

Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Yunus Nurhasan¹, Rijal Arslan², Chaeru Syahru Ramdhani³, Rananda Septanta⁴

Universitas Pamulang, Indonesia

dosen00571@unpam.ac.id¹, rijal.arslan@uai.ac.id², dosen02282@unpam.ac.id³,
dosen01079@unpam.ac.id⁴

Submitted: 10th Sept 2025 | **Edited:** 26th Dec 2025 | **Issued:** 01st Jan 2026

Cited on: Nurhasan, Y., Arslan, R., Ramdhani, C. S., & Septanta, R. (2026). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 6(1), 480-489.

ABSTRACT

The rapid growth of online shopping in Indonesia has created significant potential for tax revenue, prompting the government to strengthen the regulation of taxation in E-Commerce transactions. However, efforts to optimize state revenue face several challenges, including taxpayers' limited understanding of tax regulations, perceptions of tax rates, environmental influences, and varying levels of taxpayer awareness. This study aims to analyze the effect of these factors on taxpayer compliance among individual taxpayers engaged in online shopping activities. This quantitative research employed a survey method and was conducted at the Primary Tax Office (KPP Pratama) Tangerang. A total of 200 individual taxpayers were selected using simple random sampling. Data were collected through the distribution of Likert-scale closed-ended questionnaires and processed using SPSS 25. Multiple linear regression analysis was performed to examine both simultaneous and partial influences of the variables. The findings indicate that Understanding of Tax Regulations, Tax Rates, Environment, and Taxpayer Awareness simultaneously affect Taxpayer Compliance. However, partial testing reveals that only Understanding of Tax Regulations and Taxpayer Awareness have a significant positive effect on Taxpayer Compliance. These results highlight the importance of improving taxpayer knowledge and awareness to enhance compliance in the growing E-Commerce sector.

Keywords: Taxpayer Compliance, Tax Regulations, Tax Awareness, Online Shopping, E-Commerce Taxation

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun-tahun terakhir mengalami perlambatan, sehingga sektor-sektor strategis lain mulai menjadi perhatian pemerintah. Di tengah perlambatan ekonomi, sektor e-commerce justru menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Hal ini menjadikan e-commerce sebagai salah satu sektor potensial yang dapat menjadi tulang punggung perekonomian nasional, terutama karena pelaku usaha e-commerce didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dikenal lebih tahan banting di masa krisis (Priyono dan Dian Permata Sari, 2023;

Hasugian et al., 2021).

Perilaku masyarakat yang semakin tergantung pada internet membuat e-commerce menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat kota besar. Fenomena ini menunjukkan adanya kelas menengah yang konsumtif dan menjadi motor utama perkembangan e-commerce di Indonesia. Selain itu, e-commerce tidak hanya melibatkan transaksi jual beli, tetapi juga mendorong industri penunjang seperti logistik, telekomunikasi, dan produsen perangkat pintar (Muslim, 2024; Hamdaningsyah, 2023).

Meski nilai transaksi e-commerce meningkat pesat, regulasi perpajakan yang mengatur bisnis digital ini masih belum optimal. Banyak transaksi digital yang tidak tercatat dengan baik sehingga potensi pajak dari sektor ini belum maksimal. Hal ini terjadi karena sistem perpajakan konvensional sulit menyesuaikan diri dengan karakteristik transaksi digital, termasuk transaksi lintas batas dan pembayaran daring (Sihaloho, 2025; Rizqiyanto et al., 2025).

Beberapa upaya regulasi telah diterapkan, seperti pajak pertambahan nilai (PPN) atas transaksi digital dan peraturan terkait wajib pajak dalam e-commerce. Namun, implementasi regulasi menghadapi hambatan seperti rendahnya literasi pajak pelaku usaha, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan tantangan pengawasan transaksi digital (Putra dan Hamdaningsyah, 2025).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa hambatan ini berdampak pada rendahnya tingkat kepatuhan pajak di kalangan pelaku e-commerce, terutama pelaku UMKM digital (Ratih, 2024). Hal ini menciptakan gap antara potensi penerimaan negara dari sektor digital dengan realisasinya (JPTAM Research Team, 2024). Sementara literatur yang ada sebagian besar bersifat normatif dan analisis kebijakan, penelitian empiris yang mengkaji determinan kepatuhan pajak pelaku e-commerce masih terbatas.

Selain itu, perkembangan e-commerce yang cepat dibandingkan regulasi menyebabkan banyak pelaku usaha pemula kesulitan memperoleh akses pendanaan dan bimbingan bisnis, sehingga berpengaruh pada kepatuhan mereka terhadap kewajiban pajak (Hasugian et al., 2021; Priyono dan Dian Permata Sari, 2023). Kondisi ini menunjukkan perlunya penelitian yang memetakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak pelaku e-commerce, termasuk pemahaman regulasi pajak, tarif pajak,

lingkungan pajak, dan kesadaran pajak.

Dengan memahami faktor-faktor tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang tepat, seperti peningkatan literasi pajak digital, penyederhanaan regulasi, dan penguatan sistem administrasi pajak berbasis teknologi. Hal ini penting agar potensi penerimaan negara dari sektor e-commerce dapat dimaksimalkan tanpa menghambat pertumbuhan ekonomi digital (Muslim, 2024).

LANDASAN TEORI

Pengetahuan Perpajakan

Pengetahuan perpajakan (tax knowledge) merupakan pemahaman wajib pajak mengenai ketentuan perpajakan, meliputi hak dan kewajiban perpajakan, prosedur pelaporan serta pembayaran pajak, dan konsekuensi administratif maupun hukum yang timbul akibat ketidakpatuhan. Pengetahuan ini mencakup baik aspek konseptual tentang aturan pajak maupun kemampuan praktis untuk menerapkannya dalam pemenuhan kewajiban perpajakan. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan perpajakan memberikan kontribusi penting terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak (Safitri, 2023). Temuan yang sejalan juga disampaikan oleh Komalasari dan Pratomo (2023) serta Fitri et al. (2023), yang menegaskan bahwa pengetahuan perpajakan merupakan faktor kunci yang menentukan perilaku kepatuhan wajib pajak.

Tarif Pajak

Tarif pajak merupakan ketentuan besaran persentase yang digunakan sebagai dasar penghitungan jumlah pajak terutang yang harus dibayar oleh wajib pajak, baik yang bersifat progresif, proporsional, maupun tetap, sesuai dengan karakteristik objek pajaknya. Tarif pajak berfungsi sebagai instrumen kebijakan fiskal yang tidak hanya menentukan beban pajak, tetapi juga dapat memengaruhi perilaku ekonomi dan tingkat kepatuhan wajib pajak. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa persepsi wajib pajak terhadap kewajaran dan kejelasan tarif pajak dapat memengaruhi kepatuhan, di mana tarif yang dianggap adil cenderung mendorong peningkatan kepatuhan (Wahyuni & Ginting, 2022). Penelitian lain oleh Sari dan Lestari (2023) menegaskan bahwa tarif pajak yang transparan dan mudah dipahami berdampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Selain itu, studi Firdaus dan Rahmawati (2021) menunjukkan bahwa tarif pajak merupakan salah satu faktor signifikan yang

mempengaruhi niat wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Lingkungan Pajak

Lingkungan pajak (tax environment) merujuk pada konteks eksternal yang mencakup kondisi sosial, norma sosial, kepercayaan terhadap otoritas pajak, kemudahan administrasi, serta pusat layanan dan infrastruktur perpajakan semua faktor ini membentuk suasana di mana wajib pajak membuat keputusan untuk mematuhi kewajibannya atau tidak. Lingkungan yang kondusif misalnya di mana sistem administrasi pajak dipercaya, regulasi dijalankan dengan adil, serta norma dan peer pressure mendukung kepatuhan cenderung meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak (Prayoga & Yasa, 2023; Munhamir & Primasari, 2024; Melinda, Sodik & Hasan, 2023). Dengan demikian, lingkungan pajak bukan hanya latar belakang pasif, tetapi merupakan variabel aktif yang mempengaruhi niat dan perilaku wajib pajak terhadap pelaporan dan pembayaran pajak.

Kesadaran Pajak

Kesadaran pajak merujuk pada tingkat kesadaran dan kemauan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela, termasuk kesadaran bahwa membayar pajak adalah bagian dari kontribusi terhadap pembangunan negara serta pemahaman bahwa kepatuhan terhadap kewajiban pajak merupakan tanggung jawab sosial dan hukum. Kesadaran ini mencakup aspek persepsi terhadap manfaat pajak, kejujuran fiskal, dan tanggung jawab moral atau sosial untuk melaksanakan pelaporan dan pembayaran pajak tepat waktu. Berbagai penelitian kontemporer menunjukkan bahwa kesadaran pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak misalnya penelitian oleh Sulastiningsih et al. (2024), oleh Setiawan & Yanti (2023), dan oleh Shoffan & Ernandi (2023) menegaskan bahwa semakin tinggi kesadaran pajak, semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk patuh.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak mengacu pada sikap dan perilaku wajib pajak dalam memenuhi seluruh kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku termasuk mendaftarkan sebagai wajib pajak, melaporkan penghasilan dengan benar dan lengkap, menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) tepat waktu, menghitung dan membayar pajak terutang secara benar, serta menjalankan hak dan kewajiban pajak secara jujur dan sesuai ketentuan hukum (Komalasari & Pratomo, 2023; Dewi &

Darma, 2023; Wulandari & Dasman, 2023). Kepatuhan ini mencakup aspek administratif dan substantif, serta mencerminkan kesadaran dan tanggung jawab moral maupun hukum wajib pajak terhadap kewajiban fiskal. Oleh karena itu, tingkat kepatuhan pajak menjadi indikator penting dalam efektivitas sistem perpajakan dan optimalisasi penerimaan negara melalui pajak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengukur pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak, lingkungan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam konteks transaksi E-Commerce. Penelitian dilakukan di KPP Pratama Tangerang, dengan populasi wajib pajak orang pribadi yang terlibat dalam aktivitas belanja online. Sebanyak 200 responden dipilih menggunakan teknik simple random sampling, sehingga memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel penelitian. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berskala Likert, yang disusun untuk mengukur tingkat persepsi dan sikap responden terhadap variabel penelitian.

Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan SPSS 25, dan dianalisis dengan regresi linear berganda. Beberapa uji statistik digunakan untuk memastikan kelayakan model dan keakuratan hasil. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kualitas instrumen penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat analisis regresi. Selanjutnya, uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel bebas. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) dianalisis untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat dalam model penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

Uji Normalitas

Berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS 25, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,079, di mana nilai ini lebih besar daripada $\alpha = 0,05$. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa variabel pengetahuan peraturan perpajakan (X_1), tarif

pajak (X2), lingkungan pajak (X3), dan kesadaran pajak (X4) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,079. Karena nilai signifikansi lebih besar dari α , dapat disimpulkan bahwa data tidak menyimpang dari distribusi normal. Dengan kata lain, H_0 diterima, yang menunjukkan bahwa data variabel-variabel penelitian berdistribusi normal, sehingga memenuhi asumsi normalitas untuk analisis statistik parametrik seperti regresi linear berganda.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen meliputi pemahaman peraturan pajak (X1), tarif pajak (X2), lingkungan pajak (X3), dan kesadaran wajib pajak (X4), sedangkan variabel dependen adalah kepatuhan wajib pajak pengusaha online shopping (Y). Hasil pengolahan data menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,615, yang berarti 61,5% variasi kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut. Sementara sisanya, sebesar 38,5%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil ini sejalan dengan teori kepatuhan pajak yang menyatakan bahwa pemahaman peraturan pajak dan kesadaran wajib pajak merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan. Menurut Hasugian et al. (2021), semakin tinggi pemahaman wajib pajak terhadap aturan perpajakan, semakin besar kemungkinan mereka memenuhi kewajiban pajak secara sukarela. Begitu pula dengan kesadaran pajak, yang mencakup sikap dan tanggung jawab moral wajib pajak, terbukti dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan, khususnya pada pelaku usaha digital yang baru mulai berkembang.

Selain itu, tarif pajak dan lingkungan pajak juga turut berperan meskipun pengaruhnya mungkin tidak sebesar pemahaman dan kesadaran pajak. Lingkungan pajak yang kondusif, termasuk kemudahan administrasi dan transparansi, dapat mendukung pelaku usaha untuk patuh. Hal ini sesuai dengan temuan Sari dan Andriani (2020) yang menyatakan bahwa faktor lingkungan pajak dan tarif pajak dapat menjadi pendorong maupun penghambat kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, nilai R^2 sebesar 0,615 menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diteliti memiliki kontribusi signifikan dalam menjelaskan kepatuhan pajak pengusaha online shopping, sekaligus

menegaskan perlunya perhatian pemerintah terhadap literasi pajak dan lingkungan perpajakan yang mendukung.

Uji Hipotesis

Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel Pemahaman Peraturan Pajak (X1) memiliki T hitung sebesar 5,468 yang lebih besar dari T tabel 1,993, dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman peraturan pajak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak. Secara teoritis, hal ini sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh Hasugian et al. (2021) dan Priyono dan Dian Permata Sari (2023), yang menyatakan bahwa pemahaman atas aturan perpajakan merupakan salah satu determinan utama dalam membentuk perilaku patuh pajak. Wajib pajak yang memahami aturan, prosedur, dan mekanisme perpajakan cenderung melaksanakan kewajiban pajaknya dengan benar, karena mereka mampu menghitung, melaporkan, dan membayar pajak sesuai ketentuan tanpa takut melakukan kesalahan. Dalam konteks pelaku e-commerce, pemahaman pajak penting karena transaksi digital sering kali bersifat kompleks, melibatkan berbagai jenis pajak dan mekanisme pembayaran daring. Pengetahuan yang memadai memungkinkan pelaku usaha untuk mengurangi risiko kesalahan administrasi dan meningkatkan kepatuhan secara sukarela. Temuan ini menegaskan bahwa literasi perpajakan merupakan faktor penting yang perlu ditingkatkan melalui sosialisasi, pelatihan, dan edukasi bagi wajib pajak, khususnya pelaku usaha skala kecil dan menengah dalam ekosistem e-commerce.

Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Analisis regresi menunjukkan bahwa variabel Tarif Pajak (X2) memiliki T hitung sebesar -1,202 yang lebih kecil dari T tabel 1,993, dengan nilai signifikansi 0,233 yang lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa tarif pajak tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak pengusaha online shopping. Secara teori, temuan ini mendukung perspektif yang dikemukakan oleh Sari dan Andriani (2020) bahwa besarnya tarif pajak tidak selalu menjadi faktor dominan dalam menentukan kepatuhan pajak, terutama jika pemahaman dan kesadaran wajib pajak masih rendah. Wajib pajak yang memiliki pemahaman dan kesadaran tinggi cenderung tetap patuh meskipun tarif pajak relatif tinggi, karena mereka memahami bahwa pajak

merupakan kontribusi terhadap pembangunan dan kewajiban hukum yang harus dipenuhi. Selain itu, untuk pelaku e-commerce, ketidakpastian mengenai mekanisme tarif dan perhitungan pajak digital dapat membuat tarif pajak menjadi faktor yang kurang signifikan dalam mempengaruhi perilaku kepatuhan. Artinya, meskipun tarif pajak dianggap sebagai faktor penghambat atau pendorong kepatuhan secara teoritis, dalam praktiknya pengaruhnya tidak mutlak dan dipengaruhi oleh variabel lain, seperti literasi pajak, kesadaran, dan kemudahan administrasi.

Pengaruh Lingkungan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Pajak (X3) memiliki T hitung sebesar $1,118 < T \text{ tabel } 1,993$, dengan nilai signifikansi $0,267 > 0,05$, sehingga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak. Lingkungan pajak mencakup kondisi sistem perpajakan, kemudahan administrasi, transparansi, dan kepastian hukum yang seharusnya mendukung kepatuhan wajib pajak. Teori kepatuhan pajak menyebutkan bahwa lingkungan yang kondusif dapat mempermudah wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya (Ghozali, 2018). Namun, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa bagi pengusaha e-commerce, faktor lingkungan pajak belum menjadi determinan utama kepatuhan. Hal ini mungkin disebabkan oleh kompleksitas transaksi digital dan kurangnya pemahaman wajib pajak terhadap prosedur perpajakan daring, sehingga meskipun lingkungan pajak relatif mendukung, kepatuhan lebih dipengaruhi oleh faktor internal, seperti pemahaman dan kesadaran pajak. Temuan ini menekankan pentingnya pemerintah tidak hanya menciptakan regulasi yang kondusif, tetapi juga meningkatkan sosialisasi dan pendampingan agar pelaku usaha digital memahami dan mampu memanfaatkan sistem administrasi pajak dengan baik.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X4) memiliki T hitung sebesar $2,267 > T \text{ tabel } 1,993$ dan signifikansi $0,026 < 0,05$, sehingga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Sulastiningsih et al. (2024), yang menegaskan bahwa kesadaran pajak mencerminkan tanggung jawab moral dan sosial wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Kesadaran pajak yang tinggi membuat pelaku usaha, termasuk pengusaha e-commerce, bersedia melaksanakan kewajiban pajaknya secara sukarela, tepat waktu, dan sesuai

ketentuan, meskipun menghadapi kesulitan administrasi atau tarif yang relatif tinggi. Temuan ini juga menegaskan bahwa faktor internal wajib pajak lebih dominan dibanding faktor eksternal seperti lingkungan pajak atau tarif dalam menentukan kepatuhan. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran pajak melalui edukasi, sosialisasi, dan kampanye kepatuhan wajib pajak menjadi strategi penting bagi pemerintah untuk meningkatkan penerimaan pajak dari sektor e-commerce, sekaligus membangun budaya kepatuhan pajak yang berkelanjutan di masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal wajib pajak, yaitu pemahaman peraturan pajak dan kesadaran pajak, menjadi kunci utama dalam meningkatkan kepatuhan pajak pengusaha e-commerce. Temuan ini menegaskan bahwa kepatuhan tidak semata ditentukan oleh besarnya tarif atau kondisi lingkungan pajak, melainkan lebih dipengaruhi oleh pengetahuan dan sikap moral wajib pajak. Implikasi praktisnya, pemerintah perlu fokus pada strategi edukasi dan sosialisasi perpajakan digital untuk meningkatkan literasi dan kesadaran wajib pajak, khususnya bagi UMKM e-commerce. Dengan pendekatan ini, kepatuhan dapat meningkat secara sukarela, mendukung optimalisasi penerimaan pajak, dan membangun budaya kepatuhan jangka panjang. Penelitian ini menekankan pentingnya kombinasi kebijakan edukatif dan regulatif untuk menciptakan sistem perpajakan yang efektif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, N. P. D., & Darma, G. S. (2023). Digitalization of Taxation and Taxpayer Compliance. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(2).
- Firdaus, M., & Rahmawati, S. (2021). Pengaruh Tarif Pajak, Sanksi Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 11(2), 145–155.
- Fitri, N., Nugroho, M. T., & Devana, V. T. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Karyawan Kota Tangerang. *Indonesian Journal Accounting (IJAcc)*, 4(2), 156–164.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdaningsyah, V. P. (2023). *Regulasi dan Tantangan PPN atas Transaksi Digital di Indonesia*. *Jurnal Akuntansi & Regulasi*, 6(2), 220–236.
- Hasugian, H., Setiawan, F., & Andriani, R. (2021). *Tax Compliance in E-Commerce Transactions: Challenges for Indonesian SMEs*. *Journal of Tax Research*, 5(2), 123–135.
- JPTAM Research Team (Susanto, R. P., Hidayat, M., & Murialti, N.) (2024). *E-Commerce Growth and Economic Impact in Indonesia*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 305–318.
- Komalasari, N., & Pratomo, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Pajak dan Pemeriksaan Pajak

- Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Jakarta Sawah Besar Satu Tahun 2023. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 5(2), 183–191.
- Melinda, N. V., Sodik, M., & Hasan, K. (2023). Pengaruh Pemahaman Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce. *Proceedings Widyagama National Conference on Economics and Business*, 3(1), 101–112.
- Munhamir, A. I., & Primasari, N. S. (2024). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Lingkungan Wajib Pajak dan Rasionalitas Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Pendidikan Dasar dan Sosial Humaniora*, 1(4), 45–58.
- Muslim, M. (2024). *E-commerce Taxation: Challenges and Opportunities*. *Advances in Taxation Research*, 2(2), 78–96.
- Prayoga, K. D. C., & Yasa, I. N. P. (2023). Pengaruh Faktor Lingkungan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada KPP Pratama Singaraja. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 10(3), 125–138.
- Priyono, A., & Dian Permata Sari, R. (2023). *Digital Economy and E-Commerce Development in Indonesia*. *Journal of Indonesian Economic Studies*, 7(1), 45–60.
- Putra, D., & Hamdaningsyah, V. P. (2025). *Digital Tax Policy and Infrastructure in Indonesia*. *Jurnal Akuntansi & Regulasi*, 6(2), 237–250.
- Ratih, L. D. A. (2024). *Tax Implications of E-Commerce Transactions in Indonesia*. *Jatiswara Journal*, 8(1), 102–115.
- Rizqiyanto, N., Hartono, R., & Yulianto, S. (2025). *Tax Regulation Challenges in the Digital Economy Era: Legal Analysis in Indonesia*. *Trunojoyo Law Review*, 7(1), 65–84.
- Safitri, A. D. (2023). The Influence of Tax Knowledge, Taxpayer Awareness, Tax Sanctions and Fiscus Services on Taxpayer Compliance Registered with KPP Pratama Jakarta Kemayoran in 2022. *Politeia: Journal of Public Administration and Political Science and International Relations*, 1(1), 1–14.
- Sari, D. P., & Lestari, N. M. (2023). Pengaruh Pemahaman Tarif Pajak, Sanksi, dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Riset Perpajakan Indonesia*, 7(1), 25–34.
- Sari, D. R., & Andriani, L. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Pajak, Tarif Pajak, dan Lingkungan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan Indonesia*, 3(1), 45–56.
- Setiawan, J., & Yanti, L. D. (2023). Kontribusi Pengetahuan, Kesadaran, dan Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *eCo-Buss*, 7(2), 45–60.
- Shoffan, M. A., & Ernandi, H. (2023). Taxpayer Awareness and Knowledge Boost Tax Compliance during COVID-19: Role of Socialization. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 18(2), 87–102.
- Sihaloho, U. O. (2025). *Strategi Pemungutan PPN Digital di Indonesia*. *KIMAP Journal*, 6(1), 1–15.
- Sulastiningsih, D., Widodo, T., & Rahmawati, A. (2024). Taxpayer Awareness and Its Impact on Tax Compliance in Digital Economy. *Indonesian Journal of Accounting and Taxation*, 9(1), 78–92.
- Wahyuni, A., & Ginting, R. A. (2022). Analisis Pengaruh Tarif Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Journal of Taxation and Public Finance*, 5(3), 112–123.
- Wulandari, D. S., & Dasman, S. (2023). Taxpayer Compliance: The Role of Taxation Digitalization System and Technology Acceptance Model (TAM) with Internet Understanding as a Mediating Variable. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(6), 2385–2396.