

## PENGARUH INSENTIF PAJAK DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM E-COMMERCE

Clara Neltje Meini Rotinsulu<sup>1</sup>, Hendrik ES Samosir<sup>2</sup>, Vikky Renaldi<sup>3</sup>, Rizal R. Manullang<sup>4</sup>, Muhamad Risal Tawil<sup>5</sup>

Universitas Tompotika Luwuk Banggai<sup>1</sup>, Universitas HKBP Nommensen Medan<sup>2</sup>, Universitas Bunda Mulia<sup>3</sup>, STIE-IBEK Pangkalpinang<sup>4</sup>, Politeknik Baubau<sup>5</sup>  
clararotinsulu@gmail.com<sup>1</sup>, hendriksamosir@uhn.ac.id<sup>2</sup>, vikkyrenaldi1@gmail.com<sup>3</sup>, rhzal@yahoo.com<sup>4</sup>, risaltawil@gmail.com<sup>5</sup>

### *Abstrak*

*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. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh insentif pajak dan tingkat pendapatan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM E-commerce. Hasil penelitian menunjukahn bahwa insentif pajak dan tingkat pendapatan berpengaruh kepatuhan wajib pajak UMKM E-commerce.*

**Kata Kunci:** *Insentif Pajak, Tingkat Pendapatan, Kepatuhan Wajib Pajak, UMKM E-commerce*

### 1. 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 (Fadilah et al., 2021).

Realisasi penerimaan pajak pada Q4 2022 sebesar Rp1.314,81 triliun, apabila dibandingkan dengan target penerimaan dalam APBN 2022, 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. 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. Menurut ECommerce Association (idEA), jumlah UMKM yang telah tergabung dalam e-commerce mencapai 13,7 juta pelaku usaha atau sebesar 21 persen dari total UMKM.

Mengingat pentingnya peran UMKM maka perlu disadari tantangan yang dihadapi para pelaku usaha ini, salah satunya yaitu menjamin kepatuhan perpajakan. (Lestary & Yudianto, 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. Meski jumlah pelaku UMKM kian meningkat ternyata tidak sejalan dengan kepatuhan wajib pajak. 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. 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. 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. 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., 2020) yang membuktikan bahwa insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

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 (Sofiana et al., 2021) yang membuktikan bahwa tingkat pendapatan yang diperoleh UMKM berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

## 2. KAJIAN TEORI

### **Kepatuhan Wajib Pajak**

Menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 39/PMK.03/2018., kriteria wajib pajak yang patuh ditetapkan oleh DJP adalah sebagai berikut: “Tepat waktu dalam menyampaikan SPT untuk semua jenis pajak dalam 3 tahun terakhir; tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak; tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan dalam jangka waktu 5 tahun terakhir; Wajib pajak yang laporan keuangannya untuk 3 tahun terakhir diaudit oleh akuntan publik dengan pendapat wajar tanpa pengecualian”. Menurut (Henriette et al., 2023) Kepatuhan wajib pajak merupakan suatu kondisi Ketika wajib pajak diharuskan untuk memenuhi semua kewajibannya menurut peraturan perpajakan yang berlaku yaitu membayar pajak tanpa perlu intervensi dari pihak otoritas pajak.

### **UMKM**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang berdiri sendiri atau dilakukan perorangan atau badan usaha pada semua sektor ekonomi yang pada dasarnya pembeda antara usaha mikro, kecil, dan menengah biasanya ada pada nilai aset awal (Anugrah et al., 2021).

### **Insentif Pajak**

Insentif pajak merupakan fasilitas perpajakan yang telah dirancang untuk mendorong kegiatan perekonomian suatu negara dengan mengurangi besaran pembayaran pajak yang dapat berdampak positif atau negatif terhadap perekonomian negara itu sendiri (Nuridah & Megawati, 2022). Insentif pajak UMKM di masa pandemi Covid-19 mengalami beberapa perubahan seiring dengan perubahan kondisi ekonomi yang ada. Pelaku UMKM mendapat insentif pajak dengan tarif 0,5% untuk PPh Final sesuai PP Nomor 23 tahun 2018 yang ditanggung pemerintah. Insentif ini tidak mengharuskan UMKM untuk mengajukan surat keterangan, cukup sampai laporan realisasi insentif setiap bulannya. Insentif pajak UMKM Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 55 Tahun 2022 mengubah beberapa ketentuan perpajakan dalam bagian pajak penghasilan, termasuk Pajak Penghasilan (PPh) Final 0,5% yang sebelumnya diatur dalam PP 23 Tahun 2018. Kini wajib pajak UMKM yang memiliki peredaran bruto tertentu sampai dengan Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) dalam satu tahun pajak tidak dikenakan PPh.

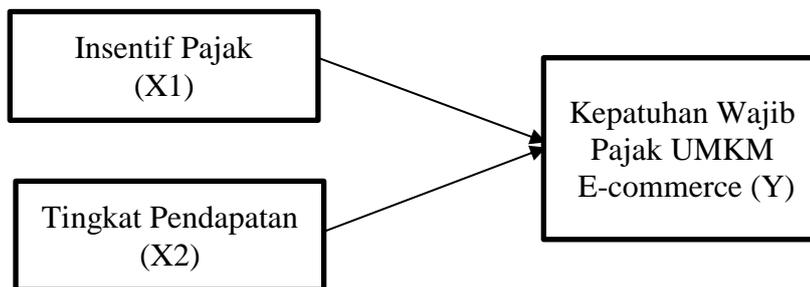
### **Tingkat Pendapatan**

Dalam PSAK Nomor 23, pendapatan didefinisikan sebagai penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti bunga, deviden, royalti, penjualan, penghasilan jasa (fees), dan sewa. Pendapatan wajib pajak diartikan sebagai penghasilan yang diterima wajib pajak yang timbul atau

dihasilkan oleh wajib pajak melalui aktivitas atau pekerjaan dalam suatu periode tertentu (Amran, 2018).

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh insentif pajak dan tingkat pendapatan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM E-commerce. Populasi dalam penelitian ini adalah 6 juta wajib pajak yang merupakan pelaku UMKM E-commerce. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel non probabilitas yaitu purposive sampling. Melihat banyaknya jumlah populasi, maka peneliti menentukan jumlah sampel dengan teori slovin dengan hasil 100 responden. Dan tehnik analisis menggunakan SPSS.



Sumber: Data diolah peneliti 2024

**Gambar 1 Kerangka Konseptual**

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi. Variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Statistic Non-Parametik Kolomogorov-Smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berikut ini merupakan hasil uji normalitas pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.93238202
Most Extreme Differences	Absolute	.148
	Positive	.069
	Negative	-.145
Kolmogorov-Smirnov Z		1.923
Asymp. Sig. (2-tailed)		.701
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data yang diolah peneliti dengan SPSS 2024

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1.923 dan nilai signifikansi  $0.701 > 0.05$ . Jadi dapat dikatakan bahwa nilai Residual berdistribusi normal maka analisis dapat dilakukan ke analisis berikutnya yaitu analisis regresi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas. Dalam regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel. Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Insentif Pajak	.321	2.550
	Tingkat Pendapatan	.345	2.481

Sumber: Data yang diolah peneliti dengan SPSS 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diolah dalam penelitian ini. Dikarenakan nilai signifikansi *tolerance* dari seluruh variabel lebih besar dari 0,01 dan nilai VIF seluruh variabel lebih kecil dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka

disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji Metode Glejser untuk menguji apakah ada tidaknya masalah homokedastisitas. Adapun hasil uji ada pada gambar sebagai berikut:

**Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Metode Glejser)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.575	.821		3.234	.004
Insentif Pajak	.128	.076	.235	1.298	.321
Tingkat Pendapatan	.138	.088	.198	1.134	.203
a. Dependent Variable: res2					

*Sumber: Data yang diolah peneliti dengan SPSS 2024*

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel Insentif Pajak memiliki nilai signifikan  $0.321 > 0.05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada variabel Insentif Pajak. Dan variabel Tingkat Pendapatan memiliki nilai signifikan  $0.203 > 0.05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada variabel Tingkat Pendapatan.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linear regresi berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen, ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Berikut ini adalah hasil uji analisis regresi berganda menggunakan SPSS, yang dapat di lihat pada tabel sebagai berikut:

a. Hasil Uji t

Uji t merupakan menunjukkan hubungan masing-masing variabel independen ( $X_1$ , dan  $X_2$ ) terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikan 0,05 (5%) dan *Degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ . Berdasarkan kriteria sebagai berikut.

- a. Menentukan kriteria pengujian hipotesis penelitian dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .
  - 1) Jika nilai  $t_{tabel} > t_{hitung}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
  - 2) Jika nilai  $t_{tabel} < t_{hitung}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- b. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi
  - 1) Apabila nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
  - 2) Apabila nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.527	1.009		.266	.791
	Insentif Pajak	.243	.061	.461	2.320	.000
	Tingkat Pendapatan	.232	.051	.481	2.467	.002

Sumber: Data yang diolah peneliti dengan SPSS 2024

Tabel 5 menunjukkan bahwa Insentif Pajak berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-commerce dengan nilai t-statistik 2.320 dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ . Tingkat Pendapatan berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-commerce dengan nilai t-statistik 2.467 dengan nilai signifikan  $0.002 < 0.05$ .

b. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah kemampuan variabel dependen untuk dapat dijelaskan oleh variabel independen. Hasil uji koefisien determinasi tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 <sup>a</sup>	.759	.775	1.76592
a. Predictors: (Constant), Insentif Pajak, Tingkat Pendapatan				

Sumber: Data yang diolah peneliti dengan SPSS 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.759 yang berarti 75,9%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Insentif Pajak dan Tingkat Pendapatan berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-commerce sebesar 75,9%. Sedangkan sisanya  $100\% - 75,9\% = 24,1\%$  dipengaruhi oleh variabel diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

## Pembahasan

### Insentif Pajak Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-commerce

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Insentif Pajak Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-commerce. 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, 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 E-commerce dapat menstimulus wajib pajak untuk patuh dalam membayar kewajibannya. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Andreansyah & Farina, 2022; Etanim, 2022; Maulida & Ramayanti, 2023; Yuliani et al., 2023), yang menemukan bahwa insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM E-commerce.

### **Tingkat Pendapatan Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-commerce**

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Tingkat Pendapatan Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-commerce. Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin besar tingkat pendapatan yang dimiliki wajib pajak, maka semakin meningkat pula kepatuhan perpajakannya. 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. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Qosidah et al., 2023; Trisakti et al., 2023), yang menemukan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM E-commerce.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Insentif Pajak Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-commerce. Hal ini mencerminkan bahwa semakin besar manfaat insentif pajak yang didapatkan wajib pajak, maka semakin meningkat pula kepatuhan perpajakannya. Dan Tingkat Pendapatan Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-commerce. Hal ini mencerminkan bahwa semakin besar tingkat pendapatan yang dimiliki wajib pajak, maka semakin meningkat pula kepatuhan perpajakannya. Pemerintah maupun instansi terkait, melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat menyusun kebijakan yang lebih efektif guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM E-commerce 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Amran. (2018). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Tingkat Pendapatan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *JURNAL ILMIAH AKUNTANSI*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.57178/atestasi.v1i1.53>
- Andreansyah, F., & Farina, K. (2022). Analisis Pengaruh Insentif Pajak , Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2097–2104. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.796>
- Anugrah, A. P., Halim, A., & Mappigau, E. (2021). Analisis pengaruh usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) terhadap pertumbuhan ekonomi. *FORUM EKONOMI*, 23(4), 828–835.
- Etanim, F. (2022). Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Dan Digitalisasi Perpajakan Terhadap Kinerja Umkm Di Jakarta Barat Dengan Insentif Pajak Selama Covid-19 Sebagai Variabel Pemoderasi. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 107–124.
- Fadilah, L., Noermansyah, A. L., & Krisdiyawati. (2021). Pengaruh Tingkat Pendapatan , Penurunan Tarif , Dan Perubahan Cara Pembayaran Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Masa Pandemi Covid-19. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 5(2), 450–459. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.487>
- Henriette, G., Annathasia, & Erasashanti. (2023). Analisis Pengaruh Insentif Pajak, Tingkat Pendapatan, Dan Digitalisasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Wajib Pajak UMKM Wilayah Jakarta Timur) Gloria. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 2017–2021.
- Lestary, S. R., & Yudianto, I. (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). <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jaab.v4i1.31998>
- Maulida, W., & Ramayanti, R. (2023). Insentif pajak, aplikasi akuntansi, dan pemanfaatan e- filing pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi umkm. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 10(3), 1539–1550.
- Nuridah, S., & Megawati, E. (2022). Pengaruh Insentif Pajak PPH Final Atas Usaha Mikro Kecil dan Menengah ( UMKM ) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Masa. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5303–5310.
- 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. <https://doi.org/https://doi.org/10.35838/jrap.2020.007.01.1>

- Qosidah, N., Aditya, G., Handoko, S., & Haryadi, D. S. (2023). Implementasi Theory Of Planned Behavior Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pelaku Usaha E- Commerce. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (Dinamika)*, 3(1), 110–125.
- Regita, V., Jaya, A. J., & Faisal, A. R. (2020). 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. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 1(4), 1948–1958. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i1.3795> 1948
- Sofiana, L., Muawanah, U., & Setia, K. A. (2021). Pengaruh Sanksi Pajak Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Mediasi. *Ekonomika Dan Manajemen*, 4(1), 68–80.
- Trisakti, J. E., Sabrina, D., Darmawati, D., & Saputro, W. A. (2023). Karakteristik Wajib Pajak , Kinerja Sistem Perpajakan , Dan Kepatuhan Pajak : Studi Empiris Terhadap Persepsi Wajib Pajak E- Commerce. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1583–1590.
- Yuliani, I. D., Suriyanti, L. H., & Azhari, I. P. (2023). The Influence Of Taxpayer Knowledge, Taxpayer Awareness, Information Technology On Taxpayer Compliance With E-Commerce Users. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(3).