

# Analisis Faktor - Faktor yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pemilik Restoran yang Menggunakan E-Commerce

Handy Purnama<sup>1</sup>

Ni Putu Sri Harta Mimba<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

\*Correspondences: [handypurnama77@gmail.com](mailto:handypurnama77@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh insentif pajak, sosialisasi perpajakan, dan pengetahuan perpajakan. Penelitian dilakukan melalui pembagian kuesioner. Subyek penelitian adalah wajib pajak UMKM pemilik restoran yang menggunakan e-commerce dengan sampel sebanyak 50. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak dapat ditingkatkan dengan pemberian insentif pajak dan pengetahuan perpajakan namun, sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak UMKM akan meningkat dengan adanya insentif pajak dan pengetahuan perpajakan berdasarkan hasil penelitian ini.

Kata Kunci: Insentif Pajak; Sosialisasi Perpajakan; Pengetahuan Perpajakan; Kepatuhan Wajib Pajak

*Analysis of Factors that Influence Taxpayers Compliance of Micro, Small, and Medium Enterprises Restaurant Owner That Uses E-Commerce*

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to ascertain how tax incentives, tax socialization, and taxpayer knowledge influence taxpayer compliance. The research was conducted through the distribution of questionnaires. The research subjects were 50 samples of SMEs restaurant owner taxpayers who use e-commerce. The data analysis technique used was multiple regression analysis. This study found that taxpayer compliance was influenced positively by tax incentives and tax knowledge but was unaffected by tax socialization. MSME taxpayer compliance will increase with tax incentives and tax knowledge based on this research.*

Keywords: Tax incentives; Tax Socialization; Tax Knowledge; Taxpayer Compliance

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 34 No. 7  
Denpasar, 30 Juli 2024  
Hal. 1905-1915

DOI:  
10.24843/EJA.2024.v34.i07.p20

## PENGUTIPAN:

Purnama, H., & Mimba, N.P.S.H. (2024). Analisis Faktor - Faktor yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pemilik Restoran yang Menggunakan E-Commerce. *E-Jurnal Akuntansi*, 34(7), 1905-1915

## RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:  
9 Maret 2023  
Artikel Diterima:  
18 April 2023

## PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 berdampak pada sektor kesehatan dan ekonomi. Akibat dari penyebaran COVID-19 yang tidak terkendali pemerintah memutuskan untuk melakukan pembatasan sosial berskala besar. Survei KIC dalam (Bahtiar & Tabrani, 2017) menyatakan bahwa sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengalami penurunan omzet lebih dari 30 persen. Dampak dari pembatasan sosial berskala besar adalah pembatasan jam operasi UMKM yang mengakibatkan menurunnya pendapatan sekaligus berdampak pada penurunan penerimaan pajak. Pajak memiliki kontribusi terhadap pembangunan dan sumber dana yang penting bagi pembangunan negara. Kontribusi pajak penting bagi suatu negara dan penerimaan dari pajak merupakan penerimaan terbesar bagi negara (Brainyyah, M., & Rusydi, 2012).

Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU No. 7 Tahun 2021) menyatakan bahwa pajak adalah kontribusi moneter kepada negara yang wajib dibayar oleh warga negara atau badan hukum, tetapi tidak langsung mendapatkan imbalan dan digunakan untuk memenuhi kewajiban hukum mereka kepada negara untuk memajukan kesejahteraan warganya. Sistem perpajakan yang efektif memupuk kepercayaan antara pemerintah dan warganya serta mendistribusikan beban keuangan dan imbalan pertumbuhan secara adil (Akinboade, 2015).

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional namun tetap rentan terhadap guncangan seperti krisis keuangan, bencana, dan pandemi COVID -19 (Shinozaki, S., & Rao, 2021). UMKM harus beradaptasi dengan mengubah pola bisnisnya di masa pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 menyebabkan pola bisnis yang kini mengarah ke penggunaan teknologi digital dan internet. Tren bisnis *online* menjadi salah satu strategi yang efektif bagi para pelaku usaha untuk melakukan kegiatan bisnis melalui media *online*. Pandemi COVID-19 menyebabkan perubahan pola perilaku masyarakat. Kebutuhan hidup dipenuhi dengan melakukan pembelian secara *online* (Permana, I., & Susianto, 2021). Selama pandemi COVID-19, e-commerce memainkan peran penting dalam perekonomian bagi perusahaan, konsumen, dan pemerintah (Ayu, S., & Lahmi, 2020). *E-commerce* merupakan hasil penerapan IT yang memungkinkan terjadinya transaksi antar produsen dan konsumen melalui internet (Andry, J. F., Christianto, K., & Wilujeng, 2019).

Pandemi COVID-19 memaksa masyarakat membatasi mobilitas keluar rumah, baik untuk bekerja, beribadah, maupun untuk belanja. Transisi metode berbelanja langsung menjadi *online* melalui *e-commerce* berkembang menjadi efek samping yang tak terhindarkan dari perkembangan TI. *E-commerce* adalah transaksi jual beli barang dan jasa yang dilakukan dengan internet (Javid, E. T., Nazari, M., & Ghaeli, 2019). Jumlah konsumen yang menggunakan *e-commerce* pada tahun 2021 sebanyak 32 juta orang dibandingkan 2020 yang hanya 17 juta orang (CNN, 2021). UMKM yang mampu bertahan adalah yang sudah terhubung dengan ekosistem digital melalui pemanfaatan *e-commerce* yang ada (Rosita, 2020). Restoran adalah fasilitas komersial yang menyediakan makanan dan minuman diatur dalam Hubungan Keuangan Pemerintah Pusat dengan Daerah diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 Republik Indonesia. Sektor akomodasi dan makan minum menjadi sektor yang paling terdampak COVID-19.

Survei yang dilakukan oleh BPS (2020) menyatakan bahwa sektor akomodasi dan makan minum mengalami penurunan pendapatan sebesar 92,47 persen.

Fenomena yang terjadi di Kota Bekasi pada tahun 2019-2021 adalah terjadinya pertumbuhan jumlah restoran. Pertumbuhan jumlah restoran di Kota Bekasi dari tahun 2019 hingga tahun 2021 secara berturut – turut adalah sebagai berikut, yaitu 2312, 2507, dan 2829. Pada awal pandemi berdasarkan data BPS (2020) dari tahun 2019 hingga tahun 2021 justru terjadi peningkatan sebanyak 517 restoran di Kota Bekasi. Peningkatan tersebut menandakan bahwa meskipun dalam masa pandemi diterapkan kebijakan pembatasan jam operasi serta pada tahun 2020 restoran adalah sektor yang paling terdampak pandemi COVID-19 justru usaha restoran tetap mengalami perkembangan dalam jumlah unit usaha. Kepatuhan wajib pajak Pekayon Jaya berdasarkan Tabel 1 adalah sebagai berikut. Tabel 1. Target dan Realisasi Wajib Pajak Menurut Kelurahan di Kecamatan Bekasi Selatan Tahun 2018 berdasarkan Pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan

No.	Kelurahan	Target	Realisasi	Persentase
1	Jaka Mulya	7.919	10.751	135,76
2	Jaka Setia	11.346	15.719	138,54
3	Pekayon Jaya	12.774	18.747	146,76
4	Marga Jaya	4.336	5.100	117,62
5	Kayuringin Jaya	10.332	14.969	144,88
Jumlah		46.707	65.286	139,78

Sumber: BPS Kota Bekasi, 2019

Kepatuhan wajib pajak berdasarkan Tabel 2 adalah sebagai berikut. Tabel 1 dan Tabel 2 menunjukkan adanya penurunan dalam kepatuhan wajib pajak.

Tabel 2. Target dan Realisasi Wajib Pajak Menurut Kelurahan di Kecamatan Bekasi Selatan Tahun 2020 berdasarkan Pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan

No.	Kelurahan	Target	Realisasi	Persentase
1	Jaka Mulya	8.256	7.286	88,25
2	Jaka Setia	11.827	10.364	87,63
3	Pekayon Jaya	17.331	11.632	67,12
4	Marga Jaya	4.125	2.882	69,87
5	Kayuringin Jaya	11.493	9.514	82,78
Jumlah		53.032	41.678	78,59

Sumber: BPS Kota Bekasi, 2021

Faktor-Faktor yang digunakan untuk menilai kepatuhan wajib pajak dalam penelitian ini adalah insentif pajak, sosialisasi perpajakan, dan pengetahuan perpajakan. Insentif pajak adalah fasilitas yang diberikan oleh pemerintah kepada orang atau organisasi tertentu dengan tujuan agar wajib pajak memenuhi kewajiban pajaknya (Yoga & Dewi, 2022). Beban ekonomi akibat dari COVID-19 dapat diatasi melalui insentif pajak (Selvi, & Ramdhan, 2020). Pemberian insentif pajak dapat berupa pembebasan pajak, pembebasan pajak tertentu, penurunan tarif pajak, penurunan beban pajak, atau pengurangan jumlah pajak yang diwajibkan untuk melakukan suatu (Suhaidar., Rosalina, E., & Pratiwi, 2020).

Sosialisasi perpajakan menurut (Ananda, D., Kumadji, S., dan Husaini, 2015) adalah inisiatif yang dilakukan oleh pemerintah untuk mendidik dan

mengarahkan semua lapisan masyarakat tentang masalah perpajakan. Wajib Pajak melalui sosialisasi perpajakan dapat mengetahui informasi terkini terkait perpajakan.

Wajib Pajak memerlukan Pengetahuan Perpajakan, yaitu informasi perpajakan yang dapat dijadikan sebagai dasar untuk bertindak dan mengambil keputusan untuk memenuhi kewajiban pajaknya (Wiranatha & Rasmini, 2017).

Teori atribusi dan teori perilaku terencana dapat digunakan untuk menjelaskan korelasi kepatuhan wajib pajak dengan insentif perpajakan. Penelitian yang dilakukan (Nдалu, M. S. A., & Wahyudi, 2022) menggunakan teori atribusi dan teori perilaku terencana untuk menjelaskan korelasi kepatuhan wajib pajak dengan insentif perpajakan. Studi ini menemukan pengaruh yang positif dan signifikan antara insentif pajak dan kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Alfina & Diana, 2021), (Jawa et al., 2021), (Budiman, N. A., Nurkamid, M., Sriyana, J., 2022), (Naitili, S. L., Hatta Hambali, A. J., & Nurofik, 2022) dan (Rachmawanti & Ramayanti, 2016) menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak dapat ditingkatkan dengan insentif pajak dibuktikan dari meningkatnya jumlah wajib pajak yang menyetorkan dan melaporkan pph final. Hasil penelitian yang berbeda terdapat dalam penelitian (Sari, N. P. R., & Maradona, 2020) dan (Yoga & Dewi, 2022) yang menyatakan bahwa insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

H<sub>1</sub> : Insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pemilik Restoran yang Menggunakan *E-Commerce* pada masa pandemi COVID-19

Dirjen Pajak menggalakkan sosialisasi perpajakan dalam upaya mengedukasi masyarakat dan lebih khusus lagi wajib pajak tentang undang-undang, peraturan, dan prosedur perpajakan (Burhan, 2015). Teori atribusi relevan digunakan untuk menguji pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM karena sosialisasi perpajakan adalah faktor eksternal yang dapat memengaruhi niat wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya. Teori perilaku terencana sebagai *supporting theory* juga relevan digunakan untuk menjelaskan sosialisasi perpajakan. Sosialisasi perpajakan kepada wajib pajak, khususnya mengenai aturan-aturan baru yang berlaku, akan memberikan motivasi bagi wajib pajak untuk patuh terhadap pajak, dan hal ini akan menanamkan kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan untuk memenuhi kewajiban pajaknya (Priliandani, N. M. I., & Saputra, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawanti & Ramayanti, 2016), (Permana, I., & Susianto, 2021), (Lestary et al., 2021), (Salidenho & Rusydi, 2021), (Noviana et al., 2020), (Zelmiyanti & Amalia, 2020), dan (Sukesi & Yunaidah, 2016) mendapatkan hasil sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Terdapat hasil penelitian yang berbeda dalam penelitian yang dilakukan (Yoga & Dewi, 2022) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

H<sub>2</sub> : Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Pemilik Restoran yang Menggunakan *E-Commerce* pada masa pandemi COVID-19

Teori atribusi relevan digunakan untuk menguji pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM karena pengetahuan perpajakan adalah faktor internal yang dapat memengaruhi wajib pajak untuk

memenuhi kewajibannya. Hal tersebut juga didukung oleh teori perilaku terencana karena di saat individu memiliki pengetahuan akan manfaat suatu perilaku, maka ia memiliki kehendak untuk melakukan perbuatan tertentu dan menggunakan informasi yang berguna secara sistematis (Noviari & Damayanthi, 2021). Pengetahuan perpajakan yang cukup dapat meminimalkan ketidakpatuhan pajak (Palil & Rusyidi, 2013). Hasil penelitian (Fitri & Chair, 2021), (Palupi & Putri, 2021), (Puspodewanti, C. P., 2021), (Newman et al., 2018), (Wiranatha & Rasmini, 2017) dan (Lestari & Wicaksono, 2017) menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian (Yulia et al., 2018) menemukan bahwa kepatuhan wajib pajak tidak dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan perpajakan.

H<sub>3</sub> : Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Pemilik Restoran yang Menggunakan *E-Commerce* pada masa pandemi COVID-19

## METODE PENELITIAN

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data kuantitatif. Data berupa angka disebut data kuantitatif, sedangkan data berupa kata, kalimat, narasi, dan gambar disebut data kualitatif (Sugiyono, 2019). Penelitian dilakukan di Pekayon Jaya, Bekasi Selatan. Objek dari penelitian ini adalah UMKM pemilik restoran yang menggunakan *e-commerce*. Sampel dipilih menggunakan Teori Roscoe dalam (Sugiyono, 2019). Roscoe menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500, bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah sampel setiap kategori minimal 30, dan bila dalam penelitian menggunakan analisis regresi berganda maka jumlah sampel paling tidak 10 kali dari jumlah variabel. Penelitian ini menggunakan poin ketiga yang menyatakan bahwa jumlah sampel paling tidak 10 kali dari jumlah variabel sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50. Penyebaran kuesioner kepada responden di lapangan merupakan strategi pengumpulan data yang digunakan. Metode analisis meliputi pengujian validitas, pengujian reliabilitas, pengujian statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, pengujian regresi linier berganda, pengujian koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis. Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi jenis kelamin, usia, pendidikan, kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), dan Omzet dalam setahun. Karakteristik responden termasuk dalam bagian analisis statistik deskriptif. Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Hasil uji validitas dan uji reliabilitas dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel. Nilai dari nilai signifikan dalam uji validitas untuk seluruh butir kurang dari 0,05 dan Alfa Cronbach > 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

**Tabel 3. Karakteristik Responden**

No	Karakteristik Responden	Jumlah	
		Orang	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>			
1	Laki-Laki	39	78%
2	Perempuan	11	100%
	Jumlah	50	
<b>Usia</b>			
1	20-30 Tahun	31	62%
2	31-50 Tahun	19	38%
	Jumlah	50	
<b>Pendidikan</b>			
1	SMA	8	16%
2	Diploma	40	80%
3	Sarjana (S1)	2	4%
	Jumlah	50	
<b>Kepemilikan NPWP</b>			
1	Ada	50	100%
2	Tidak ada	0	0%
	Jumlah	50	
<b>Omzet Dalam Setahun</b>			
1	Rp0 s/d Rp2.000.000.000	48	96%
2	> Rp2.000.000.000 s/d Rp15.000.000.000	2	4%
	Jumlah	50	

Sumber: Data Penelitian, 2022

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

No	Variabel	Item Pernyataan	Nilai Signifikan	Keterangan	Alfa Cronbach	Keterangan
1	Kepatuhan Wajib Pajak	7 item	0,00 - 0,007	Valid	0,681	Reliabel
2	Insentif Pajak	6 item	0,000	Valid	0,855	Reliabel
3	Sosialisasi Perpajakan	5 item	0,000 - 0,004	Valid	0,711	Reliabel
4	Pengetahuan Perpajakan	5 item	0,000-0,008	Valid	0,715	Reliabel

Sumber: Data Penelitian, 2022

Pengujian berikutnya adalah deskripsi variabel penelitian. Deskripsi variabel penelitian digunakan untuk menggambarkan data dalam penelitian yang berupa rata-rata. Hasil pengujian deskripsi variabel pada Tabel 6 berikut.

**Tabel 5. Rekapitulasi Deskripsi Variabel Penelitian**

No	Variabel	Nilai Rata-Rata	Keterangan
1	Kepatuhan Wajib Pajak	4,060	Tinggi
2	Insentif Pajak	4,120	Tinggi
3	Sosialisasi Perpajakan	4,520	Sangat Tinggi
4	Pengetahuan Perpajakan	4,020	Tinggi

Sumber: Data Penelitian, 2022

Layak atau tidaknya model regresi diketahui melalui uji asumsi klasik. Dalam penelitian ini, kami menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk menguji reliabilitas beberapa

asumsi statistik standar. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini menghasilkan nilai  $0,2 > 0,05$  sehingga distribusi data dinyatakan normal. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini menghasilkan  $VIF > 0,1$  yang bermakna model penelitian bebas dari gejala multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menghasilkan nilai sig  $> 0,05$  sehingga terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji hipotesis (uji t) digunakan untuk mengukur signifikansi hipotesis nol yang diberikan terhadap hubungan antara variabel independen dan dependen.

**Tabel 6. Uji Hipotesis dan Uji F**

Variabel	Koefisien	Sig.	Keterangan
Insentif pajak	0,532	0,000	H <sub>1</sub> diterima
Sosialisasi perpajakan	0,017	0,861	H <sub>2</sub> ditolak
Pengetahuan perpajakan	0,403	0,009	H <sub>3</sub> diterima
Nilai F hitung	31,074		
Sig F hitung	0,000		
Adjusted Rsquare	0,648		

Sumber: Data Penelitian, 2022

Hasil uji kelayakan model menyatakan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Uji koefisiensi determinasi menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Tabel 11 menunjukkan bahwa insentif pajak, sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan berpengaruh sebesar 64,8% terhadap kepatuhan wajib pajak sedangkan sisanya sebesar 35,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar ruang lingkup penelitian ini.

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel insentif pajak 0,000 memiliki koefisien korelasi 0,532. Nilai p di bawah 0,05 memiliki arti bahwa variabel insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pemilik restoran yang menggunakan *e-commerce* pada masa pandemi COVID-19 Hasil dari penelitian ini selaras dengan temuan dari (Alfina & Diana, 2021), (Jawa et al., 2021), (Budiman, N. A., Nurkamid, M., Sriyana, J., 2022), (Naitili, S. L., Hatta Hambali, A. J., & Nurofik, 2022) dan (Rachmawanti & Ramayanti, 2016) yang menemukan korelasi positif dan signifikan antara insentif pajak dan kepatuhan wajib pajak. Hasil pengolahan data menunjukkan nilai signifikansi variabel sosialisasi perpajakan dengan nilai koefisien 0,861. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>2</sub> ditolak yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak UMKM pemilik restoran yang menggunakan *e-commerce* saat pandemi. Hasil yang tidak signifikan disebabkan karena pada saat pandemi COVID-19 terdapat pembatasan kegiatan masyarakat sehingga sosialisasi perpajakan dilakukan melalui media sosial. Penelitian yang dilakukan (Wiyono, B. B., Indreswari, H., & Prestiadi, 2021) mendapatkan hasil

bahwa komunikasi secara daring tidak efektif dibandingkan dengan secara langsung. Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian (Yoga & Dewi, 2022) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Variabel pengetahuan perpajakan berdasarkan Tabel 13 memiliki nilai signifikansi 0,009. Nilai signifikansi 0,009 lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM pemilik restoran yang menggunakan *e-commerce* pada masa pandemi COVID-19. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Alfia & Rochmawati, 2022), dan (Puspodewanti, C. P., 2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

### SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak UMKM pemilik restoran yang menggunakan *e-commerce* dipengaruhi secara positif oleh insentif pajak dan pengetahuan perpajakan sedangkan sosialisasi perpajakan dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan disebabkan karena pada saat pandemi sosialisasi perpajakan dilakukan melalui media sosial sehingga komunikasi yang disampaikan menjadi tidak efektif.

Saran yang peneliti berikan adalah bagi pemerintah dapat memberikan insentif pajak yang lebih variatif kepada UMKM dengan jangka waktu yang lebih panjang karena insentif pajak yang ditanggung pemerintah diberikan terakhir untuk UMKM terdapat pada PMK 149 Tahun 2021 dan bagi peneliti berikutnya dapat menggunakan metode *mix method* agar dapat mengkaji permasalahan terkait kepatuhan wajib pajak secara mendalam terutama dari segi kualitas kepatuhan yang dimiliki wajib pajak.

### REFERENSI

- Alfia, A., & Rochmawati, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Ketegasan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wpop. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(09), 1121-1131.
- Alfina, Z., & Diana, N. (2021). Pengaruh Insentif Perpajakan Akibat Covid-19, Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan (Studi Pada Wajib Pajak yang Terdaftar di KPP Pratama Malang Utara. *E-Jra*, 10(04), 47-57.
- Ananda, D., Kumadji, S., dan Husaini, A. (2015). Ananda, D., Kumadji, S., dan Husaini, A. *Jurnal Perpajakan*, 8(2).
- Andry, J. F., Christianto, K., & Wilujeng, F. R. (2019). Using Webqual 4.0 and Importance Performance Analysis to Evaluate E-Commerce Website. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 5(1), 23-31.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114-123.
- Bahtiar, D. H., & Tabrani, M. (2017). Pengaruh Kompetensi, Komunikasi Dan



- Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kepuasan Pegawai Pada Dinas Pendapatan Dan Pengelola Keuangan Kabupaten Brebes. In *Multiplier: Jurnal Magister Manajemen* (Vol. 1, Issue 2). Universitas Pancasakti. <https://doi.org/10.24905/mlt.v1i2.773>
- Brainyyah, M., & Rusydi, M. (2012). The Effect Of Tax Fairness, Tax Knowledge, And Tax Complexity On Tax Compliance: The Case Of Sme Entrepreneurs' Taxpayers In Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1(2).
- Budiman, N. A., Nurkamid, M., Sriyana, J., & A. (2022). MSME Tax Compliance During the COVID-19 Pandemic. *KnE Social Sciences*, 297-312.
- Fitri, N., & Chair, U. (2021). Tax knowledge and tax morale in tax compliance. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 494-512.
- Javid, E. T., Nazari, M., & Ghaeli, M. R. (2019). Social media and e-commerce: A scientometrics analysis. *International Journal of Data and Network Science*, 3(3), 269-290.
- Jawa, H. A., Afifudin, & Anwar, S. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak dan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Pemilik UMKM di Kabupaten Malang. *E-Jra*, 10(7), 13-24.
- Lestari, T., & Wicaksono, M. (2017). Effect of Awareness, Knowledge and Attitude of Taxpayers Tax Compliance for Taxpayers in Tax Service Office Boyolali. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 1(01), 12-25.
- Lestary, S. R., Sueb, M., & Yudianto, I. (2021). The Effect of Tax Knowledge on Voluntary Tax Compliance with Trust as a Mediating Variable: A Study on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 24(03), 87-99.
- Naitili, S. L., Hatta Hambali, A. J., & Nurofik, N. (2022). Tax Incentives and Taxpayer Compliance of Micro, Small and Medium Enterprises: The Moderating Role of Tax Literacy. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 24(3).
- Ndalu, M. S. A., & Wahyudi, D. (2022). Pengaruh Penerapan E-System Perpajakan, Insentif Perpajakan, Sanksi Perpajakan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak selama Masa Pandemi (Studi pada Wajib Pajak terdaftar di KPP Pratama Jepara). *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(1).
- Newman, W., Mwandambira, N., Charity, M., & Ongayi, W. (2018). Literature review on the impact of tax knowledge on tax compliance among small medium enterprises in a developing country. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 22(4), 1-15.
- Noviana, R., Afifudin., & Hariri. (2020). KEPATUHAN WAJIB PAJAK (Studi Empiris pada Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Sampang. *E-Jra*, 09(04), 51-67.
- Noviari, N., & Damayanthi, I. (2021). Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Niat Memanfaatkan Insentif Pajak pada Masa Pandemi COVID-19. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(11), 2936-2948.
- Palil, M. R., & Rusyidi, M. A. (2013). The Perception of Tax Payers on Tax Knowledge and Tax Education with Level of Tax Compliance: A Study the

- Influences of Religiosity. *ASEAN Journal of Economics, Management and Accounting*, 1(1), 118-129.
- Palupi, W. S., & Putri, N. K. (2021). Tax Compliance During the Covid-19 Pandemic: A Literature Review. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 20(2), 194-205.
- Permana, I., & Susianto, T. (2021). The Effect of Tax Socialization and Tax Rates to Restaurant Taxpayable Compliance in The City of Sukabumi. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development*, 28-50.
- Priliandani, N. M. I., & Saputra, K. A. K. (2019). Priliandani, N. M. I., & Saputra, K. A. K. *Priliandani, N. M. I., & Saputra, K. A. K.*, 11(1), 13-25.
- Puspodewanti, C. P., & S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Surabaya. *E- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(11).
- Rachmawanti, N. A., & Ramayanti, R. (2016). Manfaat Pemberian Insentif Pajak dalam Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis Polibatam*, 4(2), 176 - 185.
- Rosita. (2020). Pengaruh pandemic Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2).
- Salidenho, V. A., & Rusydi, M. K. (2021). The Effect Of Tax Awareness, Tax Socialization, Tax Sanctions And Service Quality On Motor Vehicles Taxpayer Compliance. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(2).
- Sari, N. P. R., & Maradona, A. F. (2020). Kenapa Wajib Pajak UMKM Enggan Membayar Pajak Penghasilan? *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1561-1574.
- Selvi, & Ramdhan, A. (2020). Kajian Kebijakan Pemberian Insentif Pajak Dalam Mengatasi Dampak Virus Corona Di Indonesia Tahun 2019. *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 3(1), 96-100.
- Shinozaki, S., & Rao, L. N. (2021). COVID-19 Impact on Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises under the Lockdown: Evidence from a Rapid Survey in the Philippines. *ADB Working Paper 1216*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhaidar., Rosalina, E., & Pratiwi, A. (2020). Call for Paper Call for paper. *Conference on Economic and Business Innovation*, 19(11), 3-16.
- Sukei, S., & Yunaidah, I. (2016). The effect of tax socialization, superior service, and service quality on taxpayers' satisfaction and compliance. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 22(3), 347-359.
- Wiranatha, H., & Rasmini, N. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Tax Amnesty, Tingkat Penghasilan Pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 21(3), 2395-2424.
- Wiyono, B. B., Indreswari, H., & Prestiadi, D. (2021). The use of technology-based communication media in the teaching-learning interaction of educational study programs in the pandemic of Covid 19. *N 2021 IEEE 11th International Conference on Electronics Information and Emergency Communication (ICEIEC) 2021 IEEE 11th International Conference on Electronics Information and Emergency Communication (ICEIEC)*, 1-5.
- Yoga, I. G. A. P., & Dewi, T. I. A. L. A. (2022). Pengaruh E-Filing, Sosialisasi,

- Kesadaran Wajib Pajak, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 14(1), 140-150.
- Yulia, Y., Wijaya, R. A., Sari, D. P., & Adawi, M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendidikan Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Umkm di kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 60-69.
- Zelmiyanti, R., & Amalia, D. (2020). Sosialisasi Perpajakan dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan*, 7(1), 27-34.