



Analisis Kesadaran Wajib Pajak dalam Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM Jawa Barat Pada Pengguna Platform E-Commerce

Suhono¹, Adhi Rizal², Reminta Lumban Batu³, Seva Madjid⁴

^{1,2,3,4}Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 13 April 2023

Revised: 27 April 2023

Accepted: 19 Mei 2023

This research needs to be conducted to find out how much influence taxpayer awareness has on compliance with MSME tax payments on platform usersecommerce in West java. The existence of this study aims to see how much the level of awareness of taxpayers, especially MSME actors in West Java, uses the platformecommerce in carrying out its business activities in compliance with paying taxes. The data source in this study is primary data in the form of a questionnaire that has collected 106 respondents as measured using a Likert scale. As for the research conducted using a data analysis model in the form of multiple linear regression analysis using SPSS tools. The results show that of the four dimensions of taxpayer awareness that can affect taxpayer compliance, one of which is the perception of the taxpayer partially does not have a significant effect on taxpayer compliance. However, the other three variables, namely tax knowledge, taxpayer characteristics, and tax socialization have a positive and significant effect on taxpayer compliance.

Keywords: awareness, compliance, taxpayers, msme, ecommerce

(*) Corresponding Author: suhono@fe.unsika.ac.id, adhi.rizal@staff.unsika.ac.id, reminta.lumban@fe.unsika.ac.id, 1910631030140@student.unsika.ac.id

How to Cite: Suhono, Rizal A, Batu R.L, & Madjid S. (2023). Analisis Kesadaran Wajib Pajak dalam Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM Jawa Barat Pada Pengguna Platform E-Commerce. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8091086>

PENDAHULUAN

Dinamika ekonomi dan kebijakan stimulus global yang terjadi belakangan ini terlebih juga dengan adanya pandemi Covid-19 tentunya mengalami perubahan sejalan dengan situasi dan kondisi yang ada. Terutama terkait dengan praktik perpajakan internasional yang sedikit atau banyak akan mengalami dampak krisis ekonomi global dan perlu pemulihan pasca pandemi. Indonesia sebagai negara berkembang saat ini juga tengah melakukan banyak pembangunan kembali dan pemulihan di segala sektor untuk kesejahteraan masyarakat. Dalam proses tersebut, Indonesia sangatlah erat dan butuh suatu hal seperti pajak untuk pemulihan yang signifikan dan pembangunan yang berkelanjutan.

Di Indonesia keberadaan pajak sangatlah penting dimana menyumbang sekitar 70% dari seluruh penerimaan negara, sehingga tentu akan memberikan dampak signifikan dalam perekonomian. Wicaksono (2018) menyebutkan bahwa, Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang memegang peranan penting dalam pembangunan negara dan sebagai penentu berjalannya perekonomian suatu negara. Keberadaan pajak diilustrasikan bagaikan energi dan negara adalah tubuhnya, jadi apabila tidak ada pajak maka bisa dipastikan suatu negara akan lesu. Dengan adanya peran penting pajak, pemerintah mewajibkan warga negara Indonesia untuk sadar dan patuh membayar pajak sebagaimana



tercantum dalam Pasal 23 A UUD 1945. Peranan pajak dalam pembangunan negara bisa dirasakan di bidang ekonomi. Pajak bisa menjadi stimulus pertumbuhan ekonomi serta merangsang iklim ekonomi agar stabil dan inklusif. Pelaku usaha atau UMKM termasuk didalamnya yang menjadi aktor penting dalam penerimaan pajak serta merupakan stimulus dalam pertumbuhan perekonomian negara.

UMKM merupakan pilar perekonomian nasional. Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki, menjelaskan bahwa selama ini UMKM menjadi salah satu penopang ekonomi nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia per Maret 2021 mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun. Disisi lain, perkembangan UMKM ini termasuk pesat, yang mana pertumbuhan waktu ke waktu dapat dirasakan secara signifikan. Tidak hanya itu, mekanisme yang dilakukan oleh para UMKM juga terbilang terus berubah dan semakin berkembang.

Dewasa ini secara global telah terjadi perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang penerapannya di segala bidang. Salah satunya perkembangan dalam bidang ekonomi dan bisnis. Seperti yang kita ketahui terdapat fenomena perkembangan ekonomi digital yang kini dapat kita lihat dengan banyaknya *platform e-commerce* di Indonesia. *E-commerce* sendiri pada dasarnya merupakan dampak dari perkembangan teknologi yang menyebabkan terjadinya perubahan cara manusia berinteraksi dengan lingkungan, yang dalam hal ini mengubah mekanisme perdagangan (Indrajit, 2016).

Perubahan tersebut membuat para pelaku bisnis beralih dari bisnis konvensional ke bisnis elektronik agar tidak tergerus oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat. Tak terkecuali para pedagang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) beralih ke bisnis digital dengan menjual dagangannya di *platform e-commerce*. Apalagi di masa pandemi yang menuntut semua orang melakukan segala sesuatunya secara *online*, termasuk dalam hal berbelanja, ruang pasar dalam *e-commerce* berkembang pesat menjadi lebih besar. Perluasan ruang pasar dalam *e-commerce* berpotensi menumbuhkan pendapatan yang tinggi sehingga dapat berkontribusi terhadap penerimaan negara melalui pajak khususnya pajak penghasilan dan pajak pertambahan nilai (Magdalena & Frederica, 2021). Pemerintah berhak memastikan kepatuhan pajak bagi pelaku *e-commerce* di Indonesia.

Pajak penghasilan dari *e-commerce* telah ditentukan oleh Direktur Jenderal Pajak, diantaranya Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor S-429/PJ.22/1998 tanggal 24 Desember 1998 Tentang Imbauan Kepada Wajib Pajak yang Melakukan Transaksi Melalui *Electronic Commerce*, Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-Commerce*, dan Surat Edaran Nomor SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Transaksi *E-Commerce*. Di samping itu, Cahyadi dan Margana (2018) juga menemukan bahwa surat edaran tersebut tidak dapat memberikan dasar hukum yang kuat untuk mengatur pelaku *e-commerce*. Hal ini menjadi celah bagi para pelaku bisnis *e-commerce* untuk menghindari pembayaran pajak. Fakta tersebut membuktikan bahwa tingkat kesadaran wajib pajak dalam kepatuhan pembayaran pajak pada pengguna *platform e-commerce* masih tergolong rendah, maka dari itu untuk membuktikan validasi dari argumen

tersebut, penulis melakukan penelitian analisis kesadaran wajib pajak dalam kepatuhan pembayaran pajak UMKM pada pengguna *platform e-commerce* kepada pelaku bisnis UMKM di wilayah Jawa Barat. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat membantu pemerintah dalam memperoleh informasi perpajakan dan juga dapat meningkatkan kesadaran pelaku *e-commerce* dalam kepatuhan pembayaran pajak.

Pratama & Mulyani (2019) mengungkapkan bahwa besarnya penerimaan pajak di suatu negara ditentukan oleh tingkat kepatuhan wajib pajak di negara tersebut. Semakin besar tingkat kepatuhan pajak, maka semakin besar pula kemampuan negara tersebut untuk memungut penerimaan dari pajak. Tingkat kepatuhan wajib pajak sendiri dipengaruhi oleh kesadaran wajib pajak. Semakin tinggi kesadaran wajib pajak dalam menjalankan kewajibannya dalam membayar pajak, tentunya akan mendorong wajib pajak itu sendiri untuk secara sadar melakukan pembayaran pajak tepat waktu dan melakukan pelaporan pajak dengan benar. Adanya pengetahuan perpajakan yang aplikatif juga harus mengiringi kesadaran tersebut. Minimnya pengetahuan perpajakan yang ada di masyarakat menyebabkan munculnya ketidakpatuhan yang ada dalam membayar pajak. Selain itu, karakteristik setiap masyarakat bisa dikatakan berkaitan dengan kepatuhan masyarakat tersebut dan juga sosialisasi yang ada pastinya akan menjadi suatu yang berharga untuk wajib pajak karena mereka bisa memahami secara utuh pentingnya perpajakan.

Oleh karena itu, semoga penelitian ini dapat membantu pemerintah memperoleh informasi perpajakan serta meningkatkan kesadaran pelaku *e-commerce* dalam kepatuhan pembayaran pajak dan berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian tentang kepatuhan pajak dengan judul “Analisis Kesadaran Wajib Pajak dalam Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM Jawa Barat Pada Pengguna Platform E-Commerce”.

KAJIAN TEORI

Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak ialah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Adapun menurut (Sumarsan, 2017) pajak adalah iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapatkan prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintah.

E-Commerce

Menurut (Elisabet, et al., 2017), dijelaskan dalam jurnal aplikasi *E-Commerce* 2014. *E-commerce* merupakan kepanjangan dari *electronic commerce* yang berarti perdagangan yang dilakukan secara elektronik. Dalam buku

introduction to information technology, e-commerce berarti perdagangan elektronik yang mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan, atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet (Turban, 2005:181).

Adapun (Kenneth & Jane, 2005) dalam Irawan, Rahsel, dan Udin (2017) menyebutkan bahwa *e-commerce* terdiri atas beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

1. *Business-To-Business (B2B)*

Kebanyakan *e-commerce* yang diterapkan saat ini merupakan tipe B2B. *E-Commerce* tipe ini meliputi IOS serta transaksi antar organisasi yang dilakukan di *electronic market*.

2. *Business-To-Consumers (B2C)*

Merupakan transaksi eceran dengan pembeli perorangan.

3. *Consumer-to-consumer (C2C)*

Dalam kategori ini, seorang konsumen menjual secara langsung ke konsumen lainnya.

4. *Consumer to business (C2B)*

Termasuk kategori ini adalah perseorangan yang menjual produk atau layanan ke organisasi, dan perseorangan yang mencari penjual, berinteraksi dengan mereka dan menyepakati suatu transaksi.

5. *Non Business E-Commerce*

Dewasa ini semakin banyak lembaga non-bisnis seperti lembaga akademis, organisasi keagamaan, organisasi sosial, dan lembaga-lembaga pemerintahan yang menggunakan berbagai tipe *e-commerce* untuk mengurangi biaya atau untuk meningkatkan operasi dan layanan Publik.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam SE-62/PJ/2013 telah memetakan *e-commerce* ke dalam 4 (empat) model bisnis. Model bisnis terbagi sebagai berikut:

1. *Online Marketplace*

Online Marketplace adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa toko internet dari *mall internet (online shop)* sebagai tempat *online marketplace merchant* menjual barang dan/atau jasa. Pembeli melakukan transaksi pemesanan dan pembayaran kepada *online marketplace*, yang menjadi tempat berbagai *merchant* untuk memasarkan barang dagangan mereka. *Online marketplace* hanya bertindak sebagai perantara penjualan atau jasa penyedia tempat dan waktu bagi *merchant* untuk memasarkan produk mereka. *Online marketplace* akan menerima penghasilan atau bagian sebagai jasa perantara pembayaran. Karakteristik penjualan dalam model ini adalah toko permanen di sebuah pasar *online*. Dalam sistem ini, penawaran, pemesanan dan pembayaran dilakukan secara *online*. Contoh *online marketplace* adalah Amazon.com, Tokopedia.com, Shopee.com, dan Bukalapak.com.

2. *Classified Ads*

Classified Ads adalah kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa bagi Pengiklan untuk memasang iklan yang ditujuk. Pengiklan akan melakukan pendaftaran dan memberikan persetujuan atas perjanjian yang ditetapkan oleh penyelenggara *classified Ads*. Penyelenggara

classified ads akan melakukan verifikasi, menyetujui permohonan pendaftaran dan menerbitkan invoice atas *transaction fee*. Penyelenggara *classified ads* akan memberikan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu kepada pengiklan untuk memasang iklan di situs *classified ads*.

3. *Daily Deals*

Daily deals adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs *daily deals* sebagai tempat *daily deals merchant* menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli. Model bisnis ini menggunakan *voucher* sebagai sarana pembayaran. Contoh *daily deals* adalah Lakupon.com, Dealgoing.com, dan Groupon Disdus.

4. *Online Retail*

Online retail merupakan kegiatan penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh penyelenggara *online retail* kepada Pembeli di situs *online retail*. Penyelenggara *online retail* akan menampilkan data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual melalui situs *online retail*. Pembeli akan melakukan pemesanan melalui situs *online retail*. Pembeli melakukan pembayaran melalui transfer ke rekening bank yang telah ditetapkan oleh penyelenggara *online retail*, menggunakan uang tunai (*cash on delivery*) atau dengan cara lain yang ditetapkan. Penyelenggara *online retail* akan mengirimkan barang dan/atau jasa kepada pembeli. Kegiatan penawaran dilakukan secara online, namun pemesanan dan pembayaran dapat dilakukan via *online* atau *offline*. Contoh klasifikasi ini adalah Blibli.com dan Lazada.com.

Melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018, perdagangan dalam *e-commerce* dikenakan PPh bersifat final dengan tarif pajak sebesar 0,5% dihitung dari omzet setiap bulan. Secara subjektif dan objektif, pengusaha perdagangan online/*e-commerce* dikenakan pajak PPh sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu. Wajib Pajak orang pribadi, Wajib Pajak badan berbentuk koperasi, persekutuan komanditer, firma, atau perseroan terbatas yang menerima atau memperoleh penghasilan dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp.4.800.000.000,00 dalam 1 (satu) tahun pajak dalam perdagangan online dapat digolongkan sebagai Subjek pajak orang pribadi dan subjek pajak badan. Sehingga secara umum para pelaku *e-commerce* juga mempunyai kewajiban perpajakan baik itu mulai dari pendaftaran, perhitungan, pembayaran dan pelaporan yang telah diatur dalam peraturan dan ketentuan dari Direktorat Jenderal Pajak.

Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak adalah suatu keadaan dimana wajib pajak mengetahui, mengakui, menghormati dan mentaati ketentuan perpajakan yang berlaku serta memiliki kesungguhan dan keinginan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

Menurut (Muliari & Setiawan, 2010) semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak maka semakin baik pemahaman dan pelaksanaan kewajiban perpajakan sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Kesadaran wajib pajak

terhadap fungsi pajak sebagai pembiayaan negara sangat diperlukan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian oleh Jihan dan Purwaningrum (2019) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak terhadap penjual *e-commerce*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak. Apabila wajib pajak sadar akan hak dan kewajibannya dalam membayar pajak, maka wajib pajak akan sadar akan hak dan kewajibannya yang dipatuhi pajak. Sehingga masyarakat dan khususnya para pengusaha yang menggunakan *e-commerce* patuh dalam membayar pajak kepada negara. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arisandy (2017) dan Rahayu (2017), dimana hasil penelitian menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kesadaran mempengaruhi kepatuhan wajib pajak pengusaha *e-commerce* dalam perpajakan, karena kesadaran yang sebenarnya dari dalam diri, ketika wajib pajak sadar akan kewajibannya untuk membayar pajak maka wajib pajak akan melaksanakannya tanpa paksaan.

Kesadaran wajib pajak dengan empat dimensi yaitu: persepsi wajib pajak, pengetahuan perpajakan, karakteristik wajib pajak dan penyuluhan pajak. Wajib pajak dikatakan sadar membayar pajak apabila memiliki persepsi yang positif tentang pajak, memiliki pengetahuan yang cukup tentang perpajakan, memiliki sifat yang patuh dan telah mendapatkan penyuluhan yang memadai.

Persepsi wajib pajak dalam hal ini merupakan tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu hal tentang pajak. Menurut (Ariyanto & Nuswantara, 2020) persepsi adalah salah satu aspek psikologis yang digunakan untuk merespon kehadiran ataupun gejala yang berasal dari sekitar. Dengan persepsi wajib pajak yang baik terhadap apapun kewajiban perpajakannya, maka wajib pajak akan patuh dengan sendirinya. Sebaliknya apabila wajib pajak memiliki persepsi buruk terhadap kewajiban perpajakannya, kemungkinan besar wajib pajak tidak akan patuh (Irawati & Sari, 2019)

Pemahaman akan arti dan manfaat pajak dapat meningkatkan kesadaran dari wajib pajak (Ariyanto, et al., 2020). Pengetahuan pajak merupakan proses pendewasaan pemikiran seorang wajib pajak melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Adapun pengetahuan perpajakan yang dimiliki wajib pajak adalah hal paling mendasar yang harus dimiliki wajib pajak dikarenakan tanpa adanya hal tersebut, sangat sulit bagi wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya (Ariyanto, et al., 2020).

Karakteristik individu bisa dikatakan suatu keadaan yang melekat pada setiap individu dan tentunya menggambarkan individu tersebut dengan sebenarnya. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Sabarofek & Sawaki, 2017) tentang karakteristik individu terhadap kinerja menemukan bahwa karakteristik individu dengan indikator kemampuan, sikap, nilai, dan kepribadian berpengaruh terhadap tingkah laku kinerja. Maka dari itu, tentunya hal yang melekat pada suatu wajib pajak akan berpengaruh pula terhadap apa yang akan wajib pajak tersebut lakukan.

(Sudrajat & Arles, 2015) menyebutkan bahwa sosialisasi perpajakan adalah suatu upaya yang dilakukan dalam hal memberikan informasi mengenai

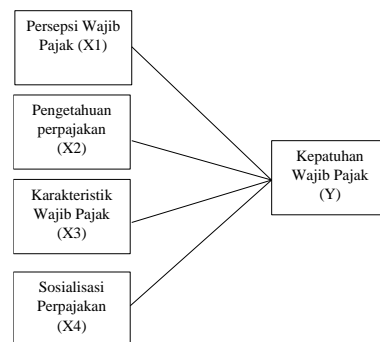
perpajakan yang bertujuan agar seseorang ataupun kelompok paham tentang perpajakan sehingga kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Sehingga bisa diasumsikan apabila wajib pajak diberikan pemahaman yang baik dan benar melalui sosialisasi, maka wajib pajak akan memiliki pengetahuan tentang pentingnya keberadaan pajak. Hal ini didukung oleh penelitian (Jannah, 2016) menemukan sosialisasi pajak yang intensif dapat meningkatkan pengetahuan wajib pajak mengenai semua hal yang berkaitan dengan perpajakan.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak adalah sikap wajib pajak yang berusaha untuk mematuhi segala peraturan perpajakan dengan tanpa dipaksa (Subekti, 2016). Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 74/PMK.03/2012 tentang Tata Cara Penetapan dan Pencabutan Penetapan Wajib Pajak dengan Kriteria Tertentu dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak menyatakan bahwa untuk dapat ditetapkan sebagai Wajib Pajak Dengan Kriteria Tertentu, Wajib Pajak harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a) Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan;
- b) Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak;
- c) Laporan Keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama 3 (tiga) tahun berturut turut; dan
- d) Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir.

Kerangka teoritis sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Menurut penelitian (Irawati & Sari, 2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Semakin tingginya persepsi wajib pajak, maka kepatuhan wajib pajak semakin tinggi pula.

H1 : Persepsi wajib pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

(Susilawati & Budhiarta, 2013) melakukan penelitian terhadap pengaruh pengetahuan perpajakan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan antara pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dalam penelitian yang

dilakukan oleh Bernard dkk. (2018) juga menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

H2 : Pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Apriani, et al., 2019) pada penelitiannya membuktikan hasil bahwa karakteristik personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, ini memberikan arti jika wajib pajak memiliki karakteristik personal yang baik maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat juga.

H3 : Karakteristik wajib pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ananda, et al., 2015) dan (Cahyadi & Jati, 2016) mendapatkan hasil bahwa sosialisasi berpengaruh positif terhadap kepatuhan, sehingga menunjukkan bahwa semakin sering diadakannya sosialisasi kepada masyarakat, maka seseorang akan mendapatkan banyak informasi yang sebagian orang tidak ketahui terkait perpajakan. Sehingga masyarakat masyarakat dapat lebih taat dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Hasil dari Yanto dan Sari (2022),Lestary dkk. (2021),Lestari & Daito (2020) dan Wahyono dkk. (2018) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

H4 : Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini yang digunakan adalah jenis penelitian data kuantitatif. Metode ini dilakukan dengan tujuan mengetahui respon secara langsung dari setiap subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini merupakan para pelaku usaha UMKM yang berada pada wilayah Jawa Barat. Adapun yang menjadi sampel yaitu para wajib pajak sekaligus merupakan pemilik usaha UMKM yang menjadi sasaran dalam penelitian ini dan terutama yang telah menggunakan *platform e-commerce*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu memperoleh sumber data primer melalui metode pengumpulan data observasi, angket penyebaran (kuesioner), wawancara, studi kepustakaan dan juga dokumentasi. Teknik analisis data penelitian ini analisis regresi linier berganda yaitu teknik melalui koefisien parameter untuk mengetahui besarnya variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas dan Reabilitas Data

Apabila nilai r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner dikatakan valid. Untuk penelitian kami, r tabel diperoleh dengan derajat kebebasan $(N-2)$ atau $106-2 = 104$. Dengan pengujian 1 (satu) sisi (signifikansi = ...) diperoleh hasil dari r tabel sebesar 0,1909.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	Sig. (2-tailed)	R hitung	R tabel	Keterangan
Persepsi Wajib Pajak (X1)	1	.000	0,931	0,1909	Valid
	2	.000	0,930	0,1909	Valid
	3	.000	0,900	0,1909	Valid
	4	.000	0,901	0,1909	Valid
Pengetahuan Perpajakan (X2)	5	.000	0,808	0,1909	Valid
	6	.000	0,931	0,1909	Valid
	7	.000	0,932	0,1909	Valid
	8	.000	0,924	0,1909	Valid
Karakteristik Wajib Pajak (X3)	9	.000	0,877	0,1909	Valid
	10	.000	0,913	0,1909	Valid
Sosialisasi Perpajakan (X4)	11	.000	0,866	0,1909	Valid
	12	.000	0,873	0,1909	Valid
	13	.000	0,830	0,1909	Valid
	14	.000	0,832	0,1909	Valid
	15	.000	0,753	0,1909	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	16	.000	0,464	0,1909	Valid
	17	.000	0,600	0,1909	Valid
	18	.000	0,608	0,1909	Valid
	19	.000	0,625	0,1909	Valid
	20	.000	0,767	0,1909	Valid
	21	.000	0,806	0,1909	Valid
	22	.000	0,735	0,1909	Valid
	23	.000	0,851	0,1909	Valid
	24	.000	0,850	0,1909	Valid
	25	.000	0,851	0,1909	Valid
	26	.000	0,814	0,1909	Valid
	27	.000	0,795	0,1909	Valid
	28	.000	0,615	0,1909	Valid
	29	.000	0,618	0,1909	Valid

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel yang disajikan, diketahui bahwa seluruh item dikatakan valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas untuk Persepsi Wajib Pajak

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,935	4

Sumber : data diolah

Pada tabel diatas, diketahui nilai *cronbach's alpha* $0,935 > 0,6$ sehingga variabel persepsi wajib pajak adalah reliabel.

Tabel 3. Uji Reliabilitas untuk Pengetahuan Perpajakan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,918	4

Sumber : data diolah

Pada tabel diatas, diketahui nilai *cronbach's alpha* $0,918 > 0,6$ sehingga variabel pengetahuan perpajakan adalah reliabel.

Tabel 4. Uji Reliabilitas untuk Karakteristik Wajib Pajak

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,747	2

Sumber : data diolah

Pada tabel diatas, diketahui nilai *cronbach's alpha* $0,747 > 0,6$ sehingga variabel karakteristik wajib pajak adalah reliabel.

Tabel 5. Uji Reliabilitas untuk Sosialisasi Perpajakan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,887	5

Sumber : data diolah

Pada tabel diatas, diketahui nilai *cronbach's alpha* $0,887 > 0,6$ sehingga variabel sosialisasi perpajakan adalah reliabel.

Tabel 6. Uji Reliabilitas untuk Kepatuhan Wajib Pajak

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,926	14

Sumber : data diolah

Pada tabel diatas, diketahui nilai *cronbach's alpha* $0,926 > 0,6$ sehingga variabel kepatuhan wajib pajak adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Tabel 7. Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Normalitas	Heteroskedastisitas	Multikolinearitas	
			Tolerance	VIF
Persepsi Wajib Pajak	0,818	,253	,512	1,952
Pengetahuan Perpajakan		,170	,375	2,665
Karakteristik Wajib Pajak		,855	,404	2,473
Sosialisasi Perpajakan		,202	,568	1,760

Dependen Variabel : Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel diatas, diketahui hasil uji asumsi klasik, yang mana hasil pengujian tersebut menunjukkan data terdistribusi secara normal karena hasil yang diperoleh sebesar $0,818 > 0,05$. Adapun dalam pengujian heteroskedastisitas menunjukkan nilai sig. masing-masing sebesar $0,253 > 0,05$ untuk X1, $0,170 > 0,05$

untuk X2, $0,855 > 0,05$ untuk X3, dan yang terakhir X4 diperoleh $0,202 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas. Pada pengujian Multikolinearitas diketahui dari masing-masing variabel diperoleh nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 sehingga model regresi tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 8. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
X1	106	8	20	14,82	3,042
X2	106	5	20	13,15	3,593
X3	106	2	10	6,74	1,790
X4	106	5	20	12,53	3,398
Y	106	18	68	43,97	9,992

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa variabel persepsi wajib pajak (X1) memiliki nilai rata-rata 14,82 yang mana hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung menjawab setuju dengan nilai minimum 8 dan maksimum 20. Untuk variabel pengetahuan perpajakan (X2) memiliki rata-rata 13,15 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung menjawab setuju dengan nilai minimum 5 dan nilai maksimum 20. Pada variabel karakteristik wajib pajak mendapatkan nilai rata-rata 6,74 dimana hal tersebut menunjukkan sebagian besar responden cenderung menjawab setuju dengan nilai minimum 2 dan maksimum 10. Variabel sosialisasi perpajakan (X4) memiliki nilai rata-rata 12,53 hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung menjawab setuju dengan nilai minimum 5 dan maksimum 20. Lalu, variabel kepatuhan wajib pajak (Y) memiliki nilai rata-rata 43,97 yang diketahui bahwa sebagian besar responden cenderung menjawab setuju dengan nilai minimum 18 dan nilai maksimum 68.

4. Analisis Regresi

Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini, analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas yang dimiliki memengaruhi variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini diantaranya terdiri atas persepsi wajib pajak (X1), pengetahuan perpajakan (X2), karakteristik wajib pajak (X3), sosialisasi perpajakan (X4), dan yang menjadi variabel terikatnya yaitu kepatuhan wajib pajak (Y). Berikut merupakan hasil pengolahan data, analisis regresi linear berganda yang disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	11,666	3,301
Persepsi Wajib Pajak	-,106	,287
1 Pengetahuan Perpajakan	1,113	,284
Karakteristik Wajib Pajak	1,541	,549
Sosialisasi Perpajakan	,707	,244

Variabel Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber : data diolah

Persamaan regresi variabel dependen dan independen dari tabel 9 adalah sebagai berikut:

$$Y = 11,666 - 0,106 X_1 + 1,113 X_2 + 1,541 X_3 + 0,707 X_4 + e$$

Nilai konstanta sebesar 11,666 menyatakan bahwa apabila variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata kepatuhan wajib pajak yaitu sebesar 11,666. Koefisien regresi dari persepsi wajib pajak sebesar -0,106 memiliki arti bahwa apabila terdapat penambahan persepsi wajib pajak sebesar 1 (satu) tingkat, maka kepatuhan wajib pajak akan menurun sebesar 0,106. Selanjutnya, koefisien pengetahuan perpajakan sebesar 1,113 yang berarti bahwa apabila terdapat penambahan pengetahuan perpajakan sebanyak 1 (satu) tingkat, maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat sebesar 1,113. Pada koefisien regresi karakteristik wajib pajak sebesar 1,541 berarti bahwa apabila terdapat penambahan karakteristik wajib pajak sebanyak 1 (satu) tingkat, maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat sebesar 1,541. Adapun koefisien regresi sosialisasi perpajakan sebesar 0,707 yang berarti bahwa apabila terdapat penambahan sosialisasi perpajakan sebesar 1 (satu) tingkat, maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat sebesar 0,707.

Uji T

Uji T ini umumnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel lainnya konstan. Penetapan untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak pada penelitian kami yaitu dengan melihat nilai signifikan dari hasil uji. Suatu variabel independen dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan jika nilai probabilitas atau nilai signifikannya kurang dari 0,05. Namun, apabila sebaliknya yang mana nilai tersebut lebih dari 0,05, artinya tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Disisi lain, uji t bisa dilakukan dengan membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Nilai t tabel ditentukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$.

Tabel 10. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,666	3,301		3,534	,001
1 Taxpayer Perception	-,106	,287	-,032	-,367	,714
Tax Knowledge	1,113	,284	,400	3,916	,000
Taxpayer Characteristics	1,541	,549	,276	2,806	,006
Tax Socialization	,707	,244	0,24	2,897	,005

Variabel Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil pada tabel diatas dapat dikatakan bahwa variabel persepsi wajib pajak (X1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,714, sehingga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, secara parsial variabel persepsi wajib pajak (X1) ini diperoleh nilai t hitung sebesar -0,367 yang mana lebih besar daripada t tabel (-1,98). Adapun variabel independen pengetahuan perpajakan (X2), karakteristik wajib pajak (X3), dan sosialisasi perpajakan (X4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari probabilitas signifikansi yang lebih kecil daripada 0,05. Ketiga variabel independen tersebut memiliki nilai t hitung yang lebih besar daripada t tabel (1,98). Maka, dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa X2 sebesar 3,916 > 1,98, X3 sebesar 2,806 > 1,98, dan X4 sebesar 2,897 > 1,98, sehingga ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

Uji F

Uji F ini dilakukan dalam hal untuk menunjukkan suatu hubungan atau pengaruh dari variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini, uji pengaruh dari variabel independen secara bersama-sama digunakan untuk menguji hipotesis kelima dimana terdapat pengaruh secara bersama-sama diantara persepsi wajib pajak, pengetahuan perpajakan, karakteristik wajib pajak, dan sosialisasi perpajakan. Berikut merupakan hasil uji F yang disajikan ke dalam bentuk tabel.

Tabel 11. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6336,693	4	1584,173	38,590	,000 ^b
Residual	4146,222	101	41,052		
Total	10482,915	105			

- a. Variabel Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak
- b. Predictors : (Constant), Sosialisasi Perpajakan, Persepsi Wajib Pajak, Karakteristik Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan.

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel hasil uji f, dapat dilihat bahwa penelitian ini memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil daripada 0,05. Hasil pengujian yang ada juga menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$. F_{hitung} pada penelitian ini memiliki nilai sebesar 38,590, sedangkan F_{tabel} (k; n-k) pada penelitian ini sebesar 2,46. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 5 diterima yang artinya variabel persepsi wajib pajak, pengetahuan perpajakan, karakteristik wajib pajak, dan sosialisasi perpajakan berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,777 ^a	0,604	0,589	6,407

- a. Variabel Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak
- b. Predictors : (Constant), Sosialisasi Perpajakan, Persepsi Wajib Pajak, Karakteristik Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan.

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel 12, dapat dilihat bahwa R^2 memperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0/589 yang menunjukkan bahwa variasi variabel independen yang diuji pada penelitian ini yaitu persepsi wajib pajak, pengetahuan perpajakan, karakteristik wajib pajak, dan sosialisasi perpajakan hanya dapat menjelaskan 58,9% variasi variabel kepatuhan wajib pajak. Sisanya yaitu sebesar 41,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model baik yang berasal dari faktor internal, maupun eksternal yang bisa memengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan pengujian sebelumnya, pengaruh variabel persepsi wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak menunjukkan angka negatif, yang berarti bahwa penelitian ini memberikan hasil jika H_1 ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anges dkk. (2018) dan (Irawati & Sari, 2019), yang menyatakan bahwa persepsi wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sella & Pusposari (2020), yang menyatakan bahwa hasil penelitian mereka untuk variabel persepsi keadilan pajak berpengaruh negatif terhadap kesediaan untuk patuh pajak.

Adapun beberapa faktor lain yang mungkin membuat hasil penelitian ini tidak sesuai adalah persepsi wajib pajak yang merasa tidak mendapatkan manfaat dari membayar pajak meskipun manfaat yang diperoleh wajib pajak tidak langsung diperoleh.

Disisi lain, perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya juga dapat disebabkan oleh faktor lain dan kondisi yang berbeda selama masa pandemi

COVID-19. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh Hanik & Pusposari (2022) mengungkapkan bahwa faktor lain yang menjadi penyebab kurangnya pengaruh antara persepsi keadilan dengan kepatuhan pajak adalah cara pandang atau penilaian wajib pajak UMKM terhadap sistem perpajakan di masa pandemi COVID-19 yang mengharuskan semuanya serba online.

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa ada pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Artinya jika pengetahuan perpajakan dimiliki oleh wajib pajak maka kemungkinan besar tingkat kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Sebaliknya jika pengetahuan perpajakan kurang baik maka tingkat kepatuhan wajib pajak cenderung menurun.

(Susilawati & Budhiarta, 2013) melakukan penelitian terhadap pengaruh pengetahuan perpajakan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan antara pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh mereka. Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Bernard dkk. (2018) menyimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Karakteristik Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa hipotesis ketiga yaitu karakteristik wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak diterima. Variabel karakteristik wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Artinya jika karakteristik wajib pajak meningkat maka tingkat kepatuhan wajib pajak akan meningkat.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Apriani, et al., 2019) pada penelitiannya membuktikan hasil bahwa karakteristik personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, ini memberikan arti jika wajib pajak memiliki karakteristik personal yang baik maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat juga. Wahyuni & Amin (2021) juga memperkuat penelitian ini yang mana menyimpulkan bahwa karakteristik wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Variabel sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan kata lain, jika sosialisasi perpajakan meningkat, kepatuhan wajib pajak juga akan meningkat. Hasil dari penelitian ini juga relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yanto dan Sari (2022) dan Wahyono dkk. (2018) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan yang diantaranya adalah sebagai berikut: (1) Persepsi wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini memberikan makna bahwa tinggi rendahnya persepsi atau pandangan wajib pajak terhadap perpajakan tidak

berpengaruh secara langsung terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak tersebut. (2) Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman dan pengetahuan perpajakan wajib pajak, maka semakin tinggi juga tingkat kepatuhan wajib pajak dan sebaliknya, apabila pengetahuan perpajakan yang dimiliki wajib pajak itu rendah maka tingkat kepatuhan wajib pajak juga akan menurun. (3) Karakteristik wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut menggambarkan bahwa apabila wajib pajak memiliki karakter personal yang baik maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak tersebut. (4) Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat sosialisasi perpajakan yang dilakukan, maka akan semakin tinggi juga kepatuhan wajib pajak karena seringkali mendapatkan informasi yang relevan terkait perpajakan.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan terkait dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut: (1) Bagi pemerintah, yaitu pemerintah selaku pihak yang berwenang dalam membuat keputusan dan kebijakan diharapkan bisa memberikan kepastian hukum dan juga kejelasan dari setiap kebijakan yang dikeluarkan khususnya dalam bidang perpajakan, sehingga warga negara semakin merasakan keberadaan pajak, sadar akan pentingnya pajak, dan patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. (2) Bagi instansi, sebagai wakil dari pemerintah, instansi pajak diharapkan dapat lebih peka terhadap keberadaan sekitar atau masyarakatnya. Instansi harus bisa memperhatikan wajib pajak terutama yang belum menjalankan kewajiban perpajakannya, agar dapat membantu menjadikan wajib pajak yang patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Adapun melalui instansi pendidikan bisa memberikan edukasi sejak dini terkait perpajakan yang berlaku di Indonesia, agar masyarakat paham dan siap ketika menjadi wajib pajak. (3) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah atau mengubah variabel bebas yang memiliki keterkaitannya dengan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak serta dapat menambah sampel penelitian dengan memperluas jangkauan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainul, N. K. I. K., & Susanti. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Dan Penerapan Sistem E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Wonocolo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 15(1), 9–19.
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*.
- Ananda, R. D., Srikandi, K., & Husaini, A. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Umkm Yang Terdaftar Sebagai Wajib Pajak Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu). *Jurnal Perpajakan*, 6(2), 1–9.
- Angesti, N. K. D., Wahyuni, M. A., & Yasa, I. N. P. (2018). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Umkm Atas Pemberlakuan Peraturan Pemerintah Nomor 23

- Tahun 2018 Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Perpajakan. *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 9(1).
- Anggraini, Elisabet Yunaeti, And Ratnasari. "Perancangan Aplikasi E-Commerce Pada Toko Jam Tangan Alexander." *Jurnal Tam (Technology Acceptance Model) 2 (2017)*. : 20-25.
- Apriani, K. ., Icih, I., & Kurniawan, A. (2019). The Effect Of Taxpayer's Knowledge Of Taxation Regulations, Knowledge Of Information Services For Motor Vehicle Tax Payment And Police Operations On Compliance With Compliance Tax. *Jtar (Journal Of Taxation Analysis And Review)*, 1(01), 77–95.
- Arisandy, N. (2017). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Bisnis Online Di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 62–71.
- Ariyanto, D., & Nuswantara, D. A. (2020). Pengaruh Persepsi Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. 8(3).
- Ariyanto, D., Andayani, Weni, G. A. P., & Dwija, I. G. A. M. A. (2020). Influence Of Justice, Culture And Love Of Money Towards Ethical Perception On Tax Evasion With Gender As Moderating Variable. *Journal Of Money Laundering Control*, 23(1).
- Bernard, Om, Memba, Fs, & Oluoch, O. (2018). Pengaruh Pengetahuan Pajak Dan Kesadaran Terhadap Kepatuhan Pajak Di Antara Investor Di Zona Pemrosesan Ekspor Di Kenya. *Jurnal Internasional Penelitian Dan Manajemen Ilmiah*, 6(10), 728–733.
- Cahyadi, I. M. W., & Jati, I. K. (2016). Pengaruh Kesadaran, Sosialisasi, Akuntabilitas Pelayanan Publik Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi*, 16(3), 2342–2373.
- Cahyadini, A., & Margana, I. O. (2018). Kebijakan Optimasi Pajak Penghasilan Dalam Kegiatan E-Commerce. *Veritas Et Justitia*, 4(2), 358–388.
- Darwati, Y. (2015). Keterlambatan Mahasiswa Dalam Studi Ditinjau Dari Teori Atribusi Dari Weiner. *Universum : Jurnal Keislaman Dan Kebudayaan*, 9(1), 57–65.
- Hanik, R., & Pusposari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keadilan, Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Pada Masa Covid 19 (Studi Pada Umkm Di Kota Blitar Terkait Pmk 9 Tahun 2021). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 10(1).
- Haryaningsih, S., & Abao, A. S. (2020). Strategi Pembentukan Sikap Wajib Pajak Dalam Mewujudkan Program Electronic Filing (E-Filing) Di Kota Pontianak Dengan Pemahaman Menuju Era Ekonomi Digital. *Reformasi Administrasi*, 7(2), 145–149.
- Hasanudin, A. I., Ramdhani, D., & Giyantoro, M. D. B. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak Online Shopping Di Jakarta: Urgensi Antara E-Commerce Dan Jumlah Pajak Yang Disetor. *Tirtayasa Ekonomika*, 15(1), 65–85.
- Indrajit, R. . (2016). Electronic Commerce. *In Vikalpa (Vol. 29, Issue 3)*.
- Irawati, W., & Sari, A. K. (2019). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Dan Preferensi Risiko Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 3(2),

104–114.

- Irwansah, & Akbal, M. (2014). Pelaksanaan Sosialisasi Perpajakan Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kota Makassar. *Jurnal Tomalebbi*, 1(2), 19–32.
- Jannah, S. Z. (2016). Pengaruh Pengetahuan, Penghasilan, Manfaat Atas Npwp, Sanksi, Dan Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Umkm Dalam Memiliki Npwp (Studi Di Kpp Pratama Surakarta).
- Jihan, M., & Purwaningrum, S. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, Lingkungan Dan Keadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce*.
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal Aktual*, 15(2), 109.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Pajak. (2013). Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor Se- 62/Pj/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Pajak (2012), Tentang Tata Cara Penetapan Dan Pencabutan Penetapan Wajib Pajak Dengan Kriteria Tertentu Dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak Menyatakan Bahwa Untuk Dapat Ditetapkan Sebagai Wajib Pajak Dengan Kriteria Tertentu.
- Kenneth C. Laudon, Jane P. Laudon. 2005. *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*. 8 Ed. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lestari, Sml, & Daito, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan Dan Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Desa Tobat Kecamatan Balaraja Kabupaten Tangerang Provinsi Banten). *Dinasti Internasional Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(5), 732-739.
- Lestary, Sr, Sueb, M., & Yudianto, I. (2021). Pengaruh Keadilan Pajak, Sosialisasi Pajak Dan Pemahaman Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak: Studi Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Audit Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 87–99.
- Magdalena, F. C. S., & Frederica, D. (2021). Kepatuhan Perpajakan Dari Pelaku E-Commerce (Eksperimen Pada Mahasiswa Akuntansi Di Universitas Kristen Krida Wacana). *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (Peta)*, 6(1), 52–61.
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2018*. In Penerbit Andi.
- Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm E-Commerce. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 21–26.
- Muliari, N. K., & Setiawan, P. E. (2010). Pengaruh Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Pada Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. *E-Jurnal Akuntansi*, 1–23.
- Mumu, A., Sondakh, J. J., & Suwetja, I. G. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan

- Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kecamatan Sonder Kabupaten Minahasa. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 15(2), 175–184.
- Nugraheni, A. D., & Purwanto, A. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Di Kota Magelang). *Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*.
- Patriandari, P., & Safitri, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pengguna E-Commerce. *Akrual*, 3(1), 15–29.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018, 1–9 Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Perdana, E. S., & Dwirandra, A. A. N. . (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1458.
- Pradnyana, I. G. G. O., & Astakoni, I. M. P. (2018). Kesadaran, Pengetahuan Dan Pemahaman Serta Persepsi Wajib Pajak Sebagai Determinan Kemauan Membayar Pajak. *Jurnal Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 10(1), 77–88.
- Pratama, Ra, & Mulyani, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Pajak, Sanksi Perpajakan, Dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (Jea)*, 1(3), 1293–1306.
- Prawagis, F. D., Z. A, Z., & Mayowan, Y. (2016). Pengaruh Pemahaman Atas Mekanisme Pembayaran Pajak, Persepsi Tarif Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm (Studi Pada Wajib Pajak Yang Terdaftar Di Kpp Pratama Batu). *Jurnal Mahasiswa Perpajakan (Jejak)*, 10(1), 1–8.
- Primasari, N. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 60–79.
- Rahayu, N. (2017). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak, Dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Manajemen Retail Indonesia*, 1(1), 15–30.
- Sabarofek, M. S., & Sawaki, M. E. (2018). Pengaruh Karakteristik Individu, Budaya Kerja Dan Perilaku Individu Terhadap Kinerja Pegawai: Studi Kasus Pada Pt. Televisi Mandiri Papua. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 93.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Busines: A Skill Builing Approach*. In *John Wiley & Sons*.
- Sella, Nf, & Pusposari, D. (2020). Pengaruh Kemudahan Pajak, Keadilan Pajak, Dan Sosialisasi Pajak Pp Nomor 23 Tahun 2018 Terhadap Kemauan Wajib Pajak Umkm Untuk Patuh Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb Universitas Brawijaya*, 8(1), 1–17.
- Subekti. (2016). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Preferensi Risiko Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Badan Hotel Di Diy). *Retrieved From*

Repository.Umy.Ac.Id

- Sudiartana, I. M., & Mendra, N. P. Y. (2017). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak. *Proceeding Team*, 2, 184–195.
- Sudrajat, A., & Arles, P. O. (2015). Pemanfaatan Teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Perpajakan, Dan Kepatuhan Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan Jrap*, 2(2).
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi Dan R&D). In *Alfabeta Bandung*.
- Sumarsan, T. (2017). *Perpajakan Indonesia: Vol. Edisi 5*. Pt. Indeks.
- Supadmi, N. ., & Suputra, D. . D. (2016). Persepsi Wajib Pajak Atas Pemberlakuan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 Dan Pengaruhnya Pada Kepatuhan Perpajakan (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 22(2), 95–107.
- Susilawati, K. E., & Budiarta, K. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Perpajakan Dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2, 345–357.
- Tanilasari, Y., & Gunarso, P. (2017). Analisis Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 3(1), 1–9.
- Turban, E., Rainer, R. K., & Potter, R. E. (2012). *Introduction To Information Technology*. New York, Ny: John Wiley & Sons.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan. In Kementerian Sekretariat Negara.
- Wahyono, Fe, Rahmawati, S., Lubis, F., & Simanjuntak, Th (2018). Pengaruh Pemeriksaan Pajak, Sanksi Pajak, Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Pada Kpp Kota Tangerang. *Forum Ekonomi*, 20(2), 64–73.
- Wahyuni, & Amin, A. (2021). Karakteristik Personal, Moralitas Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Eba: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 1–12.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1).
- Wicaksono, B. (2018). Meningkatkan Potensi Pajak Umkm Online Melalui Data E-Commerce. *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 141–161.
- Yanto, Aff, & Sari, Ri. P. (2022). Pengaruh Penyuluhan Wajib Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kpp Pratama Surabaya Mulyorejo. *Jurnal Akuntansi Realible*, 1(2), 1–7.