroeconomics and Social Development*, 1(4), 1–14.
- Ristiyan, R., Atichasari, A. S., & Indriani, R. (2024). Pengaruh insentif, digitalisasi dan relawan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kualitas pelayanan sebagai variabel moderasi. *Owner*, 8(2), 1339–1349.
- Rizal, A., Batu, R. L., Madjid, S., & Universitas Singaperbangsa Karawang Abstract. (2023). Analisis kesadaran wajib pajak dalam kepatuhan pembayaran pajak UMKM Jawa Barat pada pengguna platform e-commerce. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(11), 564–583.
- Sari, E. P., Gunawan, Y., & Elvina, E. (2022). Pengaruh kepercayaan kepada pemerintah, kebijakan insentif dan manfaat pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 712–732.
- Tambun, S., & Ananda, N. A. (2022). Pengaruh kewajiban moral dan digitalisasi layanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nasionalisme sebagai pemoderasi. *Owner*, 6(3), 3158–3168.
- Vallier, K. (2019). *Social and political trust: Concepts, causes, and consequences*. www.niskanencenter.org
- Zuada, L. H., Samada, M. A., & Aisyah, N. (2019). Kajian tingkat kepercayaan publik terhadap Dewan Perwakilan Daerah Provinsi Sulawesi Tenggara. *Journal of Public Administration and Government*. Palu: Universitas Tadulako.