

## Pengaruh E-Commerce dan E-Payment Terhadap Penerimaan Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Madya Palembang

Siska<sup>1</sup>, Yasir Arafat<sup>2</sup>, Edduar Hendri<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [siskabae@gmail.com](mailto:siskabae@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [yasirarafat@univpgri-palembang.ac.id](mailto:yasirarafat@univpgri-palembang.ac.id)

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [hendriedduar71@gmail.com](mailto:hendriedduar71@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk melihat seberapa besar pengaruh faktor E-Commerce dan E-Payment secara keseluruhan terhadap Penerimaan Pajak. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Palembang yang melakukan penagihan pada Kantor Pelayanan Pajak Madya Palembang. Prosedur pemeriksaan informasi dalam penelitian ini menggunakan teknik ilustratif terukur, yaitu pengukuran yang digunakan untuk membedah informasi dengan cara menggambarkan atau menggambarkan setiap informasi yang telah diperoleh dan kemudian mengakhiri dari penyelidikan yang diperoleh. Hasil uji hipotesis menyimpulkan secara parsial menunjukkan bahwa E-Commerce dan E-Payment berpengaruh (+) *Signifikan* terhadap Penerimaan Pajak. Hasil secara simultan juga menunjukkan bahwa E-Commerce dan E-Payment berpengaruh (+) *Signifikan* terhadap Penerimaan Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Madya Palembang.

**Kata Kunci** : E-Commerce, E-Payment, Penerimaan Pajak

### ABSTRACT

*This study means to look at how much critical impact the factors E-Commerce and E-Payment all the while on Tax Revenue. The populace in this study were all individuals of Palembang City who paid taxes at the Palembang Madya Tax Service Office. The information examination strategy in this study utilized clear factual techniques, to be specific the measurements used to break down the information by portraying or depicting every one of the information that had been acquired and afterward making ends from the examination got. The results of the hypothesis test partially conclude that E-Commerce and E-Payment have a significant (+) effect on Tax Revenue. Simultaneous results also show that E-Commerce and E-Payment have a significant (+) effect on Tax Revenue at the Palembang Middle Tax Service Office.*

**Keywords**: E-Commerce, E-Payment, Tax Revenue

### A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara penghasilannya diperoleh dari masyarakat itu sendiri serta dilakukan melalui pembayaran pajak. Hal ini tentunya menjadikan pajak berpotensi sebagai pendapatan terbesar di Indonesia serta memegang berperanan terpenting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Pajak sendiri adalah aliran pemasukkan pemerintah yang mendukung pembiayaan pembangunan dan berperan penting dalam membangun mandirinya ekonomi. Pajak dikenal sebagai salah satu komponen pendapatan pemerintah dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) (Simanjuntak dan Mukhlis, 2012).

Dengan berjalannya waktu, sesuai aturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-26/PJ/2014 mengenai Prosedur Pembayaran Pajak Elektronik yang dianut pada 13 Oktober 2015. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pembayaran pajak berbasis digital kemampuan pembayaran online bisa dilaksanakan di seluruh Indonesia. Menurut PER-26/PJ/2014, prosedur membayar pajak secara digital adalah bagian dari prosedur penerimaan e-government yang dikelola oleh penggugat



oleh Direktorat Jenderal Pajak dan membayar pajak secara online (Hana Puji Rahayu, 2018).

Media digital digunakan untuk berkomunikasi dan pertukaran data. *E-commerce* dapat diartikan sebagai transaksi online melalui alat digital di internet (Nimda, 2012). Menurut (Kotler, 2012), *e-commerce* adalah tempat terjadinya transaksi, jual beli barang, penyediaan jasa, serta dana dan data dapat ditransfer melalui internet melalui jaringan listrik. Transaksi tersebut dapat terjadi antar perusahaan, dari perusahaan ke konsumen, dari pelanggan ke pelanggan, atau dari pelanggan ke entitas. Penggunaan *e-commerce* dan *e-business* gemar dipergunakan secara bergantian. *E-business* sering dipergunakan sehubungan dengan pemrosesan transaksi belanja online. Melewati prosedur yang serba digital mendistribusikan *purchases*, *salles*, dan memasarkan produk serta jasanya. Hal ini bisa dengan mudah diartikan sebagaimana transaksi penjualan serta pembelian menggunakan perangkat elektrik sebagai sarana berkomunikasi (Rendy & Irawati, 2019).

Hal ini dapat dilihat dengan berkembangnya zaman dan ditandai dengan timbulnya marketplace dan bisnis online lainnya berupa Tokopedia, JD.ID, Shopee, Bukalapak serta Lazada. Meningkatnya keinginan serta perkembangan masyarakat dalam bisnis online dilatarbelakangi oleh perilaku konsumen yang konsumtif.

Ada beberapa survei yang dilaksanakan selama ini, antara lain survei untuk menganalisis dampak pelaksanaan uang elektronik serta manual wajib pajak badan terhadap penerimaan pajak (Dara Ayu Mentari, 2016). Studi banding efektifitas membayar perpajakan SSP dan *e-payment* memperoleh bahwa membayar pajak praktis dan mudah untuk diterapkan (Trisnayani, 2015). Analisis tentang perbedaan penerimaan pajak penghasilan sebelum dan sesudah penagihan elektronik di KPP Makassar Utara, terdapat perbedaan besar dalam jumlah penerimaan pajak penghasilan (Samnur, 2018).

Berikut merupakan data target pendapatan perpajakan di Provinsi Sumatera Selatan untuk tahun 2019-2021 dan data mengenai target serta realisasi pendapatan perpajakan di Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2020 dan 2021:

**Tabel Target dan Realisasi Penerimaan Pajak tahun 2019-2021**

Tahun	*Miliar Rupiah								
	Provinsi						Total		
	Sumatera Selatan			Kep. Banka Belitung			Target	Realisasi	Capaian
	Target	Realisasi	Capaian	Target	Realisasi	Capaian	Target	Realisasi	Capaian
2019	13.40	1.85	13.81%	6.18	1.03	16.66%	19.58	2.88	14.70%
2020	15.61	2.18	15.52%	7.52	3.22	42.81%	23.13	5.40	23.34%
2021	15.86	2.00	12.63%	7.83	4.87	62.19%	23.69	6.87	28.99%

Sumber: [https://djob.kemenkeu.go.id/file\\_pdf/6\\_SUMATERASELATAN\\_TWI\\_2021.pdf](https://djob.kemenkeu.go.id/file_pdf/6_SUMATERASELATAN_TWI_2021.pdf)

Dari tabel diatas terlihat bahwa penerimaan pajak di Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2021 target yang ditentukan sebesar 15.86 dan terealisasi sebesar 2.00 sehingga pencapaian 12.63%. Begitu juga dengan 2 tahun sebelumnya terjadi penurunan pencapaian realisasi yang tidak memenuhi target.

**Tabel Target dan Realisasi Penerimaan Pajak di Provinsi Sumatera Selatan  
(2020-2021)**

\*Miliar Rupiah

Unit Kerja	2020			2021		
	Target	Realiasi	%	Target	Realiasi	%
301. Palembang Ilir Timur	3,212,753	208,787	6.49%	1,907,882	431,040	22.59%
302. Baturaja	300,443	92,808	30.89%	442,231	56,800	12.84%
303. Lubuk Linggau	306,870	24,235	7.89%	465,939	78,845	16.92%
306. Palembang Seberang Ulu	2,166,662	58,516	2.70%	237,022	8,079	17.79%
307. Palembang Ilir Barat	707,806	46,341	6.54%	1,087,013	43,917	6.84%
308. Madya Palembang	4,831,553	850,785	17.60%	4,166,994	970,403	3.68%
309. Lahat	362,404	95,000	26.21%	567,539	85,539	7.93%
312. Kayu Agung	295,508	41,194	13.94%	472,965	93,915	27.69%
313. Prabumulih	295,586	27,649	9.35%	1,738,661	648,321	4.80%
314. Sekayu	995,841	97,068	9.74%	1,481,458	46,807	3.91%
<b>Total</b>	<b>15,615,427</b>	<b>2,182,383</b>	<b>15.52%</b>	<b>15,867,704</b>	<b>2,003,666</b>	<b>12.63%</b>

Sumber: [https://djpb.kemenkeu.go.id/file\\_pdf/\\_6\\_SUMATERASELATAN\\_2021.pdf](https://djpb.kemenkeu.go.id/file_pdf/_6_SUMATERASELATAN_2021.pdf)

Berdasarkan tabel bisa dilihat pada tahun 2020 dan 2021 terdapat seluruh Unit Kerja yang tidak mencapai target. Alasan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bisnis internet terhadap pendapatan kena pajak di KPP Pratama Palembang, untuk mengetahui pengaruh angsuran elektronik di KPP Pratama Palembang terhadap pendapatan retribusi, dan untuk mengetahui pengaruh bisnis internet. dan e-installment atas pendapatan yang dibebankan. di Kantor Pelayanan Pajak Tengah Palembang.

## B. KAJIAN TEORI

### 1. E- Commerce

*Electronic commerce* didefinisikan sebagai berdagang dengan cara digital, yang merupakan penjualan produk serta jasa menggunakan prosedur elektrik melewati internet. Dalam hal ini, *e-commerce* mempunyai ruang yang ada secara otomatis melakukan data/sistem/manajemen. Industri ini mencakup transaksi seperti pengiriman uang, pemasaran online dan transaksi jual beli. Menurut (Almilia, 2011), pengertian *e-commerce* adalah sebagai berikut: menyampaikan informasi perpajakan dilakukan secara elektronik atau secara daring.

Menurut (Dian Wirdasari, 2009), telah ditetapkan bahwa indikator e-commerce terdiri dari: pemasaran merupakan suatu kegiatan dalam menyampaikan informasi, memberikan data mengenai produk, barang serta jasa yang akan di perjualbelikan yang bisa dipergunakan serta bermanfaat sesuai inginnnya manusia, penjualan merupakan aktivitas operasional suatu usaha dalam memperoleh keuntungan dengan menjualkan suatu produk dan nantinya akan mendapatkan pembayaran berupa uang dari pihak yang membeli barang tersebut. Makin meningkat penjualan maka makin banyak untung yang diperoleh pelaku usaha tersebut, serta membayar adalah pembayaran dari debitur atas transaksi penjualan kepada kreditur.

### 2. E- Payment

Pesatnya perkembangan internet dan *e-commerce* telah melahirkan prosedur membayar new yaitu prosedur membayar dengan menggunakan perangkat digital. prosedur membayar digital (*electronic payment*) adalah membayar melewati media edigital seperti internet. Dengan demikian, membayar digital adalah cara untuk



melakukan pembayaran secara online, terlepas dari waktu dan tempat, tanpa harus mengirimkan uang tunai atau cek secara fisik (Rumondang, 2019).

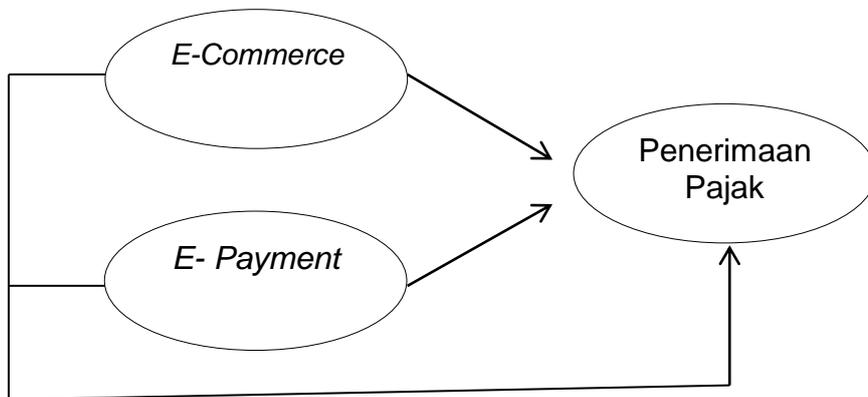
Menurut (Sulistiyani, 2014), *e- Payment* adalah prosedur membayar perpajakan secara daring yang melakukan transaksi pembayaran dimana saja secara online melalui perangkat *electronic banking* berupa ATM, internet banking, atau counter online banking. Menurut (Firmansyah, 2013), *e- Payment* prosedur membayar digital yang mendukung *e- commerce* dan menguntungkan perdagangan dengan meningkatkan pelayanan bagi konsumen, meningkatkan cara manajemen kas, dan mempermudah pewaktuan dan efisiensi. Membayar secara daring ini bisa digunakan dimana saja dan kapanpun serta tidak ada batasan waktunya. Layanan pembayaran online digunakan untuk berbagai keperluan melalui media pembayaran bank (ATM, phone banking, internet banking, mobile banking, counter).

### 3. Pajak

Rahmat Soemitro dalam (Mardiasmo, 2008) menerangkan pajak merupakan iuraan yang sah (berkekuatan hukum) dari warga negara dengan tidak menerima imbalan yang sudah dikenal (*quid pro quo*) yang dapat ditunjukkan secara langsung. Biaya pembayaran umum ditentukan oleh Peraturan 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan karena pungutan merupakan kewajiban yang dibebankan kepada Negara oleh orang atau benda yang sah, sebagaimana diperlukan secara hukum. Ia mendapat bayaran langsung dan digunakan untuk kepentingan umum bagi individu-individu yang paling berkembang.

### 4. Kerangka Pemikiran

Adapun gambaran kerangka pemikiran pada survei ini yaitu : variabel X1 yaitu *E-Commerce*, kemudian variabel X2 yaitu *E- Payment* dan variabel Y yaitu Penerimaan Pajak.



**Gambar Kerangka Pemikiran**

*Sumber : data diolah peneliti*

### C. METODE PENELITIAN

Pada survey ini metode yang dipergunakan yaitu kuantitatif dengan pendekatan kausal. Survei kuantitatif didasarkan pada filosofi empiris dan diterapkan dengan menggunakan penelitian pada wilayah da sebagian wilayah subjek atau objek ,

mendapatkan data dengan digunakan alat survey dan analisis data statistic/kuantitatif (Sugiyono, 2018). Tujuannya untuk menguji hipotesis yang dibuat.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 104.838 responden, yaitu seluruh masyarakat Kota Palembang yang menggunakan aplikasi e-commerce dan e-payment dalam membayar pajak pada Kantor Penerimaan Pajak (KPP) Madya di Kota Palembang.

Sampel adalah bagian dari populasi yang menunjukkan ciri-ciri yang sama dan berbeda (Sugiyono, 2018). Metode survei untuk sampel survei ini menggunakan teknik non-probability sampling atau teknik non-probability sampling. Metode pengambilan sampel non-probabilitas adalah metode yang memungkinkan Anda mengambil sampel secara bebas dari anggota populasi yang termasuk dalam survei. Teknik non-probability sampling ini menggunakan direct sampling.

Sampel pada survey ini dapat dihitung dengan cara statistic atau persamaan Slovin. Didapat sebanyak 398 sampel.

### **Sumber Data**

Sumber informasi yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah informasi esensial dan informasi tambahan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **1) Kuesioner**

Sebagaimana dikemukakan oleh (Sugiyono, 2018), jajak pendapat adalah suatu tata cara penyusunan data yang diakhiri dengan pemberian sederet pertanyaan atau pernyataan yang disusun kepada responden untuk dijawab. Strategi pengumpulan data yang hebat sehingga produser mengetahui dengan pasti elemen-elemen yang akan dinilai dan menyadari apa yang sebagian besar diantisipasi oleh responden. Selain itu, penelitian dapat dimanfaatkan jika jumlah responden sangat banyak dan tersebar di wilayah yang luas.

#### **2) Dokumentasi**

Menurut (Sugiyono, 2018), dokumentasi adalah catatan peristiwa yang telah berlalu, melalui struktur, gambar, atau karya fenomenal seseorang. Dalam pemeriksaan ini, dokumentasi yang dimaksud adalah data laporan penerimaan pajak KPP Madya Palembang tahun 2019-2021.

## **D. HASIL PENELITIAN**

### **Hasil Uji Validitas**

Dalam tahapan awal survei ini, Anda harus menganalisis alat survei. Uji validitas sendiri merupakan uji yang dilakukan untuk menghitung validitas perangkat penelitian yang menggunakan kuesioner dalam penelitian ini. Untuk itu, 400 responden akan diberikan peralatan survei atau kuesioner sesuai dengan ciri macam yang telah ditetapkan sebelumnya.

Valid tidaknya suatu instrument survey keputusan penelitian adalah ketika item yang disesuaikan memiliki nilai koefisien koneksi lengkap (CITC)  $> 0,195$  (Sugiyono, 2017) dan barang tersebut dapat dinyatakan sah, dan hubungan harga dan  $It > 0,195$  untuk barang rusak. Estimasi legitimasi dalam penelitian ini adalah faktor ikhtisar bisnis berbasis web (X1), cicilan elektronik (X2), dan penerimaan tagihan (Y). Berikutnya adalah konsekuensi dari pemeriksaan petunjuk ini.



**Tabel Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	CITC	Keterangan
E-Commerce (X1)	X1.1	0,469	Valid
	X1.2	0,663	Valid
	X1.3	0,219	Valid
	X1.4	0,479	Valid
	X1.5	0,487	Valid
	X1.6	0,224	Valid
E-Payment (X2)	X2.1	0,665	Valid
	X2.2	0,398	Valid
	X2.3	0,745	Valid
	X2.4	0,237	Valid
	X2.5	0,745	Valid
	X2.6	0,346	Valid
Penerimaan Pajak (Y)	Y.1	0,525	Valid
	Y.2	0,367	Valid
	Y.3	0,255	Valid
	Y.4	0,530	Valid
	Y.5	0,494	Valid
	Y.6	0,448	Valid

Dari hasil pemeriksaan validasi ditampilkan pada tabel, cenderung dianggap bahwa tempat semua pernyataan sehubungan dengan faktor eksplorasi bisnis online, e-cicilan, dan penilaian pendapatan dinyatakan sah. Hal ini ditegaskan dengan membandingkan inspirasi Corrected Item Total Correlation (CITC) untuk setiap variabel dengan nilai lebih kritis dari 0,195.

### Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian Keandalan untuk mengetahui bagaimana pengujian ini dapat diandalkan dengan alat estimasi yang digunakan. Instrumen estimasi dapat memberikan hasil estimasi yang solid atau dapat diandalkan. Jika nilai Cronbach's alpha > 0,6 (Sugiyono, 2017), yang merupakan syarat dari uji reliabel itu sendiri, maka survei tersebut dinyatakan reliabel.

Hal ini memungkinkan kita untuk menyimpulkan bahwa instrumen penelitian tidak reliabel atau tidak reliabel karena nilai alpha cronbach adalah <0,6 yang disebut reliabilitas atau reliabilitas.

**Tabel Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	N of item	Cronbach's Alpha	Keterangan
e-commerce (X1)	6	0,691	Reliabel
e payment (X2)	6	0,748	Reliabel
Penerimaan Pajak	6	0,761	Reliabel

**Sumber: Data primer yang diolah pada SPSS Versi 23**

Berdasarkan hasil pada tabel, konsekuensi dari uji kualitas tak tergojahkan untuk faktor ketergantungan dan gratis, khususnya bisnis berbasis web (X1), e-cicilan (X2), dan pendapatan biaya (Y), memiliki faktor ketergantungan. (Alpha Kornbach). ). Lebih penting dari 0,6, nilai lebih tinggi. Ini dapat diuraikan bahwa instrumen yang digunakan dalam ulasan ini reliabel atau reliabel sehingga mencapai standar dan penelitian dapat melanjutkan ke tahap selanjutnya.

## Hasil Analisis Regresi Berganda

Kami menggunakan analisis regresi linier berganda itu sendiri untuk mengetahui bagaimana variabel independen, *e-commerce* (X1) dan *e-payment* (X2), mempengaruhi variabel dependen, penerimaan pajak (Y). Jika ingin menghitung regresi berganda menggunakan metode input dalam penelitian ini.

**Tabel Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			
	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	-2,457	1,379	-1,782	0,076
1 E- Commerce	0,381	0,037	10,263	0
E- Payment	0,7	0,042	16,749	0

a. Dependent Variable: Penerimaan Pajak

Berdasarkan konsekuensi perhitungan terukur pada tabel uji-t menggunakan strategi enter didapatkan model 1 dengan berbagai kondisi lurus pada penerimaan pajak (Y) sebagai berikut :

$$Y = -2,457 + 0,381 X1 + 0,700 X2 + e_i \text{ (Model 1)}$$

Keterangan :

- Y = Penerimaan Pajak
- X1 = *E- Commerce*
- X2 = *E- Payment*
- e = error

1. Nilai konstanta (a) adalah -2.457. Artinya, jika *E- Commerce* (X1) dan *E- Payment* (X2) nol (tidak berubah), nilai penerimaan pajak (Y) KPP Madya Palembang adalah -2.457.
2. Nilai koefisien regresi variabel *e-commerce* (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,381 satuan. Artinya nilai Der memiliki tambahan 1 unit variabel *e-commerce* (X1) setiap kali. Karena nilai variabel lainnya konstan, maka dapat diasumsikan bahwa nilai variabel penerimaan pajak (Y) KPP Madya Palembang akan meningkat sebesar 0,381 satuan.
3. Nilai koefisien regresi variabel *e-payment* (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,700 satuan. Artinya, nilai variabel lain ditambahkan ke variabel *e-payment* (X2) sebanyak satu unit setiap kali. Karena memiliki nilai konstan, maka dapat disimpulkan bahwa nilai variabel penerimaan pajak (Y) KPP Madya Palembang meningkat sebesar 0,700 satuan.

## E. PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh *E- Commerce* secara parsial Terhadap Penerimaan Pajak

Variabel *E- Commerce* mempunyai pengaruh pada pendapatan perpajakan. Hal ini didukung dengan uji statistik. Artinya, perhitungan statistik t-hitung yang dihasilkan



oleh variabel *e-commerce* lebih besar dari nilai t-tabel  $10,263 > 1,962$  pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,000 & t_{0,005}$  Dapat ditafsirkan sebagian. Artinya variabel *e-commerce* memiliki pengaruh yang signifikan pada penerimaan perpajakan. Hal ini sejalan dengan teori Almilia (2011: 01). "*E-commerce* merupakan perangkat lunak, aplikasi dan pemerosesan usaha yang menghubungkan entitas, pelanggan serta agen tertentu melalui transaksi digital serta pembelian penjualan produk jasa. Dilakukan secara elektronik, termasuk penerimaan pajak. Informasi yang harus dilakukan. Dengan demikian, teori ini mendukung hasil survei ini, yang menetapkan pengaruh *e-commerce* pada pendapatan pajak KPP Pratama Palembang.

## **2. Pengaruh *e-commerce* secara parsial terhadap penerimaan pajak**

Variabel *e-commerce* mempunyai pengaruh pada pendapatan perpajakan. Hal ini didukung dengan pengujian t. Artinya, statistik t hitung yang dihasilkan oleh variabel pembayaran elektronik hitung sebesar 16,749 lebih besar dari nilai t tabel 1,962 dan pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,000 & t_{0,005}$  secara parsial dapat diartikan bahwa variabel *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak. Hal ini sejalan dengan teori Suristyani (2014:40), yang menyatakan: *Electronic payment* adalah sistem pembayaran pajak online yang meliputi transaksi pembayaran melalui perangkat electronic banking seperti ATM, internet banking dan counter online bank di seluruh Indonesia. Oleh karena itu, teori ini mendukung hasil penelitian ini, yang menetapkan dampak pembayaran elektronik terhadap penerimaan pajak di KPP Palembang.

## **3. Pengaruh *e-commerce* dan pembayaran elektronik secara bersama-sama pada penerimaan pajak**

Variabel *e-commerce* dan *e-payment* mempunyai pengaruh pada pendapatan pajak serta memperoleh nilai koefisien yaitu masing-masing sebesar 0,367 dan 0,598. Ini adalah + (positif), yang berarti bahwa nilai variabel *e-commerce* dan *e-payment* akan meningkat. Penerimaan pajak dan sebaliknya. Oleh karena itu, variabel *e-commerce* dan *e-payment* dapat diartikan mempunyai pengaruh signifikan pada pendapatan pajak. Hal ini sejalan dengan teori Farmansyah (2013) bahwa *e-commerce* adalah sistem pembayaran yang menguntungkan *e-commerce* dengan mendukung *e-commerce* dan meningkatkan layanan pelanggan secara efektif dan efisien. Dengan demikian, teori ini mendukung hasil survei, yang menetapkan pengaruh *e-commerce* dan membayar pajak secara digital pada pendapatan perpajakan pada KPP Pratama Palembang.

## **F. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terkait pengaruh pengaruh *e-commerce* dan *e-payment* pada Penerimaan tagihan di Kantor Pelayanan Pajak Tengah Palembang, yang telah diungkapkan oleh para analis di bagian sebelumnya, pada bagian ini para ilmuwan membuat penentuan sebagai berikut:

1. Mengingat pengujian spekulasi dengan pengujian derajat tertentu (uji-t) variabel Untuk bisnis internet nilai thitung lebih besar dari ttabel ( $10,263 > 1,962$ ), dengan nilai kritis  $\alpha = 0,000 < 0,005$ , maka  $H_a$  diakui dan  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa sampai taraf tertentu bisnis berbasis web berpengaruh signifikan terhadap pendapatan retribusi pada KPP Pratama Palembang.
2. Berdasarkan pengujian spekulasi dengan pengujian derajat tertentu (uji-t) variabel *e-installment* didapatkan nilai thitung lebih menonjol dari pada ttabel

- (16.749 > 1.962), dengan besar nilai  $\alpha = 0,000 < 0,005$  maka  $H_a$  diakui dan  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa agaknya e-installment berpengaruh signifikan terhadap pendapatan retribusi pada KPP Pratama Palembang.
3. Dilihat dari pengujian spekulasi dengan pengujian serentak (uji F) nilai Fhitung lebih menonjol daripada Ftabel (193,327 > 2,6049), dengan nilai sighitung  $0,000 < sigtabel \alpha = 0,005$ . Karena kemungkinan besar di bawah 0,005, maka, pada saat itu,  $H_a$  tetap diakui dan  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan terdapat pengaruh antara faktor bisnis internet dan e-installment terhadap variabel penerimaan bea masuk pada KPP Pratama Palembang.

### Saran

Dari pembahasan dan analisis yang dilaksanakan penulis, survey ini masih memiliki kekurangan dan kelemahan yang perlu diperbaiki dan ditinjau kembali untuk penelitian selanjutnya, dengan menambahkan beberapa saran untuk penelitian yang lebih baik. berikut saran untuk lebih meningkatkan kinerjanya agar dapat menimbulkan persepsi positif di mata wajib pajak.

1. Untuk pemeriksaan lebih lanjut, diketahui dari pemeriksaan ini bahwa terdapat 50,7% faktor lain yang mempengaruhi penerimaan KPP Palembang Madya, maka bisa ditambahkan variabel yang bisa memberi pengaruh peningkatan pendapatan.
2. Bagi wajib pajak yang akan datang, pembayaran pajak dapat lebih berhati-hati karena didasarkan pada ketentuan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007. Digunakan tanpa imbalan langsung serta untuk kepentingan nasional sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.
3. Kantor Penerimaan Pajak (KPP) Madya Palembang merekomendasikan untuk menilai kembali dan meningkatkan kinerja pemboran agar penerimaan pajak dapat terus meningkat. Anda juga perlu menghitung dengan cermat target penerimaan pajak Anda agar tidak terlalu jauh dan Anda kesulitan untuk menjangkaunya.
4. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) perlu memberikan penyuluhan atau sosialisasi kepada wajib pajak atau pelaku usaha tentang pentingnya membayar pajak bagi pembangunan daerah agar wajib pajak tidak lalai dalam menyampaikan SPT.

### DAFTAR PUSTAKA

- Dian Wirdasari. (2009). jurnal teknologi ecommerce dalam proses bisnis.
- Engka. (2016). Pengaruh Layanan Sistem Pembayaran Online terhadap Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor (Studi pada Badan Pendapatan Daerah Provinsi Sulawesi Utara). Jurnal Akuntansi. 20(July), 1–23.
- Hana Puji Rahayu. (2018). Kontras dalam Pelaksanaan Pembayaran Pajak Manual dan E-Billing Penerimaan Pajak (Studi di Kantor Pelayanan Pajak Bantul). Jurnal Ekobis Dewantara, 1(12), 150–156.



- Samnur, M. (2018). Dampak Penerimaan Pajak Penghasilan Sebelum dan Setelah E-Billing di Kpp Pratama Makassar Utara. *Personil Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Makassar*, 1-8.
- Simanjuntak dan Mukhlis. (2012). Pemahaman Ektensifikasi Wajib Pajak Dan Intensifikasi pajak Terhadap Persepsi Fikus Tentang Penerimaan Pajak. Vol.4.
- Trisnayani. (2015). Pemeriksaan Efisiensi Pembayaran Pajak Dengan Memanfaatkan SSP Dan E-Payment. *Jurnal Akuntansi*. 1(12), 78–97.