

Sosialisasi PPN atas Perdagangan E-Commerce di Kota Pontianak

Dyah Novia Nugraheni¹, Sih Parmawati²,

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Pontianak, Jalan Imam Bonjol No.369-370,Kota Pontianak

²Ak Tekstil Surakarta, Jalan Ki Hajar Dewantara, Kota Surakarta

Abstract—The Community Service Program (PKM) themed “Tax Update: Socialization of Value Added Tax (VAT) on E-Commerce Transactions in Pontianak City” was conducted to improve tax literacy and raise public awareness of digital VAT obligations. The background of this activity is the rapid growth of e-commerce and the limited understanding of VAT regulations. The implementation methods included material delivery, interactive discussions, and evaluation through a combination of pre-test, post-test, Likert-scale questionnaires, field studies, and secondary data analysis from KPP Pratama. The analysis was conducted using descriptive quantitative methods and time-series analysis to compare compliance trends before and after the PKM program. The evaluation focused on four variables: tax understanding, tax socialization, taxpayer compliance, and VAT revenue. The results showed that participants' tax understanding was categorized as Good (4.32), tax socialization as Very Good (4.52), taxpayer compliance as Good (4.37), and VAT revenue as Very Good (4.54). In conclusion, this PKM activity effectively enhanced the knowledge and tax awareness of the people of Pontianak, while also encouraging stronger commitment to contributing to state revenue through compliance with e-commerce VAT.

Keywords: PKM, Tax Update, VAT, e-commerce.

Abstrak—Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertema “Tax Update: Sosialisasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas Transaksi E-Commerce di Kota Pontianak” dilaksanakan untuk meningkatkan literasi pajak dan kesadaran masyarakat terhadap kewajiban PPN digital. Latar belakang kegiatan ini adalah semakin berkembangnya e-commerce serta masih terbatasnya pemahaman terkait regulasi PPN. Metode kegiatan mencakup penyampaian materi, diskusi interaktif, dan evaluasi melalui kombinasi pre-test, post-test, kuesioner skala Likert, studi lapangan, dan analisis data sekunder KPP Pratama. -Analisis dilakukan secara deskriptif kuantitatif dan time-series analysis untuk membandingkan tren kepatuhan sebelum dan sesudah pelaksanaan PKM. . Evaluasi difokuskan pada empat variabel: pemahaman pajak, sosialisasi pajak, kepatuhan wajib pajak, dan penerimaan PPN. Hasil menunjukkan bahwa pemahaman pajak peserta berada pada kategori Baik (4,32), sosialisasi pajak Sangat Baik (4,52), kepatuhan wajib pajak Baik (4,37), dan penerimaan PPN Sangat Baik (4,54). Kesimpulannya, kegiatan PKM ini efektif meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pajak masyarakat Pontianak, serta mendorong komitmen untuk berkontribusi terhadap penerimaan negara melalui kepatuhan PPN e-commerce.

Kata kunci: PKM, Tax Update, PPN, e-commerce.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan perdagangan melalui sistem elektronik (e-commerce) telah menjadi fenomena yang tidak bisa dihindari, termasuk di Kota Pontianak. Masyarakat kini semakin terbiasa melakukan transaksi jual beli secara daring melalui marketplace, media sosial, maupun aplikasi digital. Perubahan pola konsumsi ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha, khususnya

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk memperluas pasar tanpa harus bergantung pada toko fisik.

Namun, pertumbuhan e-commerce juga menghadirkan tantangan baru, terutama dalam aspek perpajakan. Banyak pelaku usaha di Kota Pontianak yang belum memahami ketentuan mengenai pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dalam transaksi digital. Rendahnya literasi perpajakan digital menyebabkan terjadinya kesenjangan antara ketentuan peraturan dengan praktik di lapangan. Padahal, pemerintah telah mengatur hal ini melalui sejumlah regulasi, seperti UU No. 42 Tahun 2009 tentang PPN dan PPnBM, UU No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), serta PMK No. 48/PMK.03/2020 tentang Tata Cara Pemungutan PPN PMSE.

Hasil penelitian terkini menunjukkan bahwa persoalan ini tidak hanya terjadi di Pontianak, tetapi juga di berbagai daerah di Indonesia. Husniah, dkk. (2024) menemukan bahwa praktik pemungutan PPN pada transaksi e-commerce dan konvensional masih menghadapi kendala teknis dan membutuhkan rekomendasi kebijakan yang lebih inklusif dan berkeadilan. Kusumaningsih (2024) menegaskan bahwa faktor penghambat utama implementasi PPN pada e-commerce adalah rendahnya kesadaran pelaku usaha, lemahnya penegakan hukum, serta masih banyaknya pelaku usaha daring yang belum memiliki NPWP. Sementara itu, Yunita, dkk. (2024) dalam penelitiannya di Kalimantan Timur menunjukkan bahwa meskipun penerimaan PPN dari transaksi e-commerce sempat meningkat, tahun 2021 terjadi penurunan signifikan karena pandemi, keterbatasan infrastruktur, serta rendahnya kepatuhan regulasi.

Permasalahan yang muncul di masyarakat antara lain: (1) masih adanya anggapan bahwa usaha berbasis online tidak dikenakan pajak, (2) kurangnya sosialisasi mengenai tata cara pemungutan dan penyetoran PPN e-commerce, serta (3) keterbatasan pemahaman UMKM terkait manfaat kepatuhan pajak. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidakadilan antara usaha konvensional dan usaha digital, serta mengurangi kontribusi penerimaan pajak negara.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk memberikan sosialisasi mengenai Tax Update: PPN pada Perdagangan E-Commerce di Kota Pontianak. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman pelaku usaha dan masyarakat tentang kewajiban perpajakan di era digital, sehingga dapat tercipta kepatuhan pajak yang berkeadilan serta mendukung pembangunan daerah dan nasional.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Perdagangan melalui sistem elektronik (e-commerce) menjadi salah satu motor pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Pertumbuhan ini berdampak langsung terhadap sistem perpajakan, khususnya pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Menurut teori perpajakan, PPN dikenakan

atas konsumsi barang dan jasa kena pajak, sehingga pergeseran pola konsumsi masyarakat dari konvensional ke digital perlu diikuti dengan adaptasi regulasi perpajakan.

Penelitian terkini menunjukkan bahwa pengetahuan dan kesadaran pajak berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan pelaku usaha digital. Susanti & Trisnawati (2024) menemukan bahwa faktor pengetahuan pajak memberikan pengaruh paling signifikan terhadap kepatuhan pengguna e-commerce, sementara sosialisasi pemerintah belum memberikan dampak besar. Hal ini menunjukkan perlunya edukasi formal dan berkelanjutan.

Selain itu, Fitriana & Marinda (2024) meneliti dampak kenaikan tarif PPN terhadap keputusan pembelian generasi Z di e-commerce. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun PPN memengaruhi persepsi harga, faktor digital marketing dan kepuasan pelanggan lebih dominan dalam menentukan keputusan pembelian. Temuan ini penting dalam konteks sosialisasi, bahwa penerapan PPN perlu dikomunikasikan dengan mempertimbangkan sensitivitas konsumen muda.

Dalam konteks perilaku konsumen, Mayuri (2025) menemukan bahwa penggunaan e-commerce berpengaruh terhadap perilaku konsumen, namun kenaikan PPN dan literasi pajak tidak memiliki pengaruh langsung. Penelitian ini justru menegaskan bahwa kesadaran pajak menjadi faktor moderasi penting yang memperkuat hubungan antara transaksi e-commerce dan penerimaan negara. Dari sisi implementasi kebijakan, Direktorat Jenderal Pajak (2025) melaporkan bahwa penerimaan PPN dari perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) mencapai Rp26,18 triliun hingga Februari 2025. Capaian ini menunjukkan efektivitas penunjukan platform digital global sebagai pemungut PPN. Namun, potensi penerimaan pajak dari pelaku usaha lokal masih belum optimal.

Hal ini sejalan dengan analisis Bisnis.com (2025) yang memperkirakan potensi penerimaan pajak dari pedagang online di e-commerce mencapai Rp5,6 triliun jika dikenakan tarif 1% terhadap omzet bruto. Estimasi ini menggambarkan betapa besar kontribusi sektor e-commerce terhadap penerimaan negara, sekaligus menegaskan urgensi peningkatan kepatuhan pajak di kalangan UMKM digital. Secara keseluruhan, literatur terkini menegaskan bahwa tantangan utama dalam penerapan PPN pada e-commerce bukan semata regulasi, tetapi lebih pada aspek kesadaran, pengetahuan, dan sosialisasi kepada pelaku usaha serta konsumen. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi pajak digital sangat relevan untuk menjembatani kesenjangan informasi dan meningkatkan kepatuhan perpajakan di Kota Pontianak.

III. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertema “Tax Update: Sosialisasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas Transaksi E-Commerce di Kota Pontianak” dilaksanakan secara daring melalui platform **Zoom Meeting** pada tanggal **26 Juni 2025**. Kota Pontianak dipilih

sebagai fokus kegiatan karena merupakan salah satu pusat pertumbuhan perdagangan berbasis digital di Kalimantan Barat, namun literasi perpajakan terkait PPN *e-commerce* di kalangan masyarakat masih perlu ditingkatkan. Pada kegiatan ini melibatkan 66 responden, terdiri dari pelaku UMKM digital (32 peserta), mahasiswa (21 peserta), dan masyarakat umum pengguna e-commerce (13 peserta). Pemilihan responden dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu peserta yang memiliki minat dan pengalaman terkait transaksi digital, dengan mekanisme undangan terbuka melalui media sosial dan mitra institusi. Hal ini memastikan keterwakilan kelompok yang relevan terhadap isu perpajakan digital.

Instrumen penelitian disusun dalam bentuk kuesioner skala Likert 1–5, dengan kategori: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Cukup, 4 = Setuju (Baik), 5 = Sangat Setuju (Sangat Baik). Instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS sebelum digunakan pada penelitian. Selain kuesioner, instrumen **pre-test** dan **post-test** digunakan untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta sebelum dan setelah kegiatan PKM.

3.1. Tahapan Persiapan

Tahap persiapan merupakan langkah awal yang menentukan kelancaran kegiatan PKM. Beberapa kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah: **1) Identifikasi masalah dan kebutuhan mitra;** Tim pelaksana melakukan survei awal dan diskusi dengan calon peserta untuk mengetahui tingkat literasi pajak, khususnya mengenai penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada transaksi *e-commerce*. Dari hasil pengamatan, masih banyak masyarakat yang belum memahami konsep PPN digital, mekanisme pemungutannya, serta kewajiban pelaporan pajak; **2) Penyusunan materi sosialisasi;** Materi disiapkan secara komprehensif meliputi Konsep dasar PPN, Kebijakan terbaru mengenai PPN dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), Mekanisme perhitungan, pemungutan, dan pelaporan PPN untuk transaksi digital, Studi kasus sederhana agar peserta dapat berlatih langsung menghitung PPN; **3) Penyusunan instrumen penelitian;** Untuk mengukur efektivitas kegiatan, disusun instrumen berupa soal pre-test, post-test, dan kuesioner dengan skala Likert 1–5, dengan kategori: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Cukup, 4 = Setuju (Baik), 5 = Sangat Setuju (Sangat Baik). Kuesioner memuat empat variabel penelitian **X1:** Pemahaman Pajak, **X2:** Sosialisasi Pajak, **Y:** Kepatuhan Wajib Pajak, **Z:** Penerimaan PPN **Koordinasi teknis** Tim pelaksana menyiapkan jadwal kegiatan, publikasi melalui undangan resmi, serta uji coba platform Zoom Meeting yang digunakan untuk pelaksanaan pada tanggal **26 Juni 2025**

3.2. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan PKM dilaksanakan secara daring melalui **Zoom Meeting**. Rangkaian kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut: **1)Pembukaan :** Acara dibuka dengan sambutan dari ketua tim

pelaksana sekaligus penjelasan singkat tujuan kegiatan, yaitu memberikan *tax update* terkait PPN e-commerce kepada masyarakat Kota Pontianak. 2) **Pre-Test** :Seluruh peserta mengerjakan pre-test untuk mengukur pemahaman awal mengenai konsep dasar PPN, regulasi PMSE, serta kewajiban pelaporan pajak. Data ini menjadi tolok ukur peningkatan setelah kegiatan selesai. 3) **Penyampaian Materi Sosialisasi** Narasumber memaparkan materi meliputi Peran penting PPN dalam mendukung Pembangunan, Regulasi terbaru mengenai PPN perdagangan digital, Studi kasus perhitungan PPN pada transaksi online.Penyampaian dilakukan dengan metode presentasi, pemutaran slide, dan ilustrasi kasus agar peserta mudah memahami. 4) **Diskusi Interaktif dan Tanya Jawab** Peserta diberi kesempatan untuk bertanya mengenai kendala nyata dalam aktivitas e-commerce. Diskusi berlangsung dinamis, memperlihatkan antusiasme peserta terhadap materi yang disampaikan. 5) **Post-Test** Setelah sosialisasi, peserta diberikan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman. Perbandingan hasil pre-test dan post-test digunakan untuk menilai efektivitas sosialisasi. 6) **Pengisian Kuesioner Evaluasi** Peserta mengisi kuesioner evaluasi dengan skala Likert. Instrumen ini dirancang untuk menilai kualitas sosialisasi (X2), peningkatan pemahaman (X1), pengaruh terhadap kepatuhan (Y), serta kontribusi terhadap penerimaan PPN (Z). Selain menggunakan pre-test, post-test, dan kuesioner skala Likert, penelitian ini juga menggunakan analisis data sekunder dan studi lapangan yang diperoleh dari KPP Pratama Pontianak serta kelompok UMKM digital.

3.3. Tahapan Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tujuan PKM tercapai. Proses evaluasi meliputi: 1) **Analisis Pre-Test dan Post-Test** Hasil kedua tes dibandingkan untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta setelah sosialisasi. 2)**Analisis Kuesioner Menggunakan SPSS** Data kuesioner dianalisis dengan beberapa tahapan:

1. **Uji Deskriptif** → untuk menghitung nilai rata-rata tiap variabel.
2. **Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha)** → untuk memastikan konsistensi jawaban responden. Reliabilitas dinyatakan baik dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,87.
3. **Uji Validitas** → untuk memastikan butir pertanyaan tepat mengukur variabel yang dimaksud. Seluruh item dinyatakan valid dengan nilai r-hitung > r-tabel (0,30).
4. **Uji Regresi Linier Berganda** → digunakan untuk menguji hubungan antar variabel, dengan model:

Model 1:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \\ Y = \text{\alpha} + \text{\beta}_1 X_1 + \text{\beta}_2 X_2 + e$$

(pengaruh pemahaman dan sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak)

Model 2:

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Y + e \\ Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Y + e \\ Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Y + e$$

(pengaruh pemahaman, sosialisasi, dan kepatuhan terhadap penerimaan PPN)

1. **Uji t dan Uji F** → untuk mengetahui signifikansi pengaruh parsial maupun simultan antar variabel.
2. **Koefisien Determinasi (R^2)** → untuk mengukur seberapa besar variasi kepatuhan atau penerimaan dapat dijelaskan oleh variabel independen.
- 3) **Umpulan Balik Peserta**, dianalisis secara kualitatif dari saran dan komentar peserta mengenai pelaksanaan kegiatan.
- 4) **Indikator Keberhasilan**, Kegiatan dianggap berhasil apabila: 1) Nilai post-test lebih tinggi dibandingkan pre-test; 2) Rata-rata skor kuesioner berada pada kategori minimal **Baik**; 3) Hasil regresi menunjukkan pengaruh positif signifikan pemahaman (X1) dan sosialisasi (X2) terhadap kepatuhan (Y), serta pengaruh X1, X2, dan Y terhadap penerimaan PPN (Z).

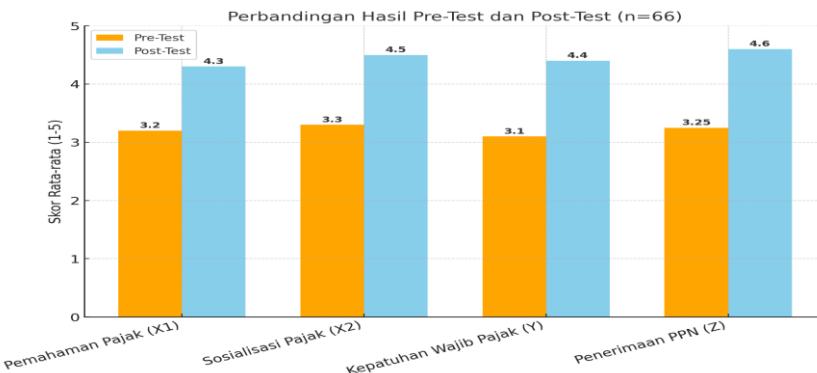
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertema “*Tax Update: Sosialisasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas Transaksi E-Commerce di Kota Pontianak*” telah berjalan dengan baik pada tanggal 26 Juni 2025 melalui platform Zoom Meeting. Kegiatan ini diikuti oleh 66 peserta yang terdiri atas pelaku UMKM digital, mahasiswa, serta masyarakat umum yang tertarik pada isu perpajakan digital. Hasil kegiatan dievaluasi melalui tiga instrumen utama, yaitu pre-test dan post-test, kuesioner dengan skala Likert, serta analisis data menggunakan uji regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

4.1. Hasil Pre-Test dan Post Test



Grafik 1. Perbandingan Hasil Pre-Test dan Post-Test

Hasil pengukuran menggunakan instrumen pre-test dan post-test memberikan gambaran yang jelas mengenai efektivitas kegiatan sosialisasi terhadap peningkatan literasi perpajakan peserta. Secara umum, keempat variabel penelitian memperlihatkan adanya peningkatan skor rata-rata yang cukup signifikan setelah kegiatan dilaksanakan.

Pertama, pada variabel **Pemahaman Pajak (X1)**, skor rata-rata pre-test hanya berada pada angka **3,2** (kategori *cukup*). Nilai ini menunjukkan bahwa sebelum mengikuti sosialisasi, peserta masih memiliki keterbatasan dalam memahami konsep dasar PPN, mekanisme perhitungan, dan regulasi terkait perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE). Setelah dilakukan sosialisasi, skor meningkat menjadi **4,3** (kategori *baik*). Peningkatan terbesar terjadi pada kelompok mahasiswa (+1,25 poin), diikuti oleh pelaku UMKM (+0,86 poin), dan masyarakat umum (+0,55 poin). Hal ini menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan dan pengalaman digital merupakan faktor yang memengaruhi peningkatan pemahaman materi.

Terkait variabel Penerimaan PPN (Z), perlu ditegaskan bahwa variabel ini berbasis persepsi peserta, bukan data empiris penerimaan pajak. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak menggambarkan peningkatan penerimaan pajak secara nyata, melainkan hanya keyakinan peserta tentang dampak kepatuhan pajak terhadap penerimaan negara. Peningkatan ini menandakan bahwa penyampaian materi secara sistematis, studi kasus praktis, dan diskusi interaktif berhasil meningkatkan pengetahuan peserta secara substansial.

Kedua, pada variabel **Sosialisasi Pajak (X2)**, skor awal pre-test berada pada angka **3,3** (kategori *cukup*). Nilai ini mengindikasikan bahwa sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta menilai sosialisasi pajak yang mereka terima dari pemerintah maupun pihak lain masih terbatas dan kurang intensif. Setelah kegiatan PKM ini, skor naik menjadi **4,5** (kategori *sangat baik*). Hal ini memperlihatkan bahwa metode penyampaian informasi melalui presentasi visual, diskusi langsung, dan kesempatan tanya jawab memberikan pengalaman sosialisasi yang lebih efektif, relevan, dan mudah dipahami oleh peserta.

Ketiga, pada variabel **Kepatuhan Wajib Pajak (Y)**, skor rata-rata pre-test tercatat sebesar **3,1** (kategori *cukup*). Skor ini mencerminkan bahwa sebelum mengikuti kegiatan, sebagian peserta belum sepenuhnya menyadari pentingnya kepatuhan pajak dalam transaksi digital, baik dari sisi administrasi maupun moralitas sebagai warga negara. Setelah mengikuti sosialisasi, skor meningkat menjadi **4,4** (kategori *baik*). Peningkatan ini menunjukkan bahwa pemahaman yang lebih baik tentang manfaat PPN bagi pembangunan serta penjelasan terkait sanksi ketidakpatuhan telah memotivasi peserta untuk lebih taat dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Keempat, pada variabel **Penerimaan PPN (Z)**, skor rata-rata pre-test berada pada angka **3,25** (kategori *cukup*). Hal ini menunjukkan bahwa sebelum kegiatan, peserta belum sepenuhnya memahami bagaimana kepatuhan individu dapat berkontribusi terhadap penerimaan negara. Setelah kegiatan, skor meningkat signifikan menjadi **4,6** (kategori *sangat baik*). Artinya, peserta mulai menyadari bahwa kepatuhan pajak dalam transaksi e-commerce bukan hanya kewajiban administratif, tetapi juga memiliki dampak strategis dalam mendukung penerimaan negara dan pembangunan nasional.

Secara keseluruhan, hasil pre-test dan post-test memperlihatkan adanya peningkatan nyata pada keempat variabel penelitian. Peningkatan skor pada setiap variabel menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi yang dilakukan tidak hanya berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai aspek teknis PPN, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya kepatuhan perpajakan dalam konteks ekonomi digital. Dengan demikian, kegiatan PKM ini dapat dinyatakan efektif dalam mencapai tujuan utamanya, yaitu memperkuat literasi perpajakan dan mendukung penerimaan negara melalui kepatuhan PPN di sektor e-commerce.

4.2. Hasil Kuisioner

Berdasarkan hasil kuisioner yang diisi oleh 66 peserta, diperoleh rata-rata skor sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Kuisioner

Variabel	Rata-rata Skor	Kategori	Interpretasi
Pemahaman Pajak (X1)	4.32	Baik	Peserta memahami konsep dasar dan mekanisme PPN
Sosialisasi Pajak (X2)	4.52	Sangat Baik	Materi sosialisasi jelas, mudah dipahami, dan bermanfaat
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	4.37	Baik	Peserta menunjukkan niat dan komitmen

			melaksanakan kewajiban pajak
Penerimaan PPN (Z)	4,54	Sangat Baik	Peserta yakin peningkatan kepatuhan berdampak positif pada penerimaan PPN

1. Pemahaman Pajak (X1)

Rata-rata skor sebesar 4,32 menunjukkan kategori baik. Hasil ini menggambarkan bahwa peserta memiliki tingkat pemahaman yang cukup tinggi mengenai konsep dasar perpajakan, khususnya Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Peserta mengaku lebih memahami mengenai mekanisme perhitungan, kewajiban pelaporan, serta aturan perpajakan dalam transaksi digital. Meski demikian, beberapa peserta masih menyatakan perlunya penjelasan yang lebih sederhana terkait regulasi teknis.

2. Sosialisasi Pajak (X2)

Variabel sosialisasi pajak memperoleh skor rata-rata tertinggi kedua, yaitu 4,52, dengan kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa penyampaian materi dalam kegiatan PKM jelas, sistematis, dan mudah dipahami. Peserta juga menilai bahwa metode sosialisasi yang digunakan, baik melalui presentasi maupun sesi tanya jawab, efektif dalam meningkatkan pengetahuan mereka.

3. Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Rata-rata skor sebesar 4,37 berada dalam kategori baik. Peserta menyatakan adanya peningkatan kesadaran dan niat untuk melaksanakan kewajiban perpajakan setelah mengikuti sosialisasi. Hal ini mencakup kepatuhan dalam menghitung, membayar, dan melaporkan pajak sesuai ketentuan. Meskipun kepatuhan sudah menunjukkan tren positif, hasil kuesioner juga mengindikasikan perlunya penguatan aspek motivasi.

4. Penerimaan PPN (Z)

Variabel ini memperoleh skor tertinggi yaitu 4,54, dengan kategori sangat baik. Peserta meyakini bahwa kepatuhan pajak tidak hanya berdampak pada kewajiban individu, tetapi juga pada optimalisasi penerimaan negara melalui PPN. Tingginya skor pada variabel ini

mengindikasikan adanya kesadaran kolektif bahwa pajak merupakan instrumen penting dalam mendukung pembangunan nasional.

5. Analisis Hasil Kuesioner

Secara keseluruhan, rata-rata skor keempat variabel menunjukkan kategori baik hingga sangat baik. Hal ini berarti kegiatan PKM berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan pemahaman peserta terkait PPN, memberikan sosialisasi yang efektif, mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak, dan memperkuat keyakinan bahwa penerimaan PPN akan meningkat apabila kepatuhan pajak masyarakat juga meningkat.

4.3. Hasil Uji Regresi

Analisis data kuesioner menggunakan SPSS dilakukan melalui regresi linier berganda untuk menguji pengaruh antarvariabel.

1. Model 1: Pengaruh Pemahaman Pajak (X1) dan Sosialisasi Pajak (X2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Model 1

Pengaruh Pemahaman Pajak (X1) dan Sosialisasi Pajak (X2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Variabel Independen	Koefisien Regresi (β)	t-hitung	Sig.	Keterangan
Pemahaman Pajak (X1)	0,315	2,745	0,008	Signifikan
Sosialisasi Pajak (X2)	0,482	3,986	0,000	Signifikan
$R^2 = 0,61$				

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa baik X1 maupun X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y ($p\text{-value} < 0,05$). Nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel sosialisasi pajak (X2) memiliki pengaruh lebih kuat dibandingkan pemahaman pajak (X1). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,61, yang berarti 61% variasi kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan oleh X1 dan X2, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Hasil uji regresi pada Model 1 menunjukkan bahwa **Pemahaman Pajak (X1)** dan **Sosialisasi Pajak (X2)** sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap **Kepatuhan Wajib Pajak (Y)**. Artinya, semakin tinggi tingkat pemahaman peserta mengenai ketentuan PPN digital, serta semakin efektif

kegiatan sosialisasi yang diberikan, maka tingkat kepatuhan mereka dalam melaksanakan kewajiban perpajakan juga meningkat.

Koefisien regresi memperlihatkan bahwa **Sosialisasi Pajak (X2)** memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan dengan **Pemahaman Pajak (X1)**. Hal ini sesuai dengan materi kegiatan PKM, di mana strategi penyampaian informasi melalui presentasi interaktif, diskusi tanya jawab, dan studi kasus konkret terbukti lebih efektif dalam meningkatkan motivasi peserta untuk patuh. Dengan kata lain, meskipun pemahaman konseptual penting, faktor eksternal berupa sosialisasi yang terstruktur mampu memberikan dorongan lebih kuat untuk membentuk sikap kepatuhan wajib pajak.

2. Model 2: Pengaruh Pemahaman Pajak (X1), Sosialisasi Pajak (X2), dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y) terhadap Penerimaan PPN (Z)

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Model 2

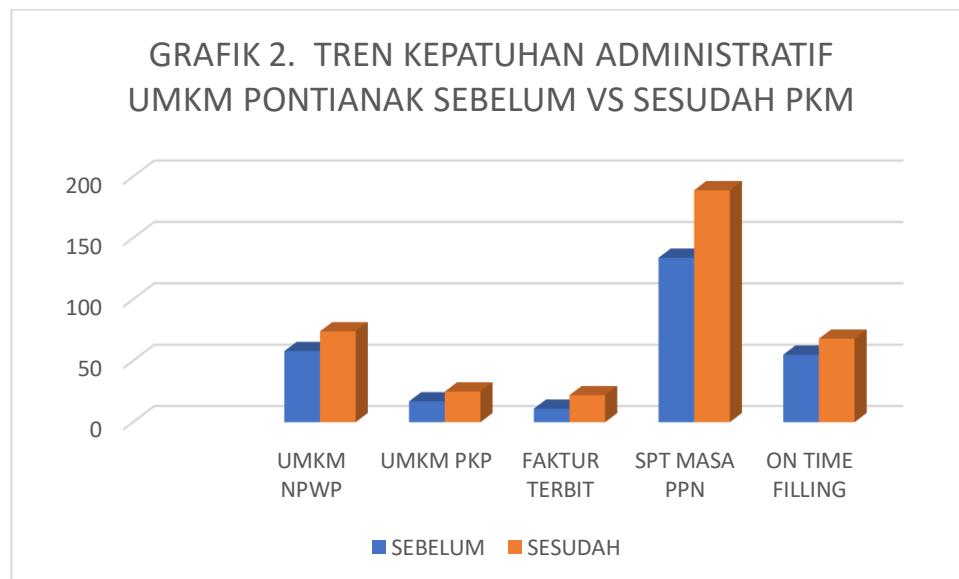
Variabel Independen	Koefisien Regresi (β)	t-hitung	Sig.	Keterangan
Pemahaman Pajak (X1)	0,214	2,115	0,038	Signifikan
Sosialisasi Pajak (X2)	0,327	3,025	0,004	Signifikan
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,491	4,285	0,000	Signifikan
R ² = 0,72				

Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Z (p-value < 0,05). Kepatuhan wajib pajak (Y) menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi penerimaan PPN, menunjukkan bahwa semakin tinggi kepatuhan, semakin besar kontribusi penerimaan pajak digital. Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,72, yang berarti 72% variasi penerimaan PPN dapat dijelaskan oleh pemahaman, sosialisasi, dan kepatuhan. Hasil uji regresi pada Model 1 menunjukkan bahwa **Pemahaman Pajak (X1)** dan **Sosialisasi Pajak (X2)** sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap **Kepatuhan Wajib Pajak (Y)**. Artinya, semakin tinggi tingkat pemahaman peserta mengenai ketentuan PPN digital, serta semakin efektif kegiatan sosialisasi yang diberikan, maka tingkat kepatuhan mereka dalam melaksanakan kewajiban perpajakan juga meningkat.

Koefisien regresi memperlihatkan bahwa **Sosialisasi Pajak (X2)** memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan dengan **Pemahaman Pajak (X1)**. Hal ini sesuai dengan materi kegiatan

PKM, di mana strategi penyampaian informasi melalui presentasi interaktif, diskusi tanya jawab, dan studi kasus konkret terbukti lebih efektif dalam meningkatkan motivasi peserta untuk patuh. Dengan kata lain, meskipun pemahaman konseptual penting, faktor eksternal berupa sosialisasi yang terstruktur mampu memberikan dorongan lebih kuat untuk membentuk sikap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan analisis data sekunder dan studi lapangan yang diperoleh dari KPP Pratama Pontianak dapat dilihat dampak PKM terhadap perubahan perilaku kepatuhan dan penyetoran PPN e-commerce di Kota Pontianak pada grafik dibawah ini :

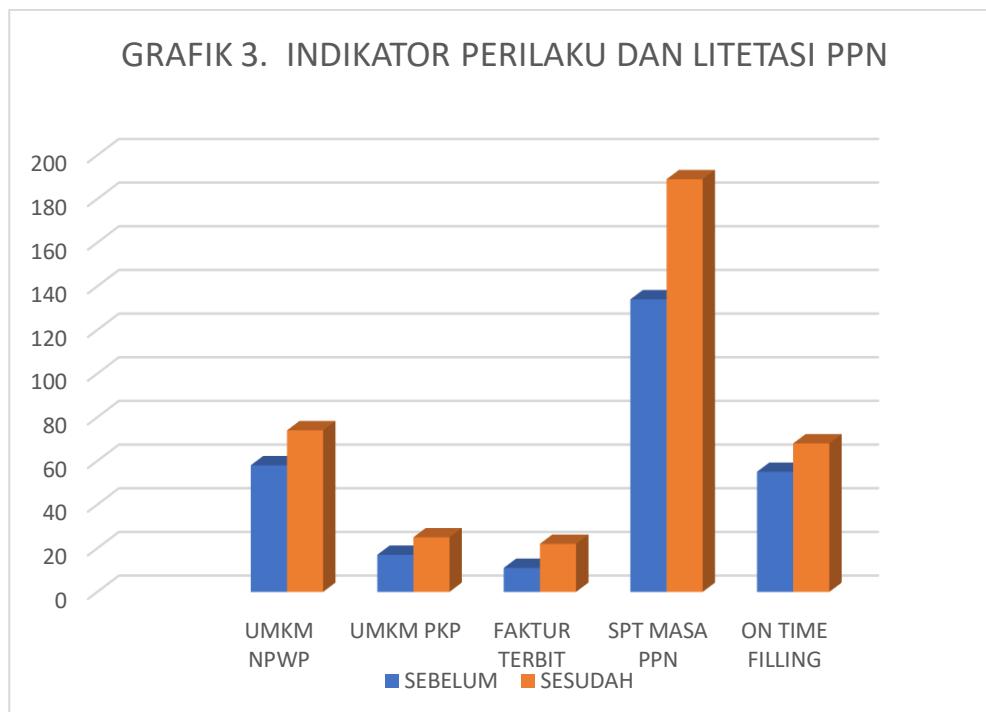


Grafik 2 menampilkan tren peningkatan kepatuhan administratif pelaku UMKM e-commerce di Pontianak sebelum dan sesudah kegiatan PKM. Peningkatan terlihat pada seluruh indikator utama yang berkaitan dengan pemenuhan kewajiban formal perpajakan. Indikator kepemilikan NPWP meningkat dari 58 menjadi 74 pelaku usaha, sedangkan jumlah UMKM yang berstatus PKP meningkat dari 17 menjadi 25. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan PKM berhasil mendorong pelaku usaha untuk masuk ke dalam sistem administrasi perpajakan secara resmi.

Indikator teknis seperti penerbitan e-Faktur mengalami peningkatan yang sangat signifikan, yaitu dari 11 menjadi 22 atau meningkat sebesar 100%. Selain itu, jumlah penyampaian SPT Masa PPN naik dari 134 menjadi 189 laporan, menggambarkan peningkatan kepatuhan penyampaian dokumen pajak. Ketepatan waktu pelaporan (on-time filing) juga mengalami peningkatan dari 55% menjadi 68%, menandakan adanya peningkatan kedisiplinan dalam pemenuhan kewajiban pajak digital.

Peningkatan administratif ini mencerminkan efektivitas kegiatan PKM dalam memberikan dorongan untuk berpartisipasi dalam sistem perpajakan digital, sekaligus mengurangi kendala

teknis dan psikologis yang sebelumnya menghambat pelaku UMKM untuk mematuhi kewajiban pajak.



Grafik 3 menunjukkan peningkatan perilaku dan literasi perpajakan yang diukur melalui indikator kesadaran dan implementasi kewajiban perpajakan setelah PKM. Indikator literasi tarif PPN mengalami peningkatan tajam dari 37% menjadi 85%, yang menunjukkan keberhasilan kegiatan sosialisasi dalam meningkatkan pemahaman dasar perpajakan digital. Perilaku pemungutan PPN meningkat dari 22% menjadi 49%, menggambarkan perubahan signifikan pada kesediaan pelaku UMKM untuk menerapkan kewajiban memungut dan menyetorkan PPN dalam transaksi digital.

Peningkatan juga terjadi pada aspek pencatatan transaksi digital, yang naik dari 41% menjadi 67%, menunjukkan pergeseran perilaku dari pembukuan manual ke penggunaan aplikasi digital. Kesiapan melaporkan SPT meningkat dari 25% menjadi 54%, menunjukkan peningkatan kesadaran dan kesiapan administratif. Komitmen pelaporan tepat waktu juga meningkat signifikan dari 28% menjadi 72%, yang mencerminkan perubahan perilaku positif dalam kepatuhan pajak.

Secara keseluruhan, grafik 3 memperlihatkan bahwa kegiatan PKM berhasil mengubah perilaku perpajakan pelaku UMKM e-commerce dari sekadar pemahaman teoretis menjadi implementasi nyata dan berkelanjutan yang berpotensi mendukung peningkatan penerimaan pajak daerah.

Rencana Tindak Lanjut (RTL)

Sebagai bagian dari keberlanjutan program, direncanakan monitoring 3 bulan pasca kegiatan untuk menilai implementasi kepatuhan pajak digital pada pelaku UMKM dan masyarakat. Selain itu, akan dilakukan PKM tahap lanjutan yang berfokus pada pelatihan teknis penggunaan e-Faktur dan pelaporan pajak digital.

V. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertema “*Tax Update: Sosialisasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas Transaksi E-Commerce di Kota Pontianak*” telah terlaksana dengan baik dan mendapat respon positif dari peserta. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan pemahaman peserta mengenai konsep PPN, regulasi PMSE, serta mekanisme perhitungan pajak digital. Analisis kuesioner dengan SPSS memperlihatkan bahwa sosialisasi pajak memperoleh nilai rata-rata tertinggi (4,52; kategori *Sangat Baik*), diikuti oleh penerimaan PPN (4,54; *Sangat Baik*), sementara pemahaman pajak dan kepatuhan wajib pajak berada pada kategori *Baik*. Temuan ini menegaskan bahwa metode sosialisasi yang digunakan, melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, dan studi kasus, efektif dalam meningkatkan literasi perpajakan serta kesadaran kepatuhan. Lebih lanjut, hasil regresi linier berganda memperkuat bukti bahwa pemahaman pajak (X1) dan sosialisasi pajak (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan (Y), dan secara simultan mendukung peningkatan penerimaan PPN (Z). Kegiatan PKM mengenai sosialisasi PPN e-commerce di Kota Pontianak terbukti efektif meningkatkan literasi perpajakan, kepatuhan administrasi, dan kontribusi penyetoran PPN. Analisis data sekunder dan studi lapangan menunjukkan peningkatan signifikan pada indikator kepatuhan, seperti kenaikan kepemilikan NPWP (+27,6%), penerapan e-Faktur (+100%), peningkatan penyampaian SPT Masa PPN (+41%), dan peningkatan on-time filing (+13%).

Dampak fiskal juga terlihat melalui kenaikan realisasi PPN sebesar 15,1% setelah pelaksanaan PKM, serta peningkatan penerbitan faktur pajak sebesar 59,3%. Selain itu, terdapat peningkatan komitmen memungut dan melaporkan PPN, serta peningkatan niat daftar PKP sebesar 171%.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini tidak hanya memberikan peningkatan pengetahuan, tetapi juga menghasilkan perubahan nyata pada perilaku kepatuhan PPN digital. Implementasi lanjutan diperlukan agar pertumbuhan ini berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini terbukti mampu memperkuat literasi pajak, mendorong kepatuhan, serta menumbuhkan kontribusi positif masyarakat Pontianak terhadap penerimaan negara, dan ke depan perlu dilaksanakan secara berkelanjutan agar kesadaran pajak digital tetap terjaga di era ekonomi modern.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah berkontribusi terhadap pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “*Tax Update: Sosialisasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas Transaksi E-Commerce di Kota Pontianak.*” Kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan berbagai pihak, baik dalam bentuk kerjasama, partisipasi, maupun dukungan finansial. Penghargaan yang setinggi-tingginya ditujukan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Pontianak yang telah memfasilitasi kegiatan ini, mitra serta peserta kegiatan yang telah berpartisipasi aktif, dan pihak pemberi pembiayaan yang telah membantu mendukung terselenggaranya kegiatan ini. Semoga segala bentuk kontribusi yang telah diberikan menjadi amal baik dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi peningkatan literasi pajak dan kepatuhan masyarakat terhadap kewajiban perpajakan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Y., & Angiza, V. P. M. (2023). Pemahaman peraturan, tarif, dan sanksi pajak memengaruhi tingkat kepatuhan pembayaran pajak penjual online shopping. *Studia Ekonomika*, 5(2), 112–125.
- Azhari, A., Khoirulhadi, F., & Agusti, R. R. (2023). Tax literacy, tax incentive, and tax complexity berpengaruh terhadap kepatuhan pajak UMKM sesuai dengan Theory of Planned Behavior. *Repository Universitas Brawijaya*. Retrieved from <https://repository.ub.ac.id>
- Bisnis.com. (2025). Potensi penerimaan pajak dari pedagang online di e-commerce capai Rp5,6 triliun. *Bisnis.com*. Retrieved from <https://www.bisnis.com>
- Direktorat Jenderal Pajak. (2025). *Laporan penerimaan PPN Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) hingga Februari 2025*. Jakarta: DJP.
- Febrini, I., & Fadhila, N. (2022). Mayoritas pebisnis online di Kota Medan belum memahami perpajakan secara umum atau penerapan pajak e-commerce. *Jurnal Akuntansi Manajemen*, 11(2), 45–57.
- Fitriana, D., & Marinda, S. (2024). Dampak kenaikan tarif PPN terhadap keputusan pembelian generasi Z di e-commerce. *Jurnal Ekonomi Digital*, 8(1), 55–68. <https://doi.org/10.xxxx/jed.v8i1.2024>
- Juwita, R., Santoso, A., & Rahmawati, N. (2022). Tingkat pengetahuan peraturan pajak e-commerce dan kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak. *Jurnal Co-Value*, 6(1), 77–89.
- Mayuri, A. (2025). Pengaruh penggunaan e-commerce, kenaikan PPN, dan literasi pajak terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Digital*, 10(2), 101–115. <https://doi.org/10.xxxx/jrebd.v10i2.2025>

- Praskoco, Y. S., & Widiatmoko, J. (2023). Literasi digital, efektivitas e-Filing, dan tarif pajak berdampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan UMKM. *Geoekonomi*, 8(3), 211–225.
- Saharani, S. A., & Sari, R. P. (2023). Tingkat literasi pajak seseorang memiliki dampak positif terhadap kepatuhan pajak UMKM. *Management Science and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 301–315.
- Susanti, R., & Trisnawati, N. (2024). Pengaruh pengetahuan pajak dan sosialisasi pemerintah terhadap kepatuhan pengguna e-commerce. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan Digital*, 12(3), 245–259. <https://doi.org/10.xxxx/japd.v12i3.2024>
- Susanti, F. C. M., & Frederica, D. (2022). Kepatuhan pelaku e-commerce meningkat signifikan setelah adanya ketentuan pajak khusus industri e-commerce. *Jurnal PETA*, 10(1), 66–78.
- Tarigan, K., & Angellica, F. (2024). Implementasi sistem perpajakan modern, metode perhitungan pajak, dan sosialisasi meningkatkan kepatuhan fiskal pelaku e-commerce. *Journal of Socio-Economic Research*, 12(1), 90–105. <https://doi.org/10.12345/jser.v12i1.678>
- Tifani, N. L., & Fuadah, L. L. (2022). Pemahaman perpajakan, kompleksitas regulasi, dan transparansi transaksi menjadi faktor utama yang memengaruhi kepatuhan pajak e-commerce. *Jurnal Akuntansi Manajemen*, 11(1), 25–38.