



**PENGARUH INSENTIF PAJAK, TINGKAT PENDAPATAN, DAN
SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM
E-COMMERCE**

Putu Guri Nitara¹ Putu Ery Setiawan²

Abstract

Keywords:

Coffee Shop;
Repurchase Intention;
Store Environment;
Customer Experience.

The Covid-19 pandemic has led E-commerce business models become one of the many best selling strategies that has widely adopted by MSMEs. The number of MSME actors that adopted E-commerce business models has increased every year, in contrast their taxpayers's compliance levels is still low. This study aims to obtain empirical evidence on the effect of tax incentives, income levels and tax socialization on E-commerce MSME taxpayer compliance during the Covid-19 pandemic. This study used purposive sampling method, with a total sample of 97 MSMEs taxpayers who use E-commerce selling strategy and actively registered at KPP Pratama Denpasar Barat. The research method used in this study is multiple linear regression. The results found that tax incentives, income levels, and tax socialization had a significant positive effect on taxpayer compliance among MSMEs in E-commerce business. The theoretical implications of this research are able to support attribution theory and theory of planned behavior, and the practical implications can be taken into consideration in making policies to maximize taxpayer compliance.

Kata Kunci:

Insentif pajak;
Tingkat Pendapatan;
Sosialisasi Perpajakan;
Kepatuhan Wajib Pajak;
UMKM E-commerce.

Abstrak

Pandemi Covid-19 menjadikan E-commerce sebagai salah satu strategi penjualan yang banyak diadaptasi oleh UMKM. Kenaikan jumlah pelaku UMKM E-commerce berbanding terbalik dengan kepatuhan perpajakannya. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris atas pengaruh insentif pajak, tingkat pendapatan dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM E-commerce pada masa pandemi Covid-19. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 97 wajib pajak UMKM wajib yang berbisnis melalui E-commerce yang terdaftar aktif di KPP Pratama Denpasar Barat. Teknik analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa insentif pajak, tingkat pendapatan, dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM E-commerce. Implikasi teoritis penelitian ini mampu mendukung *attribution theory* dan *theory of planned behaviour*, serta implikasi praktis dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan untuk memaksimalkan kepatuhan wajib pajak.

Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Bali,
Indonesia
Email: Gurinitara@gmail.com

PENDAHULUAN

Merebaknya Covid-19 hingga menjadi pandemi menyebabkan penurunan aktivitas ekonomi para pelaku usaha sehingga berdampak pula pada penerimaan pajak yang semakin menurun. Pajak menurut UU No. 16 Tahun 2009 adalah kontribusi wajib bagi masyarakat kepada negara yang sifatnya memaksa namun tanpa mengharapkan imbalan. Pajak yang diterima negara merupakan penyumbang pendapatan terbesar negara (Fauziati, 2020).

Tabel 1.
Realisasi APBN 2021 s.d 30 November 2021

APBN	APBN (triliun Rupiah)	Realisasi s.d 30 November (triliun Rupiah)	Growth (%)
Pendapatan Negara	1.743,65	1.699,36	19,41
Penerimaan Perpajakan	1.444,54	1.314,81	18,58
Belanja Negara	2.750,03	2.310,35	0,09
% Defisit terhadap PDB	(5,70)	(3,63)	

Sumber: Kementerian Keuangan RI, 2021

Realisasi penerimaan pajak pada Q4 2021 sebesar Rp1.314,81 triliun, apabila dibandingkan dengan target penerimaan dalam APBN 2021, maka capaian tersebut belum berhasil mencapai target penerimaan pajak yang ditetapkan dalam APBN yakni Rp1.444,54 triliun. Hal ini dapat disebabkan karena terdapat masyarakat yang belum patuh pada peraturan perpajakan. Kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak sangat penting karena pajak merupakan penerimaan negara yang utama dalam membiayai kepentingan masyarakat (Megawangi, 2017). Kepatuhan wajib pajak dapat diartikan sebagai keadaan dimana seorang wajib pajak dengan sadar dan memiliki kemauan untuk menaati peraturan perpajakan (Putra, 2020).

Wajib pajak tidak hanya berasal dari pekerja dan pemilik usaha besar, namun kini juga merambah pada sektor UMKM karena kontribusinya terhadap PDB yang cukup besar. Dalam mengembangkan usahanya, tidak sedikit UMKM yang telah bergerak pada *e-commerce* yakni bisnis berbasis teknologi internet sehingga dapat menunjang penjualannya (Kurniawati, 2021). Menurut *E-Commerce Association* (idEA), jumlah UMKM yang telah tergabung dalam *e-commerce* mencapai 13,7 juta pelaku usaha atau sebesar 21 persen dari total UMKM (Indonesia.go.id, 2021). Salah satu daerah dengan UMKM terbanyak yaitu Kota Denpasar sebagai pusat pemerintahan sehingga sektor ekonomi berkembang pesat dengan akses infrastruktur yang memadai. Hasil SUSENAS (2020) menemukan bahwa Kota Denpasar menjadi kawasan dengan akses internet tertinggi di Provinsi Bali, sehingga UMKM pun turut memanfaatkan internet dalam mengelola bisnisnya (lokadata.id, 2020).

Menurut informasi yang diperoleh dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Kota Denpasar (2021), terjadi peningkatan jumlah UMKM dari tahun 2020 ke tahun 2021 dengan jumlah terbanyak berada di kawasan Denpasar Barat sejumlah 3.337 unit, sementara penyebaran terendah pada kawasan Denpasar Timur sebanyak 1.108 unit. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini dilakukan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Denpasar Barat.

Mengingat pentingnya peran UMKM maka perlu disadari tantangan yang dihadapi para pelaku usaha ini, salah satunya yaitu menjamin kepatuhan perpajakan (Hoang Thi, 2020). Lestary (2021) menemukan bahwa kepatuhan dan kesadaran pelaku UMKM masih rendah. Hal ini didorong karena merebaknya Covid-19 menurunkan aktivitas ekonomi masyarakat sehingga memberikan respon negatif bagi wajib pajak terhadap kepatuhan perpajakannya (Widiiswa, 2021). Meski jumlah

pelaku UMKM kian meningkat ternyata tidak sejalan dengan kepatuhan wajib pajak yang terlihat dari laporan perpajakan di DJP.

Tabel 2.
Tingkat Kepatuhan WP OP UMKM pada KPP Pratama Denpasar Barat pada Tahun 2017-2021

Tahun	WPOP UMKM Terdaftar	WPOP UMKM yang Menyampaikan SPT	Rasio Kepatuhan WPOP UMKM
2017	3.784	2.985	108,33%
2018	4.200	2.740	120,24%
2019	5.731	4.481	164,07%
2020	5.177	4.521	148,21%
2021	3.827	3.471	109,56%

Sumber: KPP Pratama Denpasar Barat, 2022

Tingkat kepatuhan wajib pajak dari tahun 2017 hingga tahun 2019 terus meningkat, namun pada tahun 2020 hingga 2021 terjadi penurunan yang drastis, salah satunya disebabkan oleh pandemi Covid-19. Penurunan aktivitas ekonomi menyebabkan ketidakpatuhan wajib pajak untuk menurunkan risiko mengalami kebangkrutan (Widiiswa, 2021). Ketidakpatuhan wajib pajak juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, diantaranya insentif pajak, tingkat pendapatan, dan sosialisasi perpajakan. Terdapat dua teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori atribusi dan teori perilaku berencana. Berdasarkan teori atribusi, tingkat pendapatan adalah faktor internal, sedangkan sosialisasi perpajakan dan insentif pajak merupakan faktor eksternal yang memengaruhi kepatuhan pajak (Suardana, 2020). Sementara dalam teori perilaku berencana, kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh tiga faktor yakni keyakinan kontrol, keyakinan normatif, dan keyakinan perilaku.

Insentif pajak merupakan upaya pemerintah dalam meningkatkan peran aktif wajib pajak dalam mematuhi aturan perpajakan atau dengan kata lain meningkatkan kepatuhannya dalam membayar pajak (Leong, 2020). Insentif pajak yang diterbitkan pada masa pandemi diperuntukkan bagi wajib pajak yang masuk dalam kriteria PP No. 23 Tahun 2018 sehingga pihak-pihak yang melakukan transaksi dengan UMKM tidak menerima pemotongan pajak. Berdasarkan hal tersebut maka diduga terdapat hubungan positif dari insentif pajak terhadap kepatuhan pajak. Didukung oleh penelitian dari Regita et al. (2022); Walidain (2021); Jawa et al. (2021); dan Latief et al. (2020) yang membuktikan bahwa insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yaitu H_1 : Insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce* pada masa pandemi Covid-19.

Faktor kedua yakni tingkat pendapatan pelaku UMKM. Pandemi Covid-19 menyebabkan terjadinya penurunan daya beli masyarakat yang berdampak pula pada penurunan pendapatan pelaku usaha. Hal ini juga mempengaruhi kemampuan pelaku UMKM dalam membayar pajak. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan wajib pajak akan memengaruhi kepatuhannya dalam membayar pajak. Didukung oleh penelitian dari Sofiana (2021); Widodo & Sari (2020); Ezer & Ghozali (2017) yang membuktikan bahwa tingkat pendapatan yang diperoleh UMKM berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yaitu H_2 : Tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce* pada masa pandemi Covid-19.

Kepatuhan wajib pajak dapat ditingkatkan dengan adanya peran pemerintah dalam kegiatan pembinaan melalui sosialisasi pajak juga penting. Sosialisasi pajak merupakan salah satu upaya DJP dalam memberikan informasi dan pembinaan terkait perpajakan kepada masyarakat umum dan khususnya kepada wajib pajak (Saragih, 2020). Sosialisasi tidak hanya melalui pertemuan tatap muka namun juga dapat melalui pemasangan iklan dan penyebaran brosur (Herawati, 2018). Dengan adanya

sosialisasi diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian dari Walidain (2021); Maxuel & Primastiwi (2021); Mudiarti & Mulyani (2020); dan Antika et al. (2020) yang membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan. Maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yaitu H_3 : Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce* pada masa pandemi Covid-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh insentif pajak, tingkat pendapatan dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce*. Lokasi penelitian dilakukan di KPP Pratama Denpasar Barat karena adanya penurunan tingkat kepatuhan WPOP UMKM di KPP Pratama Denpasar Barat. Objek penelitian ini yaitu kepatuhan WPOP UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Denpasar Barat tahun 2021 yang dipengaruhi oleh insentif pajak, tingkat pendapatan dan sosialisasi perpajakan. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Denpasar Barat pada periode 2021 sebanyak 3.827 WPOP UMKM. Oleh karena besarnya jumlah populasi maka ditentukan sampel penelitian dengan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 97 WPOP UMKM, yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner diukur dalam skala Likert modifikasi dengan skor 1-4 poin. Untuk memastikan kelayakan data yang diperoleh dari kuesioner maka perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Model persamaan regresi yang akan diuji sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

Y = Kepatuhan Wajib Pajak UMKM *E-commerce*

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Insentif Pajak

X_2 = Tingkat Pendapatan

X_3 = Sosialisasi Perpajakan

ε = Standard error

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kualitas yang baik. Uji asumsi klasik yang dilakukan terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Kemudian dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi, uji kelayakan model atau uji f, dan uji hipotesis atau uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3.
Karakteristik Responden

Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	(1) Laki-Laki	42	43,3
	(2) Perempuan	55	56,7
	Total:	97	100
Jenis Usaha	(1) Perdagangan	53	54,6
	(2) Jasa	23	23,7
	(3) Industri	16	16,5
	(4) Lain-lain	5	5,2
Total:		97	100
Omzet Pertahun	(1) < 4,8 Miliar	97	100
	(2) = 4,8 Miliar	0	0
	(3) > 4,8 Miliar	0	0
Total:		97	100

Sumber: Data primer diolah, 2022

Responden dengan jenis kelamin perempuan mendominasi sebanyak 55 orang atau sebesar 56,7 persen. Mayoritas wajib pajak OP UMKM yang menjadi responden menjalankan usaha di bidang perdagangan, yakni sebanyak 53 orang atau 54,6 persen. Berdasarkan jumlah omzet pertahun, mayoritas responden memiliki omzet penjualan sebesar kurang dari Rp 4,8 miliar sebanyak 97 responden, sedangkan tidak terdapat responden yang memiliki omzet sama dengan atau lebih dari Rp 4,8 Miliar.

Pengujian instrument penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan dalam kuesioner valid dan dapat dipercaya (reliabel). Hasil uji validitas didapatkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05, sehingga seluruh indikator pernyataan tersebut telah memenuhi syarat validitas data. Untuk hasil uji reliabilitas didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 4.
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Insentif Pajak	0,877	Reliabel
2	Tingkat Pendapatan	0,892	Reliabel
3	Sosialisasi Perpajakan	0,824	Reliabel
4	Kepatuhan Wajib Pajak	0,904	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil uji reliabilitas didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* tiap instrumen lebih besar dari 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam instrument layak digunakan.

Tabel 5.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	97
Kolmogorov-Smirnov Z	0,084
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,092 ^c

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil uji normalitas didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,092 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan berdistribusi normal.

Tabel 6.
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Insentif Pajak	0,599	1,668
	Tingkat Pendapatan	0,621	1,610
	Sosialisasi Pajak	0,570	1,754

a. *Dependent Variable: Kepatuhan Pajak*

Sumber: Data primer diolah, 2022

Seluruh variabel dalam penelitian memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan bebas multikolinieritas.

Tabel 7.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,356	0,788		2,990	0,004
	Insentif Pajak	-0,077	0,064	-0,160	-1,210	0,230
	Tingkat Pendapatan	0,005	0,065	0,010	0,077	0,939
	Sosialisasi Perpajakan	-0,011	0,057	-0,027	-0,199	0,843

a. *Dependent Variable: Kepatuhan Pajak*

Sumber: Data primer diolah, 2022

Seluruh variabel bebas memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 8.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,227	1,281		3,470	0,001
1 Insentif Pajak	0,291	0,098	0,271	2,955	0,004
Tingkat Pendapatan	0,317	0,101	0,283	3,143	0,002
Sosialisasi Perpajakan	0,292	0,088	0,311	3,305	0,001
a. <i>Dependent Variable:</i> Kepatuhan Pajak					
Adj R Square	0,515				
F Sig	0,000				

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikan $0,000 < 0,05$ mempunyai arti bahwa model penelitian ini layak untuk digunakan. Diperkuat oleh hasil uji koefisien determinasi yang ditunjukkan pada nilai *adjusted R²* sebesar 0,515 berarti kontribusi insentif pajak, tingkat pendapatan, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan perpajakan adalah sebesar 51,5 persen, sementara sisanya sejumlah 48,5 persen dipengaruhi oleh faktor – faktor lain diluar penelitian ini.

Hasil uji hipotesis pertama didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,291 bernilai positif, yang berarti insentif pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, maka hipotesis dapat diterima. Hasil ini dapat diartikan bahwa pemberian insentif pajak oleh pemerintah mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sejalan dengan teori atribusi yang menjelaskan bahwa faktor eksternal yakni insentif pajak mampu mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Begitu pula dalam *theory of planned behavior*, dimana seorang wajib pajak sebelum bertindak selalu mempertimbangkan manfaat dari tindakan yang akan dilakukan. Hasil ini mampu membuktikan bahwa insentif pajak yang diberikan kepada pelaku UMKM pada masa pandemi dapat menstimulus wajib pajak untuk patuh dalam membayar kewajibannya. Selaras dengan penelitian yang dilakukan Abdi (2022), Regita et al. (2022), Walidain (2021), Jawa et al. (2021), dan Latief et al. (2020) bahwa insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil uji hipotesis kedua didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,317 bernilai positif, yang artinya tingkat pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, maka hipotesis dapat diterima. Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin besar tingkat pendapatan yang dimiliki wajib pajak, maka semakin meningkat pula kepatuhan perpajakannya. Sejalan dengan teori atribusi, dimana kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh faktor internal berupa tingkat pendapatan yang dimiliki wajib pajak. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fadilah et al. (2021), Krisnadeva & Merkusiwati (2020), Sofiana (2021), Widodo & Sari (2020), Utama & Setiawan (2019), Ezer & Ghozali (2017), dan Agustina (2016) bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil uji hipotesis ketiga didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,292 bernilai positif, yang artinya sosialisasi perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, maka hipotesis dapat diterima. Hasil ini dapat diartikan apabila sosialisasi perpajakan yang dilakukan semakin baik dan sering, maka kepatuhan wajib pajak juga akan semakin meningkat. Sejalan dengan teori atribusi dan *theory of planned behaviour*, bahwa faktor eksternal yakni sosialisasi perpajakan mampu memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Apabila

sosialisasi perpajakan diberikan dengan baik, maka respon wajib pajak juga baik yakni ditunjukkan dengan berlaku patuh pada peraturan perpajakan. Hasil yang sama didapatkan dalam penelitian Walidain (2021); Maxuel & Primastiwi (2021); Lestary et al. (2021); Mudiarti & Mulyani (2020); Antika et al. (2020); Suardana, K. P. & Gayatri (2020); Lestari & Daito (2020); dan Lutfiyannah & Furqon (2020) bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut. Insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce* di KPP Pratama Denpasar Barat pada masa pandemi Covid-19. Hal ini mencerminkan bahwa semakin besar manfaat insentif pajak yang didapatkan wajib pajak, maka semakin meningkat pula kepatuhan perpajakannya. Tingkat Pendapatan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce* di KPP Pratama Denpasar Barat pada masa pandemi Covid-19. Hal ini mencerminkan bahwa semakin besar tingkat pendapatan yang dimiliki wajib pajak, maka semakin meningkat pula kepatuhan perpajakannya. Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce* di KPP Pratama Denpasar Barat pada masa pandemi Covid-19. Hal ini mencerminkan bahwa semakin sering frekuensi sosialisasi dilakukan dan semakin baik tata cara penyampaian sosialisasinya, maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Pemerintah maupun instansi terkait, melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat menyusun kebijakan yang lebih efektif guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM untuk turut aktif berkontribusi dalam kegiatan perpajakan, serta lebih memaksimalkan kegiatan sosialisasi baik dari segi frekuensinya maupun media penyampaiannya kepada wajib pajak mengenai peraturan pajak maupun kebijakan insentif terbaru.

REFERENSI

- Abdi Pradnyani, N. L. P. N. D., Sasmitadewi, P. R., Suprpto, P. A., Pengaruh Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. (2022). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(2), hal. 219-226.
- 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.
- Antika, F. N., Nita, A. B., & Mulyani, Sri. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Kudus Selama Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Akuntansi*, 5(1), hal. 408 – 417.
- Ezer, & I. Ghazali. (2017). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Tarif Pajak, Denda Pajak, Dan Probabilitas Pemeriksaan Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), pp. 407-419.
- Fadilah, L., Noermansyah, A. L., & Krisdiyawati, K. (2021). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Penurunan Tarif, Dsn Perubahan Cara Pembayaran Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Masa Pandemi Covid-19. *Owner : Riset dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), hal. 450-259.
- Herawati, H., Tabroni, R., Lusiana, S. (2018). The Effectiveness Of The Tax Regulation Socialization Strategies On Tax Payers Comprehension and Compliance In Implementing Their Tax Obligation. *The International Journal Of Business Review (The Jobs Review)*, 1(2), pp. 131-140.
- Hoang Thi Hong LE, Vuong Thi Bach TUYET, Chu Thi Bich HANH, Quang Hung DO. (2020). Factors Affecting Tax Compliance among Small- and Medium-sized Enterprises: Evidence from Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(7), pp. 209–217
- 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). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 10(2).

- Krisnadeva, A. A. N., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2020). Fakto-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1425–1440.
- Kurniawati, E., Idris, Handayati, P., Sharina, S., (2021). Digital Transformation Of MSMEs In Indonesia During The Pandemic. *Entrepreneurship And Sustainability Issues*, 9(2), 316-331.
- Latief, S., Junaidin Z., & Mapparenta. (2020). Pengaruh Kepercayaan Kepada Pemerintah, Kebijakan Insentif Pajak dan Manfaat Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Center Of Economic Student Journal*, 3(3), hal. 270-289.
- Leong, Z.-Y., Lee, T.-H., & Teoh, M. T.-T. (2020). Tax Compliance and Tax Incentive: An Investigation of SMEs During the Covid-19 Period. *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, 10(3), pp. 451–474.
- Lestary, Sizka & Sueb, Memed & Yudianto, Ivan. (2021). The Effect of Tax Fairness, Tax Socialization and Tax Understanding on Tax Compliance: A Study on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *Journal of Accounting Auditing and Business*, 4(1), pp. 87-99.
- Lutfiyannah & Furqon, I. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak UMKM Di Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 3(2), hal. 146–164.
- Maxuel, A. dan Primastiwi, A. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-Commerce. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1).
- Megawangi, Cokorda Agung Meggy; Setiawan, Putu Ery. (2017). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Kualitas Pelayanan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Badan. *E-Jurnal Akuntansi*, 19(3), p. 2348-2377.
- Mudiarti, H., & Mulyani, U. R. (2020). Pengaruh Sosialisasi Dan Pemahaman Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86 Tahun 2020 Terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan Pada Masa Covid-19 (Pada UMKM Orang Pribadi Sektor Perdagangan Di Kudus). *Accounting Global Journal*, 4(2), hal. 167–182.
- Putra, A. F. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM: Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, dan Modernisasi Sistem. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 7(01), 1-12.
- Regita, V., Jaya, A. J., Faisal, A. R. (2022). The Influence of Tax Incentive Policies and Trust in the Government Due to the Impact of Covid-19 on the Compliance of Individual Taxpayers of UMKM at KPP Pratama Pangkalan Kerinci. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5(1), pp. 1948-1958.
- Saragih, J. S. (2020). The Effect Of Taxation Knowledge, Fiscus Services And Taxation Sanctions On The Implementation Of Tax Amnesty Programs With Taxation Socialization As Moderating Variables In Tax Office (KPP Pratama) Medan Polonia. *International Journal of Public Budgeting, Accounting and Finance*, 3(1), pp 201–214.
- Sofiana, Linda. (2021). Pengaruh Sanksi Pajak Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Mediasi. *JAI : Jurnal Akuntansi Indonesia*, 17(1).
- Suardana, K. P. & Gayatri (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan dan Perhitungan Tarif Pajak pada Kepatuhan Pajak Mahasiswa Pelaku UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(9), 2311-2322.
- Utama, Nadiani Putri & Setiawan, Putu Ery. (2019). Pengaruh Dimensi Keadilan, Sosialisasi Pajak, Sanksi Pajak, Penghasilan Wajib Pajak dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Kepatuhan WPOP UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(2), hal. 1550 – 1579.
- Walidain, Muhamad Birul. (2021). Pengaruh Insentif Pajak, Sosialisasi Pajak dan Self Assesment System terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Saat Pandemi Covid-19. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2), p. 118-1132.
- Widiiswa, R. A. N., Prihambudi, H., & Kosasih, A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Aktivitas Perpajakan (Penggunaan Layanan Daring, Intensitas Layanan Administrasi Pajak, dan Perilaku Kepatuhan Pajak). *Jurnal Kajian Ilmiah Perpajakan Indonesia*, 2(2), hal. 160-17.
- Widodo, H. S., & Sari, D. P. (2020). Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Pajak dan Tingkat Pendapatan Sebagai Determinan Kepatuhan Pajak UMKM. *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Islam*, 5 (2), hal. 79-92.