

**PENGARUH SOSIALISASI, KESADARAN, DAN SANKSI PERPAJAKAN
TERHADAP KEPATUHAN PAJAK PADA USAHA E-COMMERCE**

(Studi Kasus pada Platform Marketplace di Semarang Tahun 2024-2025)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Tax Accounting Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata



Nama Mahasiswa :

Abizard Jagad Satria-23.G6.0028

Dosen Pembimbing :

Agnes Arie Mientary Christie, SE., MSi., Akt., BKP., CA.

PROGRAM STUDI TAX ACCOUNTING

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

ABSTRAK

Pertumbuhan pesat e-commerce di Indonesia membawa konsekuensi tersendiri bagi pemerintah dalam meningkatkan kepatuhan pajak. Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji sejauh mana sosialisasi, kesadaran, serta sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yang beroperasi melalui marketplace di Kota Semarang. Dengan pendekatan kuantitatif dan teknik purposive sampling, penelitian ini melibatkan 100 responden pelaku usaha. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring, kemudian diolah menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS 26. Hasil pengolahan data memperlihatkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepatuhan. Sebaliknya, kesadaran perpajakan terbukti berperan penting dan berpengaruh positif signifikan, begitu pula dengan sanksi perpajakan yang menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan. Temuan ini menegaskan perlunya kebijakan yang menitikberatkan pada peningkatan kesadaran pajak dan penegakan sanksi secara konsisten. Implikasi penelitian diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi otoritas perpajakan dalam merancang strategi yang lebih tepat untuk memaksimalkan penerimaan negara dari sektor digital.

Kata Kunci :

Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Kepatuhan Perpajakan, E-commerce

