

PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK, PELAKSANAAN *SELF-ASSESSMENT*, DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PELAKU *E-COMMERCE* (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku UMKM di Kota Semarang)

Shela Nur Fajriya, Zulaikha¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of tax knowledge, taxpayer awareness, application of a self-assessment system, and tax sanctions on taxpayer compliance in micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Semarang City who register their businesses on the e-commerce platform. In this study, there are four independent variables and one dependent variable. The independent variables used consist of tax knowledge, taxpayer awareness, application of the self-assessment system, and tax sanctions, while the dependent variable is taxpayer compliance. The sampling technique used was convenience sampling through the online questionnaire method, with the number of samples determined by the Cochran formula, amounting to 101 respondents. The research data was processed using multiple linear analyses with the IBM SPSS 26.0 program. The study's results found a significant positive influence between tax knowledge, taxpayer awareness, application of the self-assessment system, and tax sanctions on taxpayer compliance behavior.

Keywords: Tax Knowledge, Taxpayer Awareness, Implementation of the Self-Assessment System, Tax Sanction

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi sebagai bagian dari dampak globalisasi ini memiliki pengaruh yang sangat signifikan bagi kehidupan modern saat ini. Pesatnya perkembangan teknologi informasi, media, dan komunikasi dikarenakan kehadiran internet mampu mendatangkan transformasi digital dalam segala aspek perilaku manusia, salah satunya dalam bertransaksi. Definisi dari internet adalah koneksi jaringan yang membantu pengguna untuk mengakses dan berbagi informasi secara interaktif (Badan Pusat Statistik, 2020). Semakin hari, jumlah rakyat Indonesia yang terkoneksi dengan internet terus bertumbuh. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan sejumlah 210.026.769 penduduk dari total 272.682.600 masyarakat Indonesia telah tersambung internet pada tahun 2021.

Kegiatan ekonomi sebagai aktivitas primer manusia untuk memenuhi kebutuhan tentu menjadi salah satu yang terdampak kuat akan revolusi ini. Berbagai perilaku baru telah terbentuk, seperti beralihnya metode transaksi kegemaran masyarakat yang sebelumnya konvensional (pembayaran tunai) menjadi metode transaksi digital atau pembayaran nontunai. Selain itu, pilihan berbelanja daring kini lebih dilirik dibandingkan dengan berbelanja langsung ke *outlet*. Lebih lanjut, layanan *on-demand* atau layanan yang diberikan sesuai permintaan pelanggan sudah tersedia dengan baik dan sangat mempermudah kebutuhan sehari-hari, seperti jasa pesan-antar makanan online dan juga pembayaran secara *mobile*.

Hal ini sejalan dengan data yang disajikan oleh APJII dalam Profil Internet Indonesia 2022 bahwa masyarakat Indonesia memiliki berbagai alasan dalam penggunaan internet. Alasan

¹ Corresponding author

menggunakan internet untuk melakukan transaksi *online* menjadi alasan paling penting ketiga, disusul oleh alasan untuk mengakses layanan publik di urutan kedua, dan dipimpin oleh alasan untuk mengakses sosial media, berupa Youtube, Facebook, Whatsapp, Telegram, Line, Twitter, Instagram, serta lain sejenisnya. Adapun aplikasi digital yang paling sering digunakan dalam bertransaksi *online*, yakni Shopee dan Lazada yang memiliki persentase penggunaan sebesar 55,08% dan 33,79%.

Pertumbuhan digital tersebut turut didukung dengan hadirnya pandemi Covid-19 pada tahun 2019 yang menyebabkan Indonesia mengalami perkembangan ekonomi digital yang pesat (Aprilia, Waluyo, & Saragih, 2021). Dalam e-Conomy SEA 2021 Report yang diluncurkan oleh Google, Temasek, dan Bain & Company, disampaikan bahwa mulai awal pandemi terdata 21 juta konsumen digital baru. Selain itu, sebesar 28% pedagang digital di Indonesia mempercayai bahwa bisnis mereka tetap dapat berjalan melalui kondisi pandemi jika bukan karena hadirnya *platform* digital.

Perkembangan ekosistem *e-commerce* UMKM turut terjadi di Provinsi Jawa Tengah. Menurut laman Katadata, Provinsi Jawa Tengah mendominasi sektor UMKM Indonesia dengan jumlah 1.457.126 unit usaha sehingga dinobatkan menjadi juara UMKM terbesar nomor dua di Indonesia sesudah Provinsi Jawa Barat. Dicatat oleh Dinas Koperasi dan UMKM, terdapat sejumlah 29.766 unit usaha yang terdaftar di Ibukota Jawa Tengah yaitu Kota Semarang pada tahun 2022. Hal ini menyatakan bahwa perkembangan UMKM di Kota Semarang berkembang secara pesat. Berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah setempat agar UMKM di Kota Semarang dapat melek digital, diantaranya dengan membangun jembatan kerja sama bagi UMKM dengan platform *e-commerce* dan membangun portal khusus sebagai wadah bagi pelaku UMKM memperluas pasar produknya. Namun, ramainya pelaku usaha yang beradaptasi dengan perkembangan teknologi tidak hanya menghadirkan kelebihan melainkan juga menampakkan kekurangan, salah satunya dalam kewajiban membayar pajak.

Dilansir dari Databoks, tingkat kepatuhan pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) dan menunaikan pajak masyarakat Indonesia cenderung meningkat selama lima tahun berturut dari 2017 hingga 2021. Tercatat pada data tersebut, rasio kepatuhan untuk melaporkan SPT oleh wajib pajak pada tahun 2021 menyentuh angka 84,07% atau 15,9 juta laporan dari total 19 juta wajib pajak. Namun demikian, berdasarkan laporan Revenue Statistics in Asia and the Pacific 2022 — Indonesia yang dipublikasikan oleh OECD (*Organization for Economic Co-Operation and Development*), Indonesia menduduki peringkat 3 terbawah dari 28 negara Asia Pasifik pada tahun 2020 dengan jumlah persentase 10,1% Produk Domestik Bruto (PDB). Padahal, dengan besarnya potensi ekonomi digital, Indonesia diestimasikan memiliki kontribusi transaksi digital sebesar US\$124 miliar atau Rp1.736 triliun dan menjadi punggawa ekonomi digital di Asia Tenggara pada tahun 2025 (CNN Indonesia, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan untuk meneliti faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Faktor-faktor tersebut diantaranya: **Pengetahuan Perpajakan** (Sirait dan Waty, 2022; Widagsono, 2017; Wardani dan Wati, 2018; dan Hartini dan Sopian, 2018); **Kesadaran Wajib Pajak** (Maxuel dan Primastiwi, 2021; Ningsih, 2021; Asrinanda dan Diantimala, 2018; Chandra, *et al.*, 2021; dan Amin, 2018); **Pelaksanaan Self-Assessment** (Nisa dan Nurlatifah, 2021; Febtrina, *et al.*, 2022; Putri, *et al.*, 2019; dan Wulandari dan Fitria, 2021); **Sanksi Pajak** (Timothy dan Abbas, 2021; Prena, *et al.*, 2019; Ernawati dan Afifi, 2018; dan Jannah dan Puspitosari, 2018). Namun, penelitian terdahulu tersebut menyatakan hasil yang tidak konsisten antara satu dengan yang lainnya.

Adanya *research gap* dan fenomena *gap* yang terjadi menjadi dorongan bagi peneliti untuk mengkaji terkait faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*. Faktor-faktor yang diteliti berupa: pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, pelaksanaan *self-assessment*, dan sanksi pajak. Objek penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kota Semarang yang mendaftarkan usahanya pada layanan *e-commerce*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, pelaksanaan *self-assessment*, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Kepatuhan

Pada tahun 1963, seorang psikolog sosial bernama Stanley Milgram menggagas sebuah eksperimen yang menghasilkan teori kepatuhan. Dilihat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), patuh merupakan kata sifat dengan arti sifat patuh dan ketaatan. Teori ini dihasilkan dari eksperimen yang meneliti tentang perilaku kepatuhan terhadap perintah pihak otoritas. Pemerintah mengatur kepatuhan wajib dalam berbagai peraturan yang berlaku, salah satunya adalah Pasal 2 Peraturan Menteri Keuangan RI No.74/PMK.03/2012 tentang “Tata Cara Penetapan Wajib Pajak dengan Kriteria Tertentu dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak”. Menurut Marlinah (2018), hal ini sejalan dengan penjelasan teori kepatuhan (*compliance theory*) bahwa individu akan menjalankan perintah dari pihak yang berkuasa, baik secara paksaan maupun dengan sukarela.

Menurut Indriyani (2020), teori kepatuhan dapat digunakan untuk memprediksi hubungan di antara variabel yang menjadi fokus penelitian dikarenakan kepatuhan erat berkaitan dengan hukum dan memiliki 2 (dua) perspektif kepada hukum. Yang pertama, perspektif instrumental memiliki asumsi bahwa seorang individu secara utuh memiliki dorongan yang datang dari keperluan pribadi dan respons terhadap berbagai perubahan sehubungan dengan perilaku. Yang kedua, perspektif normatif berlandaskan moralitas dan berlawanan dengan urgensi individual. Maksudnya, seseorang cenderung menolak aturan yang dianggap tidak sesuai dan tidak sejalan dengan norma pribadi masing-masing.

Teori Atribusi

Pada tahun 1972, seorang psikolog sosial bernama Harold Kelley mengembangkan teori atribusi. Teori ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu menilai individu lain berdasarkan makna yang terkait dengan perilaku mereka. Meneliti dengan teori penjelasan kausal ini, membantu individu untuk berpikir mengenai sebab-akibat agar lebih memahami bagaimana proses individu terlibat dalam sebuah perilaku (Harvey, et al., 2014). Penyebab perilaku dapat diamati dari 2 (dua) faktor, yaitu faktor internal atau faktor eksternal. Apabila sebuah tindakan muncul dari kontrol diri individu maka perilaku tersebut disebabkan oleh faktor internal. Sebaliknya, tindakan yang disebabkan oleh faktor eksternal muncul dari luar kontrol diri individu, misalnya seseorang menyesuaikan perilaku dalam suatu situasi.

Robbins & Judge (2008) memaparkan bahwa ada 3 (tiga) faktor untuk menentukan penyebab di balik sebuah perilaku, yakni distingsi (*distinctiveness*), konsensus (*consensus*), dan konsisten (*consistency*). Pertama, distingsi adalah faktor yang mengamati bagaimana perilaku individu pada situasi yang berbeda-beda. Kedua, konsensus adalah faktor yang mengamati kesamaan respons beberapa individu dalam menghadapi situasi yang serupa. Ketiga, konsensus adalah faktor yang mengamati kesamaan respons individu dari waktu ke waktu.

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce

Dolosais (2020) berpendapat bahwa pengetahuan perpajakan ialah kesanggupan individu untuk mencerna pedoman pajak dari segi tarif pajak terutang maupun dari segi kegunaan perpajakan. Pengetahuan tentang undang-undang perpajakan memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Perilaku menyimpang terhadap peraturan perpajakan dapat disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan kemampuan wajib pajak untuk menaati regulasi. Sikap ketidakpahaman wajib pajak akan aturan pajak mendorong wajib pajak untuk berlaku tidak patuh, sementara wajib pajak yang memahaminya cenderung lebih patuh (Sri, 2014 dalam Palalangan, et al., 2019).

Wong dan Lo (2015) menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan adalah sebuah persepsi mengenai kapasitas seseorang untuk mematuhi peraturan pajak tergantung pada tingkat pengetahuan perpajakan mereka yang mencakup pemahaman teknis dan umum pajak. Kepatuhan

pajak yang tepat akan memerlukan pengetahuan pajak khusus yang tidak disediakan oleh pendidikan pada umumnya. Sebagai contoh, kepatuhan pajak penghasilan kemungkinan bergantung kepada pemahaman yang komprehensif tentang undang-undang perpajakan yang relevan dan penghasilan kena pajak dari berbagai jenis penghasilan.

Jika dikaitkan dengan teori kepatuhan, seseorang memiliki kehendak untuk menaati aturan bila sejalan dengan keyakinan yang dianut. Teori kepatuhan sendiri menjelaskan bahwa wajib pajak memiliki dorongan untuk melakukan kewajiban perpajakan karena pengetahuan yang dimilikinya atas hukum yang mengikat kewajiban tersebut. Sementara itu, teori atribusi menjelaskan bahwa pengetahuan perpajakan berfungsi sebagai elemen internal yang mendorong individu untuk bertindak sesuai dengan peraturan pajak. Oleh karena itu, pengukuran pengetahuan pajak diperlukan untuk menyelidiki dampak pengetahuan pajak terhadap keputusan kepatuhan wajib pajak. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki peran pada peningkatan sikap patuh pada pajak individu, salah satunya yaitu penelitian Timothy dan Abbas (2021) yang mengonfirmasi bahwa motivasi intrinsik wajib pajak patut dibekali pengetahuan pajak yang memadai. Berdasarkan penjelasan tersebut, rumusan hipotesis disusun sebagaimana berikut ini.

H1 : Pengetahuan Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce

Kesadaran wajib pajak, mengacu pada Zanaria dan Lestari (2020), merupakan proses kognitif (termasuk mental) wajib pajak dalam menyadari kewajiban pajak serta mematuhi perundangan berlaku. Di sisi lain, sikap sadar dan sedia wajib pajak turut diartikan sebagai suatu kontribusi ekonomi dan mengurangi kerugian keuangan negara dalam rangka mencapai kemajuan negara (Rendy & Irawati, 2019).

Dari segi teori kepatuhan, seseorang yang menyadari kewajiban perpajakannya akan melaksanakan komitmen sebagai wajib pajak yang mengikuti aturan dan peraturan perpajakan. Kesadaran individu untuk membayar pajak menjadi salah satu variabel internal perilaku individu jika dihubungkan dengan teori atribusi. Jika kesadaran wajib pajak orang pribadi meningkat, niscaya tingkat pemenuhan kewajiban perpajakannya selaras mengikuti dan nantinya memengaruhi peningkatan kepatuhan (Yulia, *et al.*, 2020).

Penelitian-penelitian sebelumnya telah melaporkan adanya peran kesadaran wajib pajak pada peningkatan sikap patuh pada pajak individu, salah satunya yaitu penelitian Rendy dan Irawati (2019). Menurut temuannya, wajib pajak cenderung patuh apabila wajib pajak sadar untuk bersolidaritas kebangsaan dalam hal ekonomi. Individu dengan tingkat kognitif menyadari kewajiban perpajakan dan pentingnya pajak bagi kelangsungan bernegara diprediksikan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penjelasan tersebut, rumusan hipotesis disusun sebagaimana berikut ini.

H2 : Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce

Pengaruh Pelaksanaan Self-Assessment terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce

Sistem *self-assessment* menurut Nurlaela (2018) adalah sistem perpajakan yang mempercayakan tugas pemenuhan dan pelaksanaan kewajiban dan hak perpajakan kepada setiap wajib pajak. Sistem ini dibuat untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat dan mengangkat kesadaran serta peranan warga negara dalam penyeteroran pajak. Oleh karena itu, individu harus benar-benar memahami metode pembayaran pajak serta semua aturan yang terkait tentangnya.

Dari segi teori kepatuhan, pelaksanaan *self-assessment system* merupakan kebijakan pemerintah dalam rangka menciptakan keadilan agar wajib pajak semakin tunduk pada peraturan perpajakan. Strategi ini melimpahkan tanggung jawab penuh kepada wajib pajak dalam menjalankan komitmennya dengan harapan dapat lebih akuntabel atas penghasilan kena pajaknya.

Sesuai teori atribusi, penerapan sistem *self-assessment* menjadi contoh elemen eksternal yang memengaruhi perilaku tanggung jawab perpajakan. Jika diterapkan dengan tepat, sistem ini akan mendorong sikap patuh wajib pajak secara sukarela. Alhasil, akan lebih memudahkan pelaporan wajib pajak jikalau sistem ini diterapkan dengan benar.

Menurut temuan penelitian Nurlaela (2018), penerapan *self-assessment system* memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Sistem ini diyakini mampu merangsang kepatuhan jika diterapkan secara efektif dan benar. Berdasarkan penjelasan tersebut, rumusan hipotesis disusun sebagaimana berikut ini.

H3 : *Pelaksanaan Self-Assessment berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce*

Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce

Dikemukakan oleh Putra (2020), sanksi perpajakan merupakan sebuah hukuman atas ketidaktaatan terhadap peraturan pajak. Individu akan selalu patuh membayar pajak apabila mereka memahami adanya sanksi yang akan merugikan dirinya. Dalam hal ini, sanksi perpajakan dimaksudkan sebagai alat pencegahan dari pelanggaran yang akan diperbuat wajib pajak.

Dihubungkan dengan teori kepatuhan, individu lebih condong untuk menaati aturan yang sejalan dengan nilai yang dianut. Perspektif instrumental dalam teori ini berasumsi bahwa wajib pajak mematuhi suatu hukum dikarenakan adanya rasa takut terhadap penalti atau denda. Di sisi lain, perspektif normatif dalam teori ini berasumsi bahwa wajib pajak mematuhi suatu hukum karena adanya dorongan berupa moralitas personal. Dari segi teori atribusi, sanksi pajak adalah elemen eksternal pendorong perilaku kepatuhan pajak individu. Ketegasan sanksi pajak berkemungkinan menimbulkan kerugian tertentu. Akibatnya, wajib pajak akan berhati-hati untuk tidak melakukan pelanggaran dalam pelaksanaan kewajiban perpajakannya.

Menurut temuan penelitian Putra (2020), sanksi pajak memengaruhi kepatuhan wajib pajak disebabkan wajib pajak cenderung mengkhawatirkan sanksi berkonsekuensi hukum. Berdasarkan penjelasan tersebut, rumusan hipotesis disusun sebagaimana berikut ini.

H4 : *Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce*

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Kepatuhan wajib pajak merupakan variabel dependen dalam penelitian ini, sedangkan variabel independen-nya ialah pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, pelaksanaan *self-assessment*, dan sanksi pajak.

Penentuan Sampel

Pemilik UMKM terdaftar *e-commerce* di Kota Semarang adalah subjek penelitian ini. Peneliti mengambil sampel dengan teknik *non-probability sampling* dan metode *convenience sampling*. Dalam penelitian ini, jumlah populasi anggota tidak diketahui jumlahnya sehingga ukuran sampel penelitian dihitung menggunakan Rumus Cochran dengan rumus di bawah ini.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- Z = tingkat keyakinan 95%; skor Z 1,96
- p = kemungkinan benar 50%
- q = kemungkinan salah 50%
- e = *margin of error maximum*

Atas perhitungan tersebut, penelitian ini membutuhkan sampel sejumlah 96,04 yang kemudian dibulatkan ke atas menjadi 100 responden. Sampel diambil dengan metode kuesioner *online* menggunakan Google Form dan disebarikan mulai bulan April hingga Mei tahun 2023. Adapun kriteria yang ditentukan untuk pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM di Kota Semarang yang mendaftarkan usahanya pada layanan *e-commerce*.
2. Sudah pernah membayarkan kewajiban perpajakan atas usahanya pada tahun pajak 2021.

Metode Analisis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilaksanakan menggunakan analisis linear berganda. Analisis regresi ialah penelitian terkait bagaimana variabel dependen bergantung kepada salah satu atau lebih variabel independen. Tujuannya adalah untuk mengestimasi nilai rerata variabel dependen dari tiap-tiap variabel independen (Ghozali, 2021). Uji H1, H2, H3, dan H4 dapat dilakukan dengan alat ini. Berikut ini adalah bentuk model analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{Pengetahuan Perpajakan} + \beta_2 \text{Kesadaran Wajib Pajak} + \beta_3 \text{Pelaksanaan Self-Assessment} + \beta_4 \text{Sanksi Pajak} + e$$

Keterangan:

- Y = kepatuhan wajib pajak
 α = konstanta
 β_1 = variabel pengetahuan perpajakan
 β_2 = variabel kesadaran wajib pajak
 β_3 = variabel pelaksanaan *self-assessment*
 β_4 = variabel sanksi pajak
e = eror

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Jumlah data yang berhasil dikumpulkan melalui pendistribusian kuesioner yaitu sebanyak 101 pelaku usaha yang mendaftarkan usahanya pada platform *e-commerce*. Kuesioner didistribusikan secara daring dimulai dari bulan April sampai dengan Mei 2023. Pendistribusian kuesioner tersebut dilakukan secara langsung dengan cara menghubungi responden melalui kontak pribadi, berupa WhatsApp, Line, serta mendatangi gerai UMKM. Responden kemudian diklasifikasikan berdasarkan kelompok omzetnya sebagaimana yang tertera pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1
Profil Responden Berdasarkan Omzet

No	Kelompok Omzet	Jumlah Responden
1	Penghasilan Rp0 – Rp500 juta	52
2	Penghasilan Rp500 juta – Rp4,8 miliar	34
3	Penghasilan lebih dari Rp4,8 miliar	15
Total Jumlah Responden		101

Sumber: Olahan data penelitian, 2023

Deskripsi Variabel

Statistik deskriptif ditampilkan guna menafsirkan karakteristik variabel dalam data penelitian. Hasil pengujian dituliskan dalam Tabel 2. Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa variabel kepatuhan wajib pajak mempunyai nilai rata-rata 25,8, nilai ini di atas nilai rata-rata teoritis (20) dengan nilai deviasi standar = 4,123. Berdasarkan nilai tersebut, distribusi data variabel kepatuhan wajib pajak tersebar merata dibuktikan dengan standar deviasi bergerak menjauhi nilai 0 (nol). Variabel ini memiliki nilai tertinggi sebesar 32. Artinya, mayoritas responden sangat bersedia untuk mendaftarkan NPWP dan melakukan tanggung jawabnya sebagai wajib pajak yang taat. Meskipun begitu, nilai terendah diketahui sebesar 17 memiliki arti bahwa masih terdapat responden yang merasa terbebani dengan kewajiban dan tanggung jawab tersebut. Namun, nilai mean yang menampilkan angka 25,80 menunjukkan bahwa tingkat kesediaan bertanggungjawab atas kewajiban pajak responden termasuk ke dalam kategori baik.

Tabel 2
Hasil Uji Deskriptif Statistik

Variabel	N	Teoretis		Empiris			Std. Deviation
		Min	Max	Min	Max	Mean	
Pengetahuan Perpajakan	101	4	16	8	16	13,46	1,764
Kesadaran Wajib Pajak	101	3	12	6	12	10,22	1,439
Pelaksanaan <i>Self-Assessment</i>	101	7	28	17	28	23,50	2,575
Sanksi Pajak	101	4	16	8	16	12,72	2,055
Kepatuhan Wajib Pajak	101	8	32	17	32	25,80	4,123

Sumber: Olahan data penelitian dengan SPSS, 2023

Variabel pengetahuan perpajakan memiliki nilai rata-rata 13,46 dengan deviasi standar sebesar 1,764. Berdasarkan nilai tersebut, distribusi data variabel pengetahuan perpajakan tersebar merata dibuktikan dengan standar deviasi bergerak menjauhi nilai 0 (nol). Variabel ini memiliki nilai tertinggi sebesar 16. Artinya, mayoritas responden mempunyai pengetahuan perpajakan yang baik. Meskipun demikian, nilai terendah diketahui sebesar 8 memiliki arti bahwa masih terdapat responden dengan pengetahuan perpajakan yang terbatas. Dengan nilai rata-rata yang menampilkan angka 13,46 menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan perpajakan para responden termasuk ke dalam kategori baik.

Berikutnya adalah variabel kesadaran wajib pajak. Variabel ini mempunyai nilai rata-rata = 10,22 dengan deviasi standar sebesar 1,439. Nilai tersebut menunjukkan bahwa distribusi data variabel kesadaran wajib pajak tersebar merata. Variabel ini memiliki nilai tertinggi sebesar 12. Artinya, mayoritas responden menyadari bahwa mereka memiliki kewajiban pajak yang harus dipenuhi, dan nilai terendah 6, nilai ini memiliki arti bahwa masih terdapat responden dengan memiliki kesadaran yang baik atas kewajiban pajaknya. Nilai mean yang menunjukkan angka 10,22 menunjukkan bahwa tingkat kesadaran yang dimiliki responden termasuk baik.

Variabel pelaksanaan sistem *self-assessment* memiliki nilai rata-rata 23,5 dengan deviasi standar 2,575. Berdasarkan nilai tersebut, distribusi data variabel pelaksanaan sistem *self-assessment* tersebar merata. Variabel ini memiliki nilai tertinggi sebesar 28. Artinya, mayoritas responden mengakui bahwa adanya sistem *self-assessment* memiliki manfaat kemudahan dalam rangka melaporkan kewajiban pajak, dan nilai terendah 17 yang memiliki arti bahwa masih terdapat responden yang tidak terlalu merasakan manfaat kemudahan tersebut. Nilai rata-rata 23,50 menunjukkan bahwa rata-rata responden merasa terbantu dengan pelaksanaan sistem *self-assessment*.

Terakhir adalah variabel sanksi pajak. Nilai rata-rata variabel sanksi pajak sebesar 12,72, dengan nilai deviasi standar 2,055. Berdasarkan nilai tersebut, distribusi data variabel sanksi pajak tersebar merata. Variabel ini memiliki nilai tertinggi sebesar 16 yang mempunyai makna bahwa mayoritas responden mengakui bahwa diterapkannya sanksi perpajakan akan menimbulkan efek jera untuk melanggar. Meskipun begitu, dengan nilai terendah yang diketahui sebesar 8, memiliki arti bahwa masih terdapat responden yang tidak menyetujui hal tersebut. Nilai rata-rata 12,72 menunjukkan bahwa rata-rata responden merasa diterapkannya sanksi pajak adalah perlu agar memberi efek jera sehingga tingkat ketaatan pajak semakin meningkat.

Uji Kualitas Data

Uji reliabilitas adalah salah satu dari dua langkah dalam menguji kualitas data. Uji ini dilakukan dengan maksud memperkirakan keandalan kuesioner yang memiliki peran sebagai indikator pengukuran variabel. Ghozali (2021) menyatakan bahwa variabel dikatakan andal apabila Cronbach Alpha di atas nilai 0,70. Berikut ini disajikan Tabel 3 yang menampilkan hasil pengujian reliabilitas data penelitian.

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha
Pengetahuan Perpajakan	0,714 > 0,700
Kesadaran Wajib Pajak	0,704 > 0,700
Pelaksanaan <i>Self-Assessment</i>	0,777 > 0,700
Sanksi Pajak	0,710 > 0,700
Kepatuhan Wajib Pajak	0,858 > 0,700

Sumber: Olahan data penelitian dengan SPSS (2023)

Sebagaimana informasi yang ditampilkan pada Tabel 3, seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach Alpha melebihi angka 0,70 sehingga disimpulkan reliabel alias dapat diandalkan sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Ghozali (2021). Langkah selanjutnya yaitu dilakukan pemeriksaan kualitas data dengan cara mengukur tingkat validitas kuesioner penelitian. Salah satu langkah untuk mengetahui validitas ini ialah memadankan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} dari seluruh kuesioner. Jika nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} , artinya pernyataan dianggap valid. Nilai r_{tabel} yang ditetapkan untuk penelitian ini sebesar 0,1956 atas dasar jumlah 101 responden. Hasil uji validitas variabel independen pertama diuraikan dalam Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Pengetahuan Perpajakan

Variabel	Indikator	R Hitung
Pengetahuan Perpajakan	1	0,655
	2	0,593
	3	0,525
	4	0,454
Kesadaran Wajib Pajak	1	0,598
	2	0,623
	3	0,288
	1	0,413
Pelaksanaan <i>Self-Assessment</i>	2	0,557
	3	0,488
	4	0,538
	5	0,598
	6	0,564
	7	0,506
	Sanksi Pajak	1
2		0,548
3		0,379
4		0,469
Kepatuhan Wajib Pajak	1	0,562
	2	0,572
	3	0,550
	4	0,672
	5	0,563
	6	0,706
	7	0,603
	8	0,647

Sumber: Olahan data penelitian dengan SPSS, 2023

Sesuai dengan penjabaran pada Tabel 4 di atas, keseluruhan pernyataan variabel independen dan variabel dependen menampakkan nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Simpulan dari angka perhitungan yang tercantum adalah seluruh pernyataan valid dan data layak untuk diolah.

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji asumsi klasik disajikan pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6
Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel Penelitian	Uji Normalitas Data	Uji Multikolinearitas (Collinearity Statistics)		Uji Heteroskedastisitas
		Tolerance	VIF	Sig.
(Constant)	Asymp.Sig. (2-tailed)			0,007
Pengetahuan Perpajakan	0,126	0,470	2,129	0,215
Kesadaran Wajib Pajak		0,666	1,526	0,620
Pelaksanaan <i>Self-Assessment</i>		0,415	2,411	0,276
Sanksi Pajak		0,653	1,532	0,385

Sumber: Olahan data penelitian dengan SPSS, 2023

Uji normalitas menjadi langkah pertama pengujian asumsi klasik. Dilaksanakannya analisis ini bermaksud untuk melihat apakah data penelitian mengikuti pencaran normal. Data disimpulkan terdistribusi normal jika angka signifikansinya di atas 0,05 pada uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Analisis normalitas dengan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov yang dilakukan pada data penelitian menunjukkan angka 0,126 dengan maksud data terdistribusi secara normal sebagaimana tertera pada Tabel 6 di atas.

Uji heteroskedastisitas ialah langkah kedua dari uji asumsi klasik. Analisis ini mengkaji apakah terjadi ketidaksamaan *variance* pada model regresi (heteroskedastisitas), salah satu cara untuk mengetahui hal tersebut yaitu dengan cara Uji Glejser. Apabila pengukuran signifikansi bernilai $> 0,05$, maka data dinyatakan terbebas dari heteroskedastisitas. Sesuai uraian pada Tabel 6, semua variabel independen penelitian menampilkan angka signifikansi $> 0,05$. Simpulan yang dihasilkan dari hasil tersebut yaitu variabel terbebas dari tanda-tanda heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa model regresi tersebut memadai.

Uji multikolinearitas dilangsungkan guna mengamati kemungkinan terjadinya korelasi di antara variabel bebas penelitian. Kelayakan model regresi dapat dilihat melalui variabel bebas yang semestinya tidak berkorelasi. Langkah yang dapat diambil yaitu dengan menilik tabel *Coefficients*, lalu mengamati angka *tolerance* dan *variable inflation factor* (VIF). Data disimpulkan tidak berkorelasi jika nilai *tolerance*-nya $> 0,10$ dan nilai VIF-nya < 10 . Tabel 6 memaparkan bahwa angka *tolerance* dan VIF milik variabel independen menampilkan nilai $> 0,10$. Begitu pula untuk hasil VIF dari keseluruhan variabel yang menampilkan nilai < 10 . Hasil perhitungan tersebut menyatakan bahwa variabel bebas pada penelitian ini tidak berkorelasi satu sama lain.

Hasil Analisis dan Pembahasan Penelitian

Hasil uji regresi berganda disajikan pada Tabel 7. Uji regresi untuk menguji hipotesis pengaruh variabel-variabel independen yakni Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Pelaksanaan *Self-Assessment*, dan Sanksi Pajak terhadap variabel dependen penelitian, yaitu Kepatuhan Wajib Pajak.

Tabel 7
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		T Hitung	Signifikansi
1	(Constant)	-1,964	0,052
	Pengetahuan Perpajakan	3,074	0,003
	Kesadaran Wajib Pajak	3,446	0,001
	Pelaksanaan <i>Self-Assessment</i>	2,224	0,028
	Sanksi Pajak	3,313	0,001
	N = 101		
	F = 43,009	Sig = 0,000	

$$\text{Adj. } R^2 = 0,627$$

Sumber: Olahan data penelitian dengan SPSS, 2023

Tabel 7 menampilkan nilai F_{hitung} sejumlah 43,009 dengan nilai signifikansi sejumlah 0,000. Berdasarkan kriteria pengujian uji simultan, model penelitian dapat dikatakan layak apabila nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} , yang dalam penelitian ini sebesar 2,47, dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05. Hasil analisis memberikan kesimpulan bahwa Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Pelaksanaan *Self-Assessment*, dan Sanksi Pajak secara simultan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, dengan demikian disimpulkan model regresi adalah fit atau layak untuk analisis regresi berganda.

Sesuai angka yang ditampilkan dalam Tabel 7, perhitungan nilai *Adjusted R²* menunjukkan nilai 0,627. Hal ini mempunyai makna bahwa variabilitas pengaruh Pengetahuan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Pelaksanaan *Self-Assessment*, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 62,7%, sedangkan 37,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian.

Interpretasi Hasil

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengetahuan Perpajakan secara signifikan memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak sebagaimana ditunjukkan dengan hasil pengujian nilai $t_{hitung} = 3,074$ dan nilai signifikansi 0,003. Simpulannya, pengetahuan perpajakan memengaruhi sikap patuh pajak wajib pajak individu. Pengetahuan yang dimaksud tersebut berupa tata cara perpajakan, ketentuan umum, sistem perpajakan, serta fungsi perpajakan. Berdasarkan hasil pengujian, rerata responden menjawab senilai poin 13,46 yaitu sangat setuju dengan pernyataan yang diberikan atas pengetahuan mengenai ketentuan perpajakan yang berlaku, tenggat waktu lapor Surat Pemberitahuan (SPT), peran NPWP sebagai identitas wajib pajak, dan fungsi pajak sebagai sumber penerimaan negara terbesar. Artinya, apabila individu cakap berpengetahuan pajak, tingkat kepatuhan wajib pajaknya akan terdorong.

Temuan ini sejalan dengan pernyataan riset oleh Salsabila dan Furqon (2020), yakni Pengetahuan Perpajakan memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Di lain sisi, temuan tersebut mendukung teori atribusi dan teori kepatuhan dikarenakan adanya dorongan dari internal berwujud pengetahuan yang kemudian mendukung kedisiplinan serta ketaatan individu dalam hal memenuhi kewajiban perpajakannya.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Kesadaran Wajib Pajak secara signifikan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak sebagaimana ditunjukkan dengan hasil pengujian berupa nilai $t_{hitung} = 3,446$ dan nilai signifikansi 0,001. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa sikap kepatuhan wajib pajak akan meningkat bila wajib pajak memiliki tingkat kesadaran pajak yang semakin tinggi. Kesadaran wajib pajak yang dimaksud tersebut meliputi kehendak wajib pajak dalam pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) serta kedisiplinan dan ketertiban dalam pembayaran pajak. Berdasarkan hasil analisis, nilai rata-rata responden menjawab senilai poin 10,22 yaitu sangat setuju terhadap pernyataan wajib pajak membayar kewajiban perpajakannya karena kesadaran diri, bersenang hati membayar pajak, melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT), serta sadar akan kewajiban berupa pembayaran pajak sebagai warga negara. Artinya, kemauan melaporkan pajak hadir seiring dengan kesadaran pajak yang baik.

Temuan ini konsisten dengan pernyataan studi Yulianti (2022), yakni Kesadaran Wajib Pajak memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Di lain sisi, temuan tersebut mendukung teori atribusi dan teori kepatuhan yang mengklasifikasikan kesadaran wajib pajak ke dalam elemen internal pendorong kedisiplinan dan ketaatan individu.

Pengaruh Pelaksanaan Sistem *Self-Assessment* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pelaksanaan sistem *self-assessment* secara signifikan memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak sebagaimana ditunjukkan dengan hasil pengujian t berupa nilai $t_{hitung} 2,224$ dan nilai signifikansi

0,028. Artinya, keefektifan penerapan sistem *self-assesment* menjadi salah satu alat pendongkrak tingkat kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan data pengujian, rerata responden menjawab senilai poin 23,50 yaitu sangat setuju terhadap pernyataan wajib pajak terkait kemandirian wajib pajak dalam penyampaian isi Surat Pemberitahuan (SPT) atas kewajiban perpajakannya serta keterbantuan atas pelayanan maupun teknologi yang mendukung kemudahan wajib pajak pada saat melaksanakan *self-assessment system*. Hasil pengujian menegaskan bahwa penerapan *self-assessment system* oleh pemerintah menyediakan keleluasaan dengan harapan mendorong tingkat kepatuhan wajib pajak.

Temuan ini sinkron dengan studi Walidain (2021) yang menemukan bahwa Pelaksanaan *Self-Assessment System* memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Di lain sisi, temuan tersebut mendukung teori atribusi dan teori kepatuhan dikarenakan adanya dorongan dari faktor eksternal berupa keleluasaan maupun kemudahan sistem pemerintah yang kemudian mendukung kedisiplinan dan ketaatan wajib pajak.

Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sanksi Pajak secara signifikan memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian t berupa nilai t_{hitung} 3,313 dan nilai signifikansi 0,001. Artinya, beratnya efek sanksi pajak menjadikan wajib pajak bersikap awas dan lebih taat aturan. Berdasarkan data pengujian, rerata responden menjawab senilai poin 12,72 yaitu sangat setuju terhadap pernyataan wajib pajak mengenai pengetahuan wajib pajak atas sanksi pajak serta mengenai diperlukannya sanksi pajak untuk menghindari kerugian negara karena menimbulkan efek jera.

Hasil pengamatan menegaskan bahwa hukuman yang disanksikan pada wajib pajak apabila lalai dan menyalahi ketentuan menimbulkan rasa takut dan rasa jera sehingga mendorong kepatuhan wajib pajak. Temuan ini selaras dengan riset Cahyani dan Noviani (2021) yang mendapati kesimpulan Sanksi Pajak memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Di lain sisi, temuan tersebut mendukung teori atribusi dan teori kepatuhan dikarenakan sanksi pajak sebagai dorongan dari eksternal mampu mendukung kedisiplinan dan ketaatan pajak individu.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan model regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 26 beserta pembahasan penelitian yang mencakup variabel yang diuji berupa pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, pelaksanaan *self-assessment*, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengetahuan Perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*.
2. Kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*.
3. Pelaksanaan *self-assessment* berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*.
4. Sanksi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *e-commerce*.

Keterbatasan

Keterbatasan yang terjadi di lapangan saat melakukan riset dirangkum sebagaimana berikut ini.

1. Jumlah kuesioner yang dikumpulkan tidak terlalu maksimal dikarenakan tidak diketahuinya jumlah populasi penelitian.
2. Dikarenakan pengumpulan data menggunakan metode kuesioner, terdapat kemungkinan bahwa informasi tersebut tidak menyiratkan pendapat asli responden dikarenakan ketidakpahaman atas kalimat pernyataan atau perilaku ketidakjujuran saat mengisi pernyataan yang disediakan.

Saran

Dari keterbatasan yang sedemikian rupa, peneliti berharap pelaku riset selanjutnya mampu melakukannya dengan lebih baik. Berikut merupakan beberapa pertimbangan terkait rekomendasi untuk kontinuitas penelitian.

1. Melakukan penyebaran kuesioner dengan merata di setiap kecamatan sehingga pernyataan kuesioner yang diperoleh dapat lebih mewakili jawaban dari pelaku UMKM *e-commerce* di Kota Semarang.
2. Penelitian ini dapat dilakukan secara berkelanjutan dengan menimbang terdapatnya perubahan dalam peraturan perpajakan dan perubahan perilaku responden secara berkala.

REFERENSI

- Amin, A. (2018). Preferensi Resiko Dalam Memoderasi Pemahaman Peraturan Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Formal Pada KPP Makassar Utara. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 15(4), 681-689.
- Asrinanda, & Diantimala, Y. (2018). The Effect of Tax Knowledge, Self Assessment System, and Tax Awareness on Taxpayer Compliance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(10), 539-330.
- Chandra, N., Halwi, D., Masdar, R., Tampang, Din, M., Mapparessa, N., & Meldawati, L. (2021). The Effect of Tax Payer Awareness, Taxation Knowledge and the Implementation of Modern Tax Administration System on Taxpayer Compliance. *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (hal. 159-162). Palu: Atlantis Press.
- Dolosais, J. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pedagang E-Commerce. *Skripsi*.
- Ernawati, N., & Afifi, Z. (2018). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Religiusitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Prosiding SENDI_U* (hal. 655-662). Semarang: Unisbank.
- Febtrina, A., Ahmad, A. W., & Mustika, R. (2022). Pengaruh Pelaksanaan Self Assessment System, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran di Kota Padang. *Jurnal Akuntansi, Bisnis, dan Ekonomi Indonesia*, 1(1), 15-24.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hartini, O., & Sopian, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(2), 43-56.
- Harvey, P., Madison, K., Martinko, M., Crook, T., & Crook, T. (2014). Attribution Theory in the Organizational Sciences: The Road Traveled and the Path Ahead. *Academy of Management Perspectives*, 28(2).
- Indriyani, P. D. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pelaku E-Commerce dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan. *Skripsi*.
- Jannah, I. N., & Puspitosari, I. (2018). Pengaruh Dimensi Konsekuensi Religiusitas dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Dalam Perpajakan. *EBBANK*, 9(1).
- Marlinah, A. (2018). Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dengan Sanksi Perpajakan sebagai Variabel Moderating (Studi pada Kantor SAMSAT Wilayah I Kota Makassar). *AkMen JURNAL ILMIAH*, 153.
- 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), 21-29.
- Ningsih, A. S., Maslichah, & Mawardi, M. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce. *e-Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 08(01).

- Nisa, F., & Nurlatifah, S. (2019). Analisis Pelaksanaan Self Assessment System dan Kepatuhan Wajib Pajak Badan dalam Rangka Meningkatkan Penerimaan Pajak pada KPP Bekasi Barat. *Jurnal Akuntansi & Bisnis Krisnadwipayana*, 6(2).
- Nurlaela, L. (2018). Pengaruh Self Assessment System dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Garut. *Jurnal Wahan Akuntansi*, 3(1), 01-11.
- Palalangan, C. A., Pakendek, R., & Tangdialla, L. (2019). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Tentang Penerapan Pp No 23 Tahun 2018, Pemahaman Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Makassar. *Paulus Journal of Accounting (PJA)*, 1(1), 29-14.
- Prena, G. D., Kustina, K. T., Dewi, I. A., Putra, I. C., & Krisnanda, R. A. (2019). Tax Sanctions, Tax Amnesty Program, and Tax Obligation Placement towards Compliance Report on Corporate Taxpayers. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(1), 26-35.
- Putra, A. F. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM: Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, dan Modernisasi Sistem. *JRAP (Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan)*, 7(1), 1-12.
- Putri, T., Saerang, D. P., & Budiarmo, N. S. (2019). Analisis Perilaku Wajib Pajak UMKM terhadap Pelaksanaan Pemungutan Pajak dengan Menggunakan Self Assessment System di Kota Tomohon. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 14(1).
- Rendy, & Irawati, W. (2019). Understanding Of Tax Rules, Tax Tariffs And Tax-Rights Consciousness On E-Commerce Users Tax Compliance. *EAJ (Economics and Accounting Journal)*, 2(2), 141-148.
- Robbins, S., & Judge, T. (2008). *Perilaku Organisasi* (Edisi Dua Belas ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sirait, M. S., & Waty, L. (2022). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku Bisnis E-Commerce di Kota Batam pada Masa Pandemi. *Journal Scientific of Mandalika*, 3(11), 60-71.
- Timothy, J., & Abbas, Y. (2021). Tax morale, perception of justice, trust in public authorities, tax knowledge, and tax compliance: a study of Indonesian SMEs. *eJournal of Tax Research*, 19(1), 168-184.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Pengetahuan Perpajakan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Jurnal Nominal*, 7(1).
- Widagsono, S. (2017). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi, dan Religiusitas terhadap Kepatuhan Wajib Pajak: Studi kasus pada KPP Pratama Kepanjen. *Skripsi*.
- Wong, R. M., & Lo, A. W. (2015). Can Education Improve Tax Compliance? Evidence from Different Forms of Tax Education. *HKIBS Working Paper Series 074-1415*.
- Wulandari, S., & Fitria, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Konsultan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(7), 1-18.
- Yulia, Y., Wijaya, R., Sari, D., & Adawi, M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendidikan dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada UMKM Dikota Padang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 305-310.
- Zanaria, Y., & Lestari, A. A. (2020). Pengaruh Pemahaman Pajak, Kesadaran Pajak, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak UKM. In *1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS 2019)*, 436, 916-921.