

LAPORAN PENELITIAN



**PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SOSIALISASI, SANKSI
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB
PAJAK UMKM DI DEPOK TOWN SQUARE**

**Ivandi Maulana
Khoirina Farina**

**UNIVERSITAS TRILOGI
TAHUN 2025**

LEMBAR PENGESAHAN
PENELITIAN UNIVERSITAS TRILOGI

Judul Penelitian : PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SOSIALISASI, SANKSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DI DEPOK TOWN SQUARE

Kode>Nama Rumpun Ilmu :

Ketua Peneliti

- a. Nama Lengkap : Khoirina Farina
- b. NIDN : 0312017402
- c. Jabatan Fungsional :
- d. Program Studi : Akuntansi
- e. Nomor HP :
- f. Alamat E-Mail : muhammadmahfud112@gmail.com

Anggota Peneliti (1)

- a. Nama Lengkap : Ivandi Maulana
- b. NIDN :

Anggota Peneliti (2)

- a. Nama Lengkap : -
- b. NIDN :

Biaya Penelitian : - diusulkan ke Universitas Trilogi Rp 1.500.000
- *inkind* sebutkan

Mengetahui,
Ketua Program Studi Akuntansi

Jakarta, 15 Juli 2025
Ketua Tim Peneliti



(Sri Opti, SE.,Ak.,MM., CA., CertIPSAS)
NIK 89071201



(Khoirina Farina, SE.,MS.Ak)
NIK 02041201

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Humaniora



(Dr. Ati Herawati, M.Si.)
NIK 200904

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM di Depok Town Square. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Sampel penelitian terdiri dari 96 responden yang merupakan pelaku UMKM. Variabel yang diteliti meliputi pengetahuan perpajakan, sanksi pajak, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan dari otoritas pajak. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pihak otoritas perpajakan dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang tepat guna meningkatkan tingkat kepatuhan pajak, khususnya di sektor UMKM

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Pengetahuan Perpajakan; Sanksi Perpajakan; Sosialisasi Perpajakan

DAFTAR ISI

Contents

LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	4
BAB I PENDAHULUAN	6
1.1 Latar Belakang	6
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Attribution Theory	9
2.2 Pengetahuan Perpajakan.....	9
2.3 Sanksi Perpajakan	10
2.4 Sosialisasi Perpajakan	10
2.5 Kualitas Pelayanan	10
2.6 Kepatuhan Wajib Pajak.....	10
2.7 Hipotesis Penelitian.....	11
2.7.1 Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM ..	11
2.7.2 Pengaruh Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.....	12
2.7.3 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.....	12
2.7.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.....	13
2.8 Kerangka Konseptual	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Pendekatan Penelitian	15
3.2 Populasi dan Sampel	15
3.3 Teknik Pengumpulan Data	16
3.2 Definisi Operasional	16
3.4 Metode Analisis Data	17
3.4.1 Analisis Verifikatif	17
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	21

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	28
5.1 Kesimpulan	28
DAFTAR PUSTAKA	29

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia karena perannya yang besar dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)(Agustina, 2016; Maili, 2022; Rizki & Farina, 2022). Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan di kalangan wajib pajak, khususnya pelaku UMKM, masih sangat terbatas. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami kewajiban perpajakan mereka, baik dalam hal peraturan yang berlaku maupun prosedur yang harus diikuti(Maili, 2022). Hal ini berdampak pada rendahnya tingkat kepatuhan pajak di sektor ini. Selain itu, meskipun sanksi pajak telah diterapkan untuk mendorong kepatuhan, sering kali sanksi tersebut dirasakan kurang efektif karena tidak disertai dengan pendekatan edukatif yang memadai(Agni & Masripah, 2023). Menurut Agni & Masripah, (2023), sosialisasi perpajakan yang kurang intensif dan kurang tepat sasaran juga menjadi salah satu faktor penyebab rendahnya pemahaman dan kesadaran perpajakan di kalangan pelaku UMKM. Untuk itu, peran kualitas pelayanan dari otoritas pajak menjadi sangat penting. Kemudahan dalam mengakses informasi perpajakan, pelayanan konsultasi yang responsif, serta profesionalisme petugas pajak dapat meningkatkan persepsi positif pelaku UMKM terhadap kewajiban perpajakan mereka (Brata et al., 2017). Dengan meningkatnya pemahaman, kesadaran, dan kualitas pelayanan yang lebih baik, diharapkan tingkat kepatuhan pajak di kalangan pelaku UMKM dapat meningkat. UMKM di Depok Town Square dipilih sebagai objek penelitian karena kawasan ini merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi di Kota Depok yang menampung berbagai jenis usaha mikro, kecil, dan menengah. Keberadaan UMKM yang beragam dan aktif menjadikan Depok Town Square representatif untuk menggambarkan perilaku wajib pajak UMKM dalam konteks kepatuhan pajak. Selain itu, aksesibilitas dan konsentrasi pelaku usaha di lokasi ini mempermudah

proses pengumpulan data dan observasi lapangan secara langsung. Penelitian ini penting karena kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu faktor kunci dalam optimalisasi penerimaan negara dari sektor perpajakan, khususnya di kalangan UMKM yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Rendahnya tingkat kepatuhan dapat menghambat upaya pemerintah dalam memperluas basis pajak. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan, seperti pengetahuan perpajakan, sanksi, sosialisasi, dan kualitas pelayanan, menjadi langkah strategis dalam merancang kebijakan yang lebih efektif dan tepat sasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan permasalahan yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM ?
2. Apakah sanksi berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM?
3. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris tentang:

1. Untuk mengetahui pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM
2. Untuk mengetahui sanksi berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.
3. Untuk mengetahui sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib

Pajak UMKM

4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM?

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Attribution Theory

Teori ini pertama kali dikembangkan oleh **Fritz Heider** pada tahun **1958**, melalui bukunya yang berjudul "*The Psychology of Interpersonal Relations*". Ia dianggap sebagai pencetus awal teori ini, dengan gagasan bahwa manusia cenderung mencari penyebab di balik perilaku baik perilaku sendiri maupun orang lain. Dalam konteks kepatuhan pajak, teori ini memberikan pemahaman bahwa perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan dipengaruhi oleh bagaimana mereka mengatribusikan alasan di balik tindakan tersebut. Wajib pajak yang patuh biasanya melakukan atribusi internal, seperti keyakinan moral, kesadaran hukum, dan rasa tanggung jawab sebagai warga negara. Sebaliknya, wajib pajak yang tidak patuh cenderung membuat atribusi eksternal, misalnya menyalahkan sistem perpajakan yang tidak adil, rendahnya transparansi pemerintah, atau minimnya manfaat langsung dari pajak yang dibayarkan. Oleh karena itu, Attribution Theory menegaskan bahwa persepsi dan interpretasi individu terhadap faktor internal dan eksternal sangat berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pajak. Pemerintah dan otoritas pajak dapat meningkatkan kepatuhan dengan membangun kepercayaan publik, menciptakan sistem yang adil dan transparan, serta memperkuat nilai-nilai moral dan tanggung jawab sosial masyarakat.

2.2 Pengetahuan Perpajakan

Pengetahuan perpajakan merupakan pemahaman yang dimiliki Wajib Pajak terkait hak dan kewajiban perpajakan, seperti NPWP, tarif pajak, sanksi, serta tata cara pembayaran dan pelaporan pajak (Purba et al., 2023). Menurut (Ermawati & Afifi, 2021; Tene et al., 2017) menambahkan bahwa pengetahuan ini mencakup perubahan dari tidak tahu menjadi tahu tentang peraturan perpajakan. .

2.3 Sanksi Perpajakan

Sanksi perpajakan merupakan hukuman yang diberikan kepada Wajib Pajak yang melanggar peraturan perpajakan (Ermawati & Afifi, 2021). Sanksi ini bertujuan untuk menumbuhkan kepatuhan melalui efek jera (Mandowally et al., 2020). Dengan demikian, sanksi perpajakan dapat disimpulkan sebagai bentuk hukuman yang bertujuan mendorong Wajib Pajak agar tidak mengulangi pelanggaran dan lebih patuh terhadap kewajibannya.

2.4 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi adalah proses belajar melalui interaksi sosial yang membentuk cara berpikir, merasakan, dan bertindak, yang penting untuk mendorong partisipasi sosial yang efektif (Maxuel & Primastiwi, 2021). Upaya pemerintah untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat dalam bentuk informasi, pemahaman, dan pengarahan dikenal dengan inisiatif sosialisasi (Agni & Masripah, 2023). Direktorat Jenderal Pajak berupaya mengedukasi dan memberikan pencerahan kepada masyarakat mengenai permasalahan perpajakan agar dapat mengambil keputusan terkait perpajakan secara akurat.

2.5 Kualitas Pelayanan

Pelayanan pajak adalah bantuan berupa penyuluhan, bimbingan, atau konsultasi dari petugas pajak kepada masyarakat, yang bertujuan membantu pemenuhan kewajiban perpajakan. Pelayanan yang efektif membutuhkan petugas yang kompeten agar Wajib Pajak dapat patuh dan tepat waktu dalam membayar serta melaporkan pajaknya (Andreansyah & Farina, 2022).

2.6 Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan Wajib Pajak adalah tingkat kesadaran dan kesanggupan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, seperti membayar, melaporkan, dan menyetor pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Andreansyah & Farina,

2022; Maili, 2022). Kepatuhan ini mencerminkan kedisiplinan Wajib Pajak dalam mengikuti peraturan perpajakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah (Dewi et al., 2020; Sandria et al., 2023)

2.7 Hipotesis Penelitian

2.7.1 Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Pengetahuan mengenai peraturan perpajakan memiliki peranan penting dalam menumbuhkan perilaku patuh Wajib Pajak. Mustahil mengharapkan kepatuhan dari Wajib Pajak apabila mereka tidak memahami peraturan perpajakan yang berlaku. Semakin tinggi pengetahuan perpajakan yang dimiliki oleh Wajib Pajak UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan mereka terhadap peraturan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai perpajakan akan mendorong Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya secara tepat waktu dan benar. Dengan demikian, pengetahuan perpajakan menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak. Wajib Pajak yang memiliki pemahaman yang baik tentang pajak cenderung memiliki kesadaran diri untuk membayar pajak secara patuh (Ermawati & Afifi, 2018). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Wajib Pajak yang memahami peraturan perpajakan dengan baik cenderung lebih patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakannya (Tene et al., 2017)(Ermawati & Afifi, 2018)(Maili, 2022)(Mandowally et al., 2020). Pemahaman yang memadai terhadap aturan pajak membantu Wajib Pajak mengetahui hak dan kewajibannya secara akurat, sehingga dapat meminimalkan kemungkinan terjadinya pelanggaran yang tidak disengaja. Meskipun demikian, temuan berbeda disampaikan oleh Saprudin et al. (2020), Soda et al. (2021), serta (Sandria et al., 2023)(Rizki & Farina, 2022) (Wardani & Rumiya, 2017)(Mianti & Budiwitjaksono, 2021) yang mengungkapkan bahwa tingkat kepatuhan pajak tidak selalu dipengaruhi secara langsung oleh pemahaman terhadap peraturan perpajakan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa ada faktor lain yang juga memengaruhi perilaku kepatuhan, seperti kesadaran moral, persepsi terhadap keadilan sistem perpajakan, serta efektivitas pengawasan oleh pemerintah. Dalam konteks pelaku usaha mikro, kecil,

dan menengah (UMKM), peningkatan pengetahuan perpajakan tetap memiliki peran penting dalam mendorong kepatuhan, karena pemahaman yang lebih baik dapat membantu mereka membayar pajak secara tepat dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi, khususnya di negara berkembang.

H₁: Pengetahuan Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

2.7.2 Pengaruh Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sanksi pajak merupakan salah satu instrumen dalam sistem perpajakan yang bertujuan untuk menegakkan kepatuhan dan mencegah terjadinya pelanggaran terhadap ketentuan perpajakan. Intensitas sanksi perpajakan ditentukan berdasarkan sifat dan tingkat kesalahan atau pelanggaran yang dilakukan oleh wajib pajak (Asdevi, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh (Brata et al., 2017);(Rizki & Farina, 2022);(Tene et al., 2017);(Dewi et al., 2020);(Mianti & Budiwitjaksono, 2021);(Maili, 2022); (Mandowally et al., 2020)Mandowall et al. (2020);, Saprudin et al. (2020); dan Soda et al. (2021) menunjukkan hasil yang konsisten, yaitu bahwa pemberian sanksi perpajakan dapat mendorong wajib pajak untuk lebih taat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, termasuk membayar pajak tepat waktu dan sesuai ketentuan. Namun, hasil berbeda dikemukakan oleh (Wardani & Rumiyatun, 2017); (Ermawati & Afifi, 2018); (Sandria et al., 2023), yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Dalam penelitian-penelitian tersebut, dijelaskan bahwa meskipun sanksi telah ditetapkan oleh pemerintah, keberadaan sanksi tidak selalu mendorong Wajib Pajak untuk patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Hal ini dapat terjadi karena beberapa faktor, seperti rendahnya tingkat pengawasan, lemahnya penegakan hukum, atau persepsi bahwa kemungkinan dikenakan sanksi relatif kecil.

H₂ : Sanksi pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

2.7.3 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sosialisasi merupakan proses pembelajaran melalui interaksi sosial yang

berperan penting dalam membentuk pemahaman dan perilaku individu. Dalam konteks perpajakan, sosialisasi yang intensif dapat meningkatkan pengetahuan Wajib Pajak terkait kewajiban perpajakannya (Irwansah & Akbal, 2018). Tanpa sosialisasi yang efektif, Wajib Pajak cenderung kesulitan dalam memenuhi kewajiban pajak. Oleh karena itu, pemahaman yang diperoleh melalui sosialisasi diharapkan dapat mendorong peningkatan kepatuhan Wajib Pajak (Wardani & Wati, 2018). Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya oleh (Purba et al., 2023)(Agni & Masripah, 2023) sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin intensif dan efektif sosialisasi yang dilakukan, maka semakin tinggi tingkat kepatuhan masyarakat dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Namun demikian, hasil berbeda ditunjukkan oleh Yulia et al. (2020), yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

H₃: Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

2.7.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

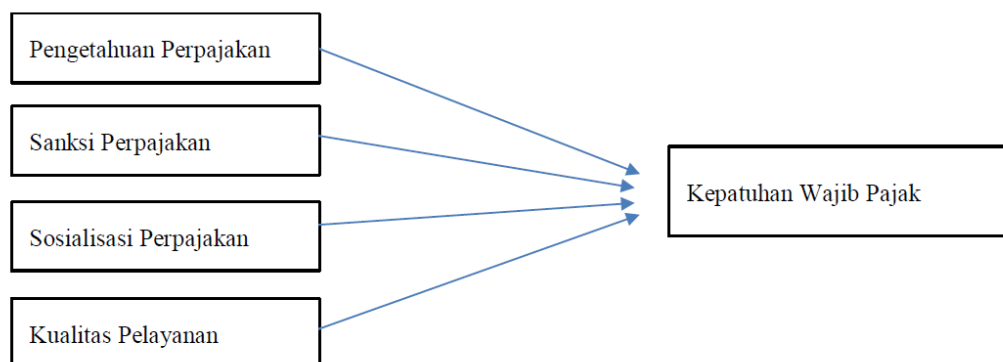
Hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang beragam terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. (Andreansyah & Farina, 2022) serta (Mandowally et al., 2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Mereka berpendapat bahwa peningkatan kualitas pelayanan, seperti pemberian penyuluhan, bimbingan, dan konsultasi perpajakan, dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Wajib Pajak yang menerima pelayanan yang baik cenderung akan lebih patuh dan memiliki rasa tanggung jawab dalam membayar pajak. Namun, hasil berbeda disampaikan oleh (Brata et al., 2017) Maili (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan pajak masih menjadi perdebatan, dan kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain seperti karakteristik individu Wajib Pajak, tingkat pemahaman, dan konteks lingkungan usaha. .

Peningkatan kualitas pelayanan tersebut tidak hanya mendorong tingkat kepatuhan, tetapi juga menumbuhkan rasa tanggung jawab serta kesadaran akan pentingnya peran pajak dalam pembangunan negara. Oleh karena itu, kepatuhan pajak tidak semata-mata dipandang sebagai kewajiban hukum, melainkan juga sebagai bentuk partisipasi aktif warga negara dalam mendukung kemajuan bangsa. Penelitian sebelumnya (Dewi et al., 2020; Maili, 2022) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

H4: Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

2.8 Kerangka Konseptual

Dalam upaya memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak, Salah satu teori yang dapat digunakan adalah Attribution Theory yang dikembangkan oleh Fritz Heider, yang menjelaskan bagaimana individu menilai dan menentukan penyebab suatu perilaku. Dengan mengacu pada teori ini, kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang mana penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menguji empiris pengaruh variabel bebas terdiri dari atas pengetahuan perpajakan dan sanksi perpajakan dengan variabel terikat yaitu kepatuhan Wajib Pajak usaha mikro kecil menengah (UMKM) dan penelitian ini dilakukan di Depok Town Square.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha yang beroperasi di kawasan Town Square Depok (ToDep), baik yang berada di dalam pusat perbelanjaan maupun di area sekitarnya. Berdasarkan data observasi awal dan informasi dari pihak pengelola, jumlah pelaku usaha di kawasan tersebut diperkirakan sebanyak **127 orang**. Karena jumlah populasinya terbatas dan dapat diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan **rumus Slovin**. Total sampel terpilih 96 responden

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{127}{1 + 127(0,05)^2} = \frac{127}{1 + 127(0,0025)} = \frac{127}{1 + 0,3175} = \frac{127}{1,3175} \approx 96,38$$

Dengan:

- N=127 (jumlah populasi)
- e= 0,05 (tingkat kesalahan atau margin of error 5%)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Cara yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian guna menjawab rumusan masalah penelitian disebut dengan teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini teknik yang di gunakan adalah angket (kuesioner). Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, dalam hal ini yaitu laporan tentang pribadi atau hal-hal lainnya. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan yang akan diberikan kepada responden untuk dijawab.

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Definisi operasional variabel ditemukan item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel dependen / bebas (X) dan satu variabel independen/terikat (Y) berikut merupakan defenisi masing-masing variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1 Definisi Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator
X1 (Pengetahuan Perpajakan)	Pengetahuan tentang peraturan pajak sangat penting untuk menumbuhkan perilaku patuh. Karena bagaimana mungkin Wajib Pajak patuh apabila mereka tidak mengetahui bagaimana peraturan perpajakannya (Wardani & Wati, 2018)	Pajak, fungsi pajak
X2 (Sanksi)	Sanksi pidana dalam perpajakan berupa penderitaan atau siksaan dalam hal pelanggaran pajak. Pengenaan sanksi pidana tidak menghilangkan kewenangan untuk menagih pajak yang masih	Denda Hukuman

Variabel	Definisi	Indikator
X3 (Sosialisasi Perpajakan)	Sosialisasi perpajakan adalah pemberian wawasan, dan pembinaan kepada Wajib Pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan (Wardani & Wati, 2018)	Pemberian wawasan
X4 (Kualitas Pelayanan Perpajakan)	Membuktikan bahwa meningkatnya pelayanan yang diberikan petugas pajak akan menyebabkan Wajib Pajak akan semakin taat dalam memenuhi kewajibannya, (Andreansyah & Farina, 2022)	Kenyamanan
Y (Kepatuhan Wajib Pajak)	Kepatuhan dalam perpajakan dapat diartikan sebagai sikap ketaatan, tunduk, dan patuh dalam melaksanakan ketentuan kewajiban perpajakannya, (Wardani & Wati, 2018)	Tepat waktu, Ketaatan

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah analisis yang digunakan untuk membuktikan serta mencari fakta akan kebenaran dari hipotesis yang dirumuskan. Pengujian atas hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)*. *Partial Least Square* merupakan metode analisis yang *powerfull* yang mana dalam metode ini tidak didasarkan banyaknya asumsi. Pendekatan *Partial Least Square (PLS)* adalah *distribution free* (tidak mengasumsikan data tertentu, dapat berupa nominal, kategori, ordinal, interval dan rasio) (Ghozali, *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS*). Selain itu (*Partial Least Square*) *PLS* tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel yang akan digunakan dalam penelitian, penelitian yang memiliki sampel kecil dapat tetap menggunakan (*Partial Least Square*) *PLS*. *Partial Least Square* digolongkan jenis *non-parametrik* oleh karena itu dalam permodelan *PLS* tidak diperlukan data dengan distribusi normal (Hussein, 2015).

Tujuan dari penggunaan (*Partial Least Square*) *PLS* yaitu untuk melakukan prediksi. Yang mana dalam melakukan prediksi tersebut adalah untuk memprediksi

hubungan antar konstruk, selain itu untuk membantu peneliti dalam penelitiannya untuk mendapatkan nilai variabel laten yang bertujuan untuk melakukan pemrediksian. Variabel laten adalah linear agregat dari indikator-indikatornya. *Structural Equation Modeling (SEM)* merupakan metode yang digunakan untuk membuat model struktural penelitian yang dapat digambarkan pada gambar 3.2, yang gambar tersebut menggambarkan tujuan dari penelitian yang dihubungkan dengan setiap variabel dan indikator yang digunakan pada penelitian ini.

Dalam metode *PLS (Partial Least Square)* teknik analisa yang dilakukan adalah sebagai berikut (Ghozali, *Partial Least Square* Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan program AmartPLS) :

1. Analisa Outer Model

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Dalam analisa model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Analisa outer model dapat dilihat dari beberapa indikator :

- a. *Convergent Validity* adalah indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* dengan *construct score*, yang dapat dilihat dari *standardized loading factor* yang mana menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator dengan konstraknya. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi > 0.7 dengan konstruk yang ingin diukur, sedangkan menurut Chin yang dikutip oleh Imam Ghozali, nilai outer loading antara 0,5 – 0,6 sudah dianggap cukup.³⁶
- b. *Discriminant Validity* merupakan model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan *crossloading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukan ukuran blok mereka lebih baik dibandingkan dengan blok lainnya. Sedangkan menurut metode lain untuk menilai *discriminant validity*

yaitu dengan membandingkan nilai *squareroot of average variance extracted (AVE)*.

- c. *Composite reliability* merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada *view latent variable coefficients*. Untuk mengevaluasi *composite reliability* terdapat dua alat ukur yaitu *internal consistency* dan *cronbach's alpha*. Dalam pengukuran tersebut apabila nilai yang dicapai adalah $> 0,70$ maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.
- d. *Cronbach's Alpha* merupakan uji reliabilitas yang dilakukan memperkuat hasil dari *composite reliability*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,7$.

2. Analisa Inner Model

Analisa Inner model biasanya juga disebut dengan (*inner relation, structural model dan substantive theory*) yang mana menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*. Analisa inner model dapat dievaluasi yaitu dengan menggunakan *R square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam pengevaluasian inner model dengan *PLS (Partial Least Square)* dimulai dengan cara melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Kemudian dalam penginterpretasiannya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai pada *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh yang substantif.

Selain melihat nilai *R-square*, pada model *PLS (Partial Least Square)* juga dievaluasi dengan melihat nilai *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan apabila nilai *Q-*

square kurang dari 0 (nol), maka menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar konstruk eksogen mampu memprediksi relevansi konstruk endogen melalui prosedur *Blindfolding* dengan menggunakan kriteria nilai 0.02 (kecil), 0.15 (sedang), dan 0.35 (besar) (Ghozali, 2015 : 81). Pengujian Hipotesa dalam pengujian hipotesa dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai *probabilitas*. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesa adalah H_a diterima dan H_0 di tolak ketika t-statistik $> 1,96$. Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a di terima jika nilai $p < 0,05$ (Hussein, 2015). Pengujian hipotesa penelitian ini menggunakan *SmartPLS* versi 3.3.2 yang dilakukan dengan prosedur *bootstrapping* terhadap sampel. Prosedur *bootstrapping* berguna untuk meminimalisir masalah ketidaknormalan dalam penelitian. Ukuran signifikansi pada hipotesis dapat diukur dengan cara membandingkan antara nilai t tabel dengan nilai *t-statistic*. Pada penelitian ini menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% (alpha 5%). Apabila *t-statistic* lebih tinggi dibandingkan dengan nilai t tabel, maka hipotesis tersebut diterima.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Discriminant validity (Fornell-Larcker criterion and cross-loading)

Hasil pengujian dengan PLS Algorithm menunjukkan bahwa seluruh data telah memenuhi syarat outer loadings, yaitu dengan nilai lebih dari 0,7. Hal ini berarti bahwa setiap indikator memiliki kontribusi yang kuat dan signifikan dalam menjelaskan konstruk atau variabel laten yang diukurnya. Dengan kata lain, indikator-indikator tersebut memiliki korelasi tinggi terhadap konstruk yang diwakilinya, sehingga dapat disimpulkan bahwa model pengukuran dalam penelitian ini memiliki validitas indikator yang baik.

Tahap uji Fornell-Larcker Criterion dalam penelitian ini cara menguji Fornell- Larcker Criterion dengan melihat korelasi variabel dengan variabel itu sendiri dan tidak diperbolehkan jika nilai lebih kecil dari korelasi variabel dengan variabel lainnya.

Tabel 4.1*Fornell-Larcker Criterion*

	Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Kualitas Pelayanan (X4)	Pengetahuan Perpajakan (X1)	Sanksi Perpajakan (X2)	Sosialisasi Perpajakan (X3)
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,860				
Kualitas Pelayanan (X4)	0,425	0,764			
Pengetahuan Perpajakan (X1)	0,212	0,343	0,807		
Sanksi Perpajakan (X2)	0,731	0,522	0,259	1,000	
Sosialisasi Perpajakan (X3)	0,578	0,671	0,358	0,570	0,773

Berdasarkan tabel 4.2 Berikut ini terlihat bahwa nilai korelasi variable dengan variable lainnya memiliki nilai lebih besar daripada nilai variable lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian *Discriminant Validity* telah terpenuhi.

Tabel 4.2 Cross Loadning

	Kepatuhan Wajin Pajak (Y)	Kualitas Pelayanan (X4)	Pengetahuan Perpajakan (X1)	Sanksi Perpajakan (X2)	Sosialisasi Perpajakan (X3)
a1	0,115	0,220	0,747	0,192	0,131
a2	0,065	0,243	0,711	0,229	0,128
a3	0,197	0,286	0,880	0,290	0,325
a4	0,208	0,324	0,864	0,189	0,380
a5	0,189	0,288	0,818	0,172	0,332
b5	0,731	0,522	0,259	1,000	0,570
c1	0,347	0,422	0,333	0,287	0,711
c2	0,561	0,551	0,290	0,500	0,835
c3	0,467	0,490	0,264	0,587	0,812
c5	0,363	0,627	0,235	0,332	0,728
d1	0,200	0,700	0,303	0,405	0,429
d2	0,333	0,755	0,252	0,469	0,484
d3	0,131	0,705	0,238	0,229	0,460
d4	0,318	0,793	0,313	0,318	0,451
d5	0,459	0,854	0,242	0,479	0,668
e1	0,936	0,216	0,196	0,677	0,437
e2	0,906	0,387	0,166	0,654	0,503
e3	0,708	0,408	0,259	0,442	0,523
e4	0,878	0,311	0,120	0,662	0,446
e5	0,854	0,521	0,192	0,672	0,588

4.2 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha dari variabel Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Sosialisasi, dan Kualitas Pelayanan yang masing-masing lebih besar dari 0,7 menunjukkan bahwa instrumen atau kuesioner yang digunakan memiliki tingkat reliabilitas atau konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, item-item dalam masing-masing variabel tersebut dinilai mampu secara konsisten mengukur konstruk yang dimaksud. Nilai Average Variance Extracted (AVE) > 0,6 menunjukkan bahwa konstruk atau variabel laten dalam model memiliki validitas konvergen yang baik. Artinya, indikator-indikator yang digunakan benar-benar merefleksikan konstruk yang diukur dan sebagian besar varians yang dikandung oleh indikator berasal dari konstruk tersebut, bukan dari kesalahan pengukuran.

Tabel 4.2 Cronbach's Alpha

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,909	0,920
Kualitas Pelayanan (X4)	0,828	0,888
Pengetahuan Perpajakan (X1)	0,872	0,911
Sosialisasi Perpajakan (X3)	0,778	0,809

4.3 Evaluasi Model Struktural (Inner Model) R-Square

Nilai R-Square (R^2) sebesar 0,577 menunjukkan bahwa sebesar 57,7% variabilitas atau perubahan pada variabel dependen (kepatuhan wajib pajak) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independent (pengetahuan perpajakan, sanksi pajak, sosialisasi dan kualitas pelayanan) yang terdapat dalam model. Hal ini mengindikasikan bahwa model struktural memiliki kemampuan penjelasan yang cukup kuat terhadap konstruk yang diteliti. Sementara itu, sisanya sebesar 42,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model

Tabel 4.3 R-Square

	R-square
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,577

4.4 Analisis dan Pembahasan

Analisis *Path Coefficient* digunakan untuk mengetahui nilai *original sample*, *sample mean*, *standar deviasi*, *T-statistik* dan *p values* dari variabel pengetahuan perpajakan, sanksi perpajakan, sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berikut analisis deskriptif berdasarkan jawaban yang diberikan atas dasar pertanyaan dalam kuesioner yang dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai sifat (karakteristik) obyek dari data tersebut.

Tabel 1 menyajikan hasil path coefficient atau koefisien jalur, yang digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara variabel laten dalam model struktural. Nilai koefisien jalur ini menunjukkan seberapa besar pengaruh langsung yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel.

Tabel 1. Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0.656	0.604	0.122	5.386	0.000
X2 -> Y	0.436	0.432	0.087	5.033	0.000
X3 -> Y	0.547	0.547	0.051	10.756	0.000
X4 -> Y	0.584	0.581	0.053	10.943	0.000

Berdasarkan tabel 1 Nilai original sample 0,584 menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepatuhan wajib pajak, yang berarti semakin tinggi kualitas pelayanan perpajakan (seperti konseling yang baik, kejelasan informasi, kemudahan dalam prosedur administrasi, dll.), semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak. Nilai p value dari variabel kualitas pelayanan adalah 0.00 lebih kecil dari alpha 0.05 artinya Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepatuhan wajib pajak terbukti sangat signifikan secara statistik. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh instansi perpajakan meliputi kejelasan informasi, kemudahan prosedur, responsivitas, serta sikap profesional petugas semakin besar pula kemungkinan wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakannya. Pengetahuan perpajakan membantu wajib pajak memahami aturan, prosedur, serta hak dan kewajiban perpajakan secara lebih jelas, sehingga meminimalisir kesalahan atau kelalaian dalam pelaporan dan pembayaran

pajak(Sandria et al., 2023). Selain itu, pemahaman yang baik terhadap sistem perpajakan juga dapat membentuk kesadaran bahwa pajak merupakan kontribusi nyata bagi pembangunan negara (Rizki & Farina, 2022). Oleh karena itu, peningkatan literasi pajak melalui edukasi dan sosialisasi yang berkelanjutan menjadi strategi penting dalam upaya mendorong kepatuhan pajak secara menyeluruh, terutama di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penelitian ini sejalan dengan Tene et al.,(2017); Ermawati & Afifi, (2018); Maili, 2022) yang menekankan pentingnya program edukasi perpajakan yang efektif sebagai salah satu strategi utama dalam meningkatkan kepatuhan pajak, khususnya di kalangan wajib pajak yang kurang memahami sistem perpajakan. Dan bertolak belakang dengan Sandria et al.,(2023)(Rizki & Farina, 2022) (Wardani & Rumiya, (2017); Mianti & Budiwitjaksono, (2021)

Nilai original sample 0,436 dari variabel sanksi pajak menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara sanksi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak. Artinya, semakin tinggi tingkat sanksi perpajakan, semakin tinggi pula kemungkinan wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakan mereka. Nilai p-value yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa hasil uji ini signifikan secara statistik. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa sanksi perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dengan kata lain, semakin tegas dan jelas sanksi yang diterapkan, semakin besar kemungkinan wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakan mereka. Temuan ini sejalan dengan(Brata et al., 2017);(Rizki & Farina, 2022);(Tene et al., 2017;)(Dewi et al., 2020);(Mianti & Budiwitjaksono, 2021); (Maili, 2022); Mandowall et al. (2020);, Sapudin et al. (2020); dan Soda et al. (2021). Hasil penelitian ini memperkuat literatur yang ada mengenai pentingnya peran sanksi dalam mengatur perilaku perpajakan. Sebagai implikasi praktis, kebijakan yang lebih tegas dalam penerapan sanksi dapat menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan kepatuhan pajak di kalangan wajib pajak, khususnya di sektor-sektor yang memiliki

tingkat kepatuhan yang lebih rendah.

variabel sosialisasi perpajakan memiliki nilai original sample sebesar 0,547. Artinya, terdapat hubungan positif yang sedang antara sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak, di mana semakin baik sosialisasi yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak. Nilai p-value dari variabel sosialisasi perpajakan yang lebih kecil dari alpha 0,05 menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku kepatuhan pajak. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memberikan dampak yang nyata dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman wajib pajak, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk lebih patuh terhadap kewajiban perpajakan. Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian Purba et al., (2023) & Agni & Masripah,(2023). Sosialisasi perpajakan baik melalui media massa, program edukasi, pelatihan, atau informasi langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman wajib pajak tentang kewajiban perpajakan mereka, hak-hak yang mereka miliki, serta dampak dari kepatuhan atau pelanggaran pajak. Oleh karena itu, ketika sosialisasi dilakukan dengan baik dan luas, hal ini mendorong wajib pajak untuk lebih patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai original sample sebesar 0,584. Nilai ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Artinya, semakin baik pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak, seperti dalam hal memberikan informasi, konsultasi, dan kemudahan administrasi, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Hasil riset menyatakan nilai P-values < 0,05, dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Artinya, semakin baik pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak, semakin tinggi

tingkat kenyamanan dan kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andreansyah & Farina, 2022) serta (Mandowally et al., 2020)

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan kepatuhan perpajakan tidak hanya bergantung pada penegakan hukum yang tegas, tetapi juga pada pemahaman yang lebih baik tentang kewajiban perpajakan, penerapan sanksi yang adil dan edukatif, serta sosialisasi yang lebih intensif. Oleh karena itu, pihak otoritas pajak perlu memperkuat program edukasi dan pelayanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan wajib pajak, khususnya bagi pelaku UMKM, agar mereka lebih memahami pentingnya kontribusi pajak terhadap pembangunan negara. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan persepsi positif dan niat wajib pajak untuk mematuhi kewajiban mereka. Untuk penelitian yang akan datang, disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi kepatuhan pajak, seperti faktor budaya, motivasi internal, atau kebijakan perpajakan yang lebih spesifik untuk UMKM. Penelitian lanjutan juga dapat mempertimbangkan analisis longitudinal untuk memeriksa perubahan kepatuhan pajak dari waktu ke waktu, serta memperdalam kajian mengenai peran teknologi, seperti sistem e-filing, dalam meningkatkan kepatuhan pajak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan perpajakan, sanksi perpajakan, sosialisasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, maka disarankan beberapa hal untuk berbagai pihak yang berkepentingan. Bagi **Direktorat Jenderal Pajak (DJP)** dan instansi terkait, perlu dilakukan peningkatan efektivitas sosialisasi perpajakan secara rutin dan interaktif, khususnya yang menyangkut pelaku UMKM

yang memiliki tingkat pengetahuan perpajakan yang masih rendah. Sosialisasi tidak hanya dilakukan secara formal, tetapi juga melalui media digital dan pendekatan komunitas agar lebih tepat sasaran. Selain itu, **kualitas pelayanan** pajak perlu terus ditingkatkan, baik dari sisi aksesibilitas, kecepatan layanan, maupun keramahan petugas, karena pelayanan yang baik dapat mendorong kepatuhan secara sukarela. Terkait **sanksi perpajakan**, perlu ditegakkan secara adil dan konsisten, namun tetap memperhatikan edukasi agar sanksi bersifat mendidik, bukan sekadar menakut-nakuti. Bagi pelaku UMKM sendiri, disarankan untuk proaktif meningkatkan **pengetahuan perpajakan**, misalnya dengan mengikuti pelatihan atau memanfaatkan platform digital DJP. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan terhadap pemerintah atau kemudahan sistem e-filing untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Agni, M. N., & Masripah. (2023). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 9, 10–21.
- Agustina, K. A. (2016). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Tingkat Penghasilan, dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan (Studi Empiris Pelaku Umkm di Kabupaten Buleleng). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 6(1), 1–11. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JAP/article/view/21078>
- Andreansyah, F., & Farina, K. (2022). Analisis Pengaruh Insentif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jesya*, 5(2), 2097–2104. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.796>
- Brata, J. D., Yuningsih, I., & Kesuma, A. I. (2017). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak , Pelayanan Fiskus , dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas di Kota Samarinda The Effect of Taxpayer Awareness , Fiscal Services , and Tax Sanctions on. *Forum Ekonomi*, 19(1), 69–81.
- Dewi, S., Widyasari, & Natherwin. (2020). Pengaruh Insentif Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen* , 9(2), 108–124.

- Ermawati, N., & Afifi, Z. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Sanksi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Religiusitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(6), 3080. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i6.1430>
- Maili, N. A. (2022). Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Sanksi Pajak, Tarif Pajak, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(3), 13553–13562. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i3.4472>
- Mandowally, B. M., Allolayuk, T., & Matani, C. D. (2020). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah*, 15, 46–56.
- 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. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.369>
- Mianti, Y. F., & Budiwitjaksono, G. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dimediasi Kesadaran Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humainiora*, 11(2).
- Purba, R., Ginting, R. M. H., Harefa, H. S., & Lembeng, R. N. S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Pajak Dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kota Medan. *Jurnal Mutiara Akuntansi*, 8(2), 73–85. <https://doi.org/10.51544/jma.v8i2.4735>
- Rizki, M., & Farina, K. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Perpajakan dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Pasar Tohaga Cibinong. *Trilogi Accounting and Business Research*, 3(2), 273–282.
- Sandria, A. M., Farina, K., & Pajak, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Self Assessment System, Penerapan E-Filing, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Yang Melakukan Pekerjaan Bebas. *Trilogi Accounting and Business Research*, 4(1), 132–150. <https://doi.org/10.31326/tabr.v4i1.1642>
- Tene, J. H., Sondakh, J. J., & Warongan, J. D. . (2017). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Pajak, Sanksi Perpajakan dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal EMBA*, 5 No 2(1), 443–453. <https://doi.org/10.24964/ja.v3i1.43>
- Wardani, D. K., & Rumiayatun, R. (2017). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.24964/ja.v5i1.253>