

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK

USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)

(STUDI KASUS DI NTT)

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Magister



Oleh:

Matheus Fanu Ahoinei

122100753

MAGISTER AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2023

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK USAHA MIKRO
KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (STUDI KASUS DI NTT)**

dipersiapkan dan disusun oleh:

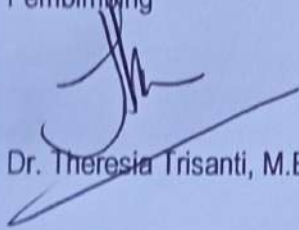
Matheus Fanu Ahoinei

Nomor Mahasiswa: 122100753

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal: 14 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Akuntansi (M.Ak.) di bidang Akuntansi


SUSUNAN TIM PENGUJI

Pembimbing



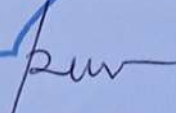
Dr. Theresia Trisanti, M.B.A., Ak., CA.

Ketua Penguji

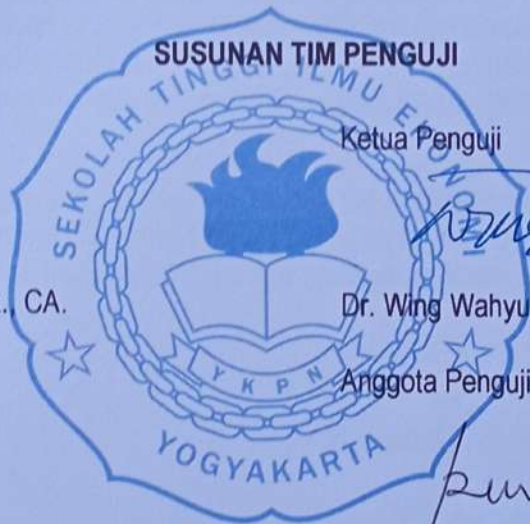


Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS., Ak., CA.

Anggota Penguji



Dr. Rusmawan Wahyu Anggoro, M.S.A., Ak., CA.



Yogyakarta, 14 Juli 2023

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN

Ketua,



Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

Pernyataan Keaslian Karya Tulis Tesis

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (STUDI KASUS DI NTT)

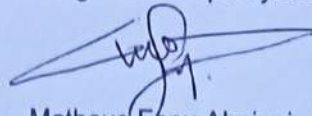
diajukan untuk diuji pada tanggal 14 Juli 2023, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tesis ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian karya tulis orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan orang lain. Bila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima pembatalan gelar dan ijazah yang diberikan oleh Program Pascasarjana STIE YKPN Yogyakarta batal saya terima.

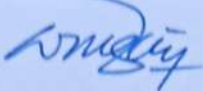
Yogyakarta, 14 Juli 2023

Yang memberi pernyataan



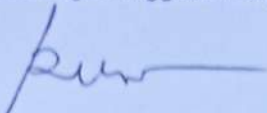
Matheus Fanu Ahoinei

Saksi 1, sebagai Ketua Tim Penguji



Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS., Ak., CA.

Saksi 2, sebagai Anggota Penguji



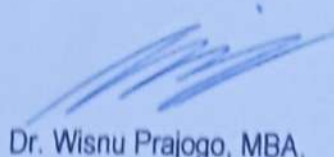
Dr. Rusmawan Wahyu Anggoro, M.S.A., Ak., CA.

Saksi 3, sebagai Pembimbing



Dr. Theresia Trisanti, M.B.A., Ak., CA.

Saksi 4, sebagai Ketua STIE YKPN Yogyakarta



Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

UJIAN TESIS

Tesis berjudul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (STUDI KASUS DI NTT)

Telah diuji pada tanggal: 14 Juli 2023

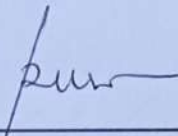
Tim Penguji:



Ketua

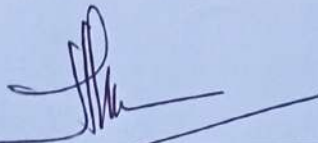
Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS., Ak., CA.

Anggota



Dr. Rusmawan Wahyu Anggoro, M.S.A., Ak., CA.

Pembimbing



Dr. Theresia Trisanti, M.B.A., Ak., CA.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (STUDI KASUS DI NTT)

Matheus Fanu Ahoinei

Theresia Trisanti

ABSTRACK

This study aims to determine whether e-commerce taxes, tax awareness affect taxpayer compliance and whether morality is able to moderate e-commerce taxes and taxpayer awareness of tax compliance. The number of samples in this study were 84 MSME respondents in NTT. The independent variables in this study are e-commerce taxes, tax awareness, and the dependent variable is tax compliance, then the moderating variable is morality. The sampling technique used purposive sampling. Data analysis in this study used SPSS statistics and partial least squares (PLS). The test results show that e-commerce taxes have no effect on tax compliance, tax awareness has an effect on tax compliance, morality-moderated e-commerce taxes have an effect on tax compliance, and tax awareness which is moderated by morality has an effect on tax compliance

Keywords: e-commerce tax, tax awareness, tax compliance, and tax morality

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pajak e-commerce, kesadaran pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dan apakah moralitas mampu memoderasi pajak *e-commerce* dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pajak. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 84 responden pelaku UMKM yang berada di NTT. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pajak e-commerce, kesadaran pajak, dan variabel dependennya kepatuhan pajak kemudian variabel moderasinya adalah moralitas. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian menggunakan statistic spss dan *partial least squares* (PLS). Hasil pengujian menunjukkan bahwa pajak e-commerce tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak, kesadaran pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak, pajak e-commerce yang di moderasi moralitas berpengaruh terhadap kepatuhan pajak, dan kesadaran pajak yang dimoderasi oleh moralitas berpengaruh terhadap kepatuhan pajak

Kata kunci: pajak *e-commerce*, kesadaran pajak, kepatuhan pajak, dan moralitas pajak

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin meningkat di zaman modern ini. Hal ini dibuktikan dengan keberadaan internet, mayoritas orang aktif menggunakan internet, dalam waktu sehari seseorang bisa menghabiskan waktu rata-rata 5 jam untuk mengakses internet, dan hampir setengah dari jam kerja normal mereka dihabiskan terutama di jejaring sosial. Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif jejaring sosial di Indonesia mencapai 212,9 juta orang pada Januari 2023.

Kemajuan perkembangan teknologi internet yang begitu meningkat pesat saat ini akhirnya mampu membuat banyak orang untuk berinovasi yang dapat memudahkan aktivitas manusia pada saat ini. Secara umum pajak *e-commerce* merupakan pajak yang dikenakan pada transaksi dan kegiatan bisnis yang terjadi melalui platform *e-commerce* atau perdagangan elektronik, mulai dari memasarkan, mempromosikan dan membayar atas transaksi yang mereka lakukan Yoganingsih & Husadha (2021).

Melalui surat edaran menteri keuangan No. 31/PMK.010/2019 bahwa para pelaku bisnis yang bertransaksi menggunakan sistem elektronik atau *e-commerce* harus mempunyai NPWP atau terdaftar sebagai wajib pajak. Transaksi pajak *e-commerce* terhadap PPH dan PPN di Indonesia terlihat dari faktor kepatuhan dan kesadaran dari pelaku bisnis online dalam memenuhi kewajiban pajaknya terbilang masih relatif rendah, karna kelemahan undang-undang yang berlaku bagi wajib pajak yang tidak membayar pajaknya, dan tidak ada ketentuan kusus menegnai hal tersebut.

Terdapat inkonsistensi penelitian hubungan antara pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan pajak. Berdasarkan penelitian dari Riris Rotua Sitorus, Yeny Kopong (2019), dan Frialdo Etanim (2022) mengatakan bahwa pajak *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak hal ini terjadi karena kesadaran wajib pajak yang meningkat, regulasi yang jelas, kemudahan pelaporan dan pembayaran, pengawasan yang di tingkatkan serta sanksi yang jelas dapat membuat wajib pajak patuh terhadap kewajibannya. Kemudian penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Afeni Maxuel, Anita Primastiwi (2021) yang mengatakan pajak *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak, hal ini terjadi karena kurangnya kesadaran dalam diri wajib pajak dan pemahaman wajib pajak mengenai pajak *e-commerce*.

Terdapat inkonsistensi penelitian hubungan antara kesadaran pajak terhadap kepatuhan pajak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hapsari dan Kholis (2020), dan Fikri et al (2020) mengatakan kesadaran memiliki pengaruh terhadap kepatuhan pajak karena seseorang wajib pajak yang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi terhadap tanggung jawabnya sebagai warga negara yang baik akan memiliki keinginan dalam dirinya untuk patuh dalam membayar pajaknya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sedangkan menurut Perdana & Dwirandra, (2020) mengatakan kesadaran pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan pajak karena banyak juga kebutuhan lain yang tinggi sehingga mengakibatkan kurangnya kesadaran wajib pajak untuk membayar pajaknya, serta berasumsi kurangnya timbal balik ketika mereka sudah membayar pajak sehingga beranggapan bahwa membayar pajak menjadi beban dalam diri mereka.

Inkonsistensi penelitian antara hubungan dari moralitas pajak terhadap kepatuhan pajak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Khaerunnisa & Wiratno (2019), Sularsih & Wikardojo (2021) mengatakan bahwa moralitas berpengaruh terhadap kepatuhan pajak karena moralitas pajak merupakan suatu motivasi intrinsik dalam diri seorang wajib pajak untuk membayar pajak yang menimbulkan kepercayaan untuk berkontribusi kepada negara dan apabila sudah tertanam rasa bangga sebagai warga negara baik didalam diri wajib pajak, maka ia akan termotivasi untuk membayar pajak. Sedangkan penelitian dari Alivia et al (2022) mengatakan moralitas tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak karena semakin tinggi tingkat moralitas seorang wajib pajak, maka hal tersebut tidak selalu mempengaruhi tinggi atau rendahnya kepatuhan wajib pajak tersebut dalam membayar pajak.

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behaviour

Theory of Reasoned Action (TRA) dikembangkan oleh Ajzen dan diberi nama *Theory of Planned Behaviour* (TPB) (Lee & Kotler, 2011). Model TPB menyatakan bahwa niat dapat mempengaruhi perilaku individu mengenai kepatuhan atau ketidakpatuhan pajak. Ada dua komponen dalam teori ini yaitu: pertama Keyakinan normatif yang memengaruhi norma subyektif. Keyakinan normatif adalah norma-norma yang dipakia oleh seorang yang mempengaruhi keputusan yang diambil. Sementara itu, norma subyektif menjadi persepsi individu terhadap sosialisasi yang ada untuk menunjukkan atau tidak berperilaku. Kedua keyakinan kontrol yang memengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan. Keyakinan control lebih dominan pada pengalaman pribadi atau orang-orang yang memengaruhi hasil seseorang. Kontrol perilaku yang dirasakan adalah keyakinan bahwa seseorang terlibat, atau tidak pernah terlibat dalam perilaku tertentu.

Usaha Mikro Kecil Menengah

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro merupakan usaha niaga *produktive* yang berdiri sendiri dan dikelola oleh perorangan atau badan usaha niaga yang bukan termasuk dari anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau dilibatkan baik langsung maupun tidak langsung. tidak langsung pada perusahaan. Kriteria usaha mikro adalah aset selain tanah dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bangunan < Rp 50.000.000, omzet per tahun tidak melebihi dari Rp 300.000.000,- dan laba usaha Rp 2.500.000,- per bulan. Usaha menengah merupakan usaha mandiri *produktive* yang dikelola oleh orang perorangan atau badan hukum yang tidak termasuk anak perusahaan atau cabang usaha yang memiliki, menguasai, atau mempunyai kepentingan langsung atau tidak langsung pada usaha kecil atau besar.

Pajak *E-commerce*

Pajak *E-commerce* atau perdagangan elektronik, dapat diartikan sebagai pajak yang dikenakan atas transaksi online dari bisnis yang dapat memfasilitasi penjualan, pendistribusian, pembelian, dan penawaran barang dan jasa menggunakan sistem elektronik melalui internet dan jaringan komputer. Menurut Haryadi & Sari (2020) Untuk mendapatkan pajak *e-commerce*, pemerintah harus lebih memperhatikan khusus dan fokus terhadap perkembangan bisnis ini. Dengan melihat keunggulan pajak *e-commerce* yang akan memberikan dampak yang baik bagi kesejahteraan serta terwujudnya kesetaraan dalam bentuk apapun bagi pelaku bisnis.

Kesadaran pajak

Kesadaran pajak merupakan keadaan atau situasi dimana seseorang mengetahui tujuan pajak dan memahami pentingnya pajak sehingga mereka sadar membayar pajaknya Hama et al (2021), Perdana & Dwirandra (2020). Faktor internal wajib pajak lainnya yang juga dapat berpengaruh terhadap kepatuhan adalah kesadaran wajib pajak. Ketika tingginya kesadaran wajib pajak, maka itu akan memiliki efek yang lebih baik pada peningkatan kewajiban pajak (Chanita & Sitinjak, 2021). Suatu bentuk kesadaran pajak untuk meningkatkan wajib pajak dalam membayar pajak adalah kesadaran bahwa dengan membayar pajak turut mendukung pembangunan negara dan kesadaran bahwa terlambat dalam membayar pajak dan mengurangi beban pajak dapat merugikan negara.

Kepatuhan Pajak

Kepatuhan merupakan keadaan atau situasi dimana seorang wajib pajak memenuhi dan melaksanakan semua hak dan kewajiban pajaknya (Nadiyah et al., 2021). Kepatuhan pajak dapat diketahui dari tiga model teoritis antara lain teori pencegahan, model ekonomi dan psikologis, model perilaku. Kepatuhan pajak penting karena penghindaran pajak, penggelapan pajak, dan keterlambatan pembayaran terjadi secara tidak langsung ketika wajib pajak tidak memenuhi kewajiban perpajakannya hal ini mengurangi penerimaan pajak negara. Oleh sebab itu, wajib pajak mengetahui dan paham mengenai beberapa indikator kepatuhan pajak seperti kepatuhan pendaftaran wajib pajak, pengiriman surat pemberitahuan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

(SPT) tepat waktu, menghitung dan membayar pajak yang terutang dari perolehan penghasilan

Moralitas Pajak

Moral pajak dilihat sebagai motivasi dan dorongan dalam pembayaran pajak. Wajib pajak lebih banyak menggunakan moralitasnya saat mengambil keputusan. Kewajiban moralitas ialah suatu perasaan bersalah yang dimiliki seseorang wajib pajak, meskipun tidak tentu dimiliki oleh wajib pajak lainnya. Wajib pajak mempunyai kewajiban moral berdasarkan nilai atau norma yang berlaku di masyarakat dan lingkungan, dengan tindakan dan kegiatan yang sesuai dengan aturan yang berlaku (Wahyuni & Amin, 2021). Indikator moralitas yang perlu diketahui oleh seorang wajib pajak adalah perasaan bersalah, melanggar etika, tingkat kepercayaan terhadap hukum yang berlaku, pemahaman tentang efektivitas sistem perpajakan, dan prinsip hidup.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Pajak *E-commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

E-Commerce merupakan bagian dari gaya hidup dalam kebutuhan seseorang yang kemungkinan terjadinya dari transaksi dilakukan secara online dari manapun. Berdasarkan penelitian dari Haryadi & Sari (2020) dan Sitorus & Kepong (2017) berpendapat bahwa wajib pajak yang memiliki tingkat kesadaran yang memumpuni maka dapat melakukan kewajibannya membayar pajak. Dari hasil penerimaan dalam pajak *e-commerce* memberikan kontribusi yang baik terhadap pendapatan negara. Sehingga pemerintah perlu melihat hal ini sebagai suatu peluang, dan pelaku UMKM menjadi mitra resmi DJP, *online* pajak menyediakan bermacam bentuk pelayanan dan cara yang memudahkan pelaku dalam melakukan transaksi dan kepatuhan perpajakan sehingga dapat mengoptimasi proses bisnis. Dari uraian tersebut maka pengembangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Pajak *E-commerce* berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Pengaruh Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Wajib pajak yang memiliki tingkat kesadaran pajak akan kewajibannya dalam membayar pajak akan memperlihatkan sejauh mana pemahamannya pentingnya tujuan dan fungsinya dalam membayar pajak. Menurut Iramawati & Hidayatulloh (2019) seseorang akan patuh terhadap kewajibannya dalam membayar pajak ketika memiliki pemahaman mengenai pentingnya membayar pajak. Perdana & Dwirandra (2020) mengatakan bahwa seseorang yang memiliki tingkat kesadaran tinggi dapat membayar kewajiban pajaknya tepat waktu.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sedangkan menurut Fikri et al (2020) menemukan hasil penelitiannya bahwa kesadaran tidak menjadi faktor penting seseorang patuh terhadap kewajibannya dalam membayar pajak tetapi karena banyak kebutuhan ekonomi sehari-hari dalam kehidupan makanya seorang tidak patuh dalam perpajakannya. Ketika seseorang wajib pajak sadar akan kewajiban membayar pajak akan mendukung terciptanya kemajuan pembangunan, yang tentunya membawa dampak positif terhadap fasilitas yang dapat ia rasakan, walaupun secara tidak langsung, maka hal tersebut akan menumbuhkan kepatuhannya terhadap peraturan perpajakan. Berdasarkan uraian diatas maka pengembangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:
H2: Kesadaran pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Pengaruh Moralitas Dalam Memoderasi Pajak *E-commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Setiap wajib pajak ketika memiliki tingkat moralitas tinggi akan patuh terhadap kewajibannya dalam membayar pajak. Upaya untuk meninggikan moralitas wajib pajak dalam hal ini pelaku UMKM pemerintah setempat perlu mencakupi kegiatan-kegiatan mengenai edukasi perpajakan, pembenahan kualitas administrasi pajak lebih dikhususkan dalam kemudahan pembayaran pajak. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lesiana & Anwar (2022), dan Sitorus & Kepong (2017) mengatakan *e-commerce* berkembang dari social media. Social media yang biasanya digunakan sebagai pertemanan atau bertukar informasi, hingga saat ini *social media* seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *whatsapp* dan lainnya menjadi *trend* baru untuk pebisnis *online*. Menurut penelitian dari Sularsih & Wikardojo (2021), moralitas harus dibangun sejak usia dini untuk membentuk karakter dan etika akan dasar sebagai modal penting dalam kehidupannya sehingga sadar akan patuh terhadap kewajiban pejaknya. Berdasarkan uraian diatas maka pengembangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H3: Moralitas pajak diharapkan dapat mampu memperkuat pengaruh pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Pengaruh Moralitas Dalam Memoderasi Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

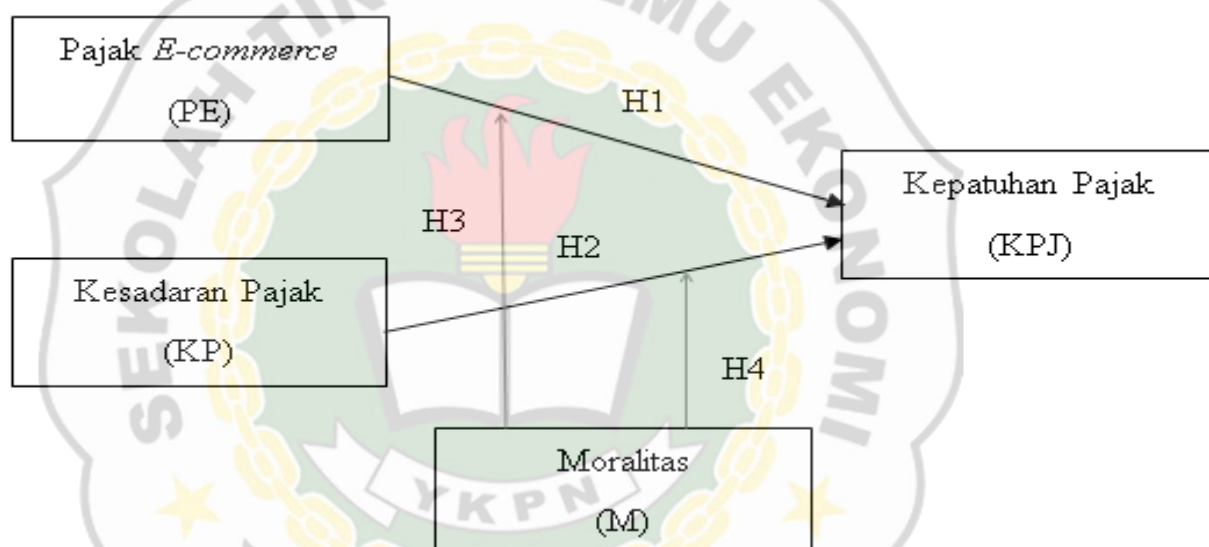
Kepatuhan pajak merupakan dorongan atau insentif untuk terlibat dalam kegiatan pemerintah dengan membayar pajak untuk memenuhi kewajiban moral atau persuasif seseorang untuk bayar pajak. Penelitian dari Perdana & Dwirandra (2020) mengatakan bahwa seorang wajib pajak dengan moral yang tinggi umumnya lebih kecil kemungkinan untuk menghindari pajak. Dari penelitian ini ditemukan bahwa moralitas pajak memiliki pengaruh terhadap kesadaran wajib pajak untuk tidak melakukan penghindaran pajak. Menurut Khaerunnisa & Wiratno (2019) mengatakan bahwa moralitas merupakan suatu perilaku atau tindakan yang dianggap benar, diterima secara social, wajar, dan pantas dalam kehidupan sehari-

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

hari. Dalam hal konteks mengenai moralitas pajak artinya sejauh mana dorongan atau motivasi dalam diri seorang agar patuh terhadap pajak, karna moral pajak sendiri adalah dasar dari wajib pajak agar sadar akan patuhnya dalam membayar pajak. Dari uraian di atas peneliti mengembangkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4: Moralitas pajak diharapkan dapat mampu memperkuat pengaruh kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

MODEL PENELITIAN



METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

populasi yang dijadikan pada penelitian ini yaitu semua usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Nusa Tenggara Timur. Teknik pengumpulan *sample* yang dipakai adalah *purposive sampling*. Adapun beberapa syarat pada riset ini adalah, wajib pajak yang memiliki usaha, wajib pajak yang sudah terdaftar di kantor koperasi dan UMKM Provinsi Nusa Tenggara Timur, dan wajib pajak yang telah memiliki NPWP.

Sumber Data Dan Teknik Pengambilan Data

penelitian ini menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner yang dibagikan secara *online* melalui *google forms*. teknik pengambilan data menggunakan skala *likert* 5 poin jika jawaban responden memilih poin 1= Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3= Netral (N), 4 = Setuju (S), 5 = Sangat Setuju (ST).

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Pajak *E-commerce*

Pajak *E-commerce* merupakan pajak yang dikenakan pada transaksi atau aktivitas perdagangan elektronik atau e-commerce. Mulai dari memasarkan, mempromosikan dan membayar atas transaksi yang mereka lakukan (Yoganingsih & Husadha, 2021). Indikator dalam penelitian ini adalah *Web design, Realibility atau fullfilment, Customer service, security*.

Kesadaran Pajak

Kesadaran perpajakan adalah keadaan dimana ketika seseorang wajib pajak mengetahui maksud dari suatu pajak dan menyadari pentingnya pajak sehingga ia sadar untuk membayar pajaknya (Perdana & Dwirandra, 2020). Indikator dari variabel penelitian ini adalah kesadaran hak dan kewajibannya dalam memenuhi pembayaran pajak, kepercayaan terkait pajak sebagai pembangunan negara, dorongan membayar pajak secara sukarela

Kepetuhan Pajak

Merupakan suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi dan melaksanakan segala hak dan kewajiban perpajakannya Saputra & Meivira (2020). Patuhnya wajib pajak yang dimaksud pada penelitian yaitu perilaku dari seseorang yang dengan taat memenuhi kewajiban membayar pajak. Indikator dari variabel penelitian ini adalah memenuhi kewajiban pajak sesuai ketentuannya, tidak memiliki tunggakan atas pajaknya, bayar pajak tepat waktu dan patuhi persyaratan pelaporan pajak, mengetahui tanggal jatuh tempo pembayaran pajak dan tidak melanggar peraturan perpajakan.

Moralitas Pajak

Moralitas pajak menggambarkan perasaan batin yang membuat seorang dalam memenuhi kewajiban pajaknya (Sularsih & Wikardojo, 2021). Wajib pajak mempunyai kewajiban moral berdasarkan nilai atau norma yang berlaku di masyarakat dan lingkungan, dengan tindakan dan kegiatan yang sesuai dengan aturan yang berlaku. Indikator moralitas dalam penelitian ini adalah Pelanggaran etika, rasa bersalah, prinsip hidup.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Keterangan	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Deviasi Standar
Pajak E-commerce	84	10	40	32,69	8,818

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kesadaran pajak	84	7	35	31,17	5,039
Kepatuhan Pajak	84	12	40	34,88	5,156
Moralitas Pajak	84	6	20	16,63	2,944

Diketahui rata-rata jawaban responden pada variabel pajak *E-commerce* memberikan jawaban setuju yakni pada poin 32,69, dengan standar deviasi sebesar 8,818. Selanjutnya pada variabel kesadaran pajak, diketahui rata-rata jawaban responden memberikan jawaban setuju yakni memilih poin 31,17 dengan standar deviasi sebesar 5,039. Variabel kepatuhan pajak, diketahui rata-rata jawaban responden memberikan jawaban setuju yakni memilih poin 34,88 dengan standar deviasi sebesar 5,156. Kemudian pada variabel terakhir moralitas pajak diketahui rata-rata jawaban dari responden memilih setuju pada poin 16,63 dengan standar deviasi 2,944.

Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pajak <i>E-commerce</i>	PE.1	0,609	0,214	Valid
	PE.2	0,893		
	PE.3	0,792		
	PE.4	0,884		
	PE.5	0,796		
	PE.6	0,852		
	PE.7	0,868		
	PE.8	0,815		
Kesadaran Pajak	KP.1	0,778	0,214	Valid
	KP.2	0,812		
	KP.3	0,846		
	KP.4	0,789		
	KP.5	0,876		
	KP.6	0,840		
	KP.7	0,820		
Kepatuhan Pajak	KPP.1	0,753	0,214	Valid
	KPP.2	0,816		
	KPP.3	0,672		
	KPP.4	0,772		
	KPP.5	0,855		
	KPP.6	0,813		
	KPP.7	0,785		
	KPP.8	0,735		
	MP.1	0,888		

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Moralitas Pajak	MP.2	0,792	0,214	Valid
	MP.3	0,849		
	MP.4	0,782		

variabel pajak *e-commerce*, kesadaran pajak, kepatuhan pajak, moralitas pajak memiliki nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Hal ini dapat dikatakan bahwa setiap item pertanyaan pada kuesioner dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Pajak <i>e-commerce</i>	0,924
Kesadaran pajak	0,924
Kepatuhan pajak	0,904
Moralitas pajak	0,847

variabel pajak *e-commerce*, kesadaran pajak, kepatuhan pajak, moralitas pajak dalam penelitian ini memiliki angka cronbach's alpha $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang operasikan dalam penelitian adalah andal.

Uji Normalitas

Keterangan	Nilai Signifikansi	Tingkat Signifikansi	Keterangan
Unstandardized Residual	0,113	0,05	Terdistribusi Normal

hasil bahwa variabel pajak *e-commerce*, kesadaran pajak, moralitas pajak memiliki angka sig $> 0,05$ atau 5% sehingga dapat dinyatakan bahwa terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Model	Tolerance	VIF
Pajak <i>e-commerce</i>	0,510	1,963
Kesadaran Pajak	0,556	1,799
Moralitas pajak	0,669	1,495

variabel pajak *e-commerce*, kesadaran pajak, moralitas pajak, memiliki angka tolerance $>$ dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factors $<$ dari 10, maka dapat dikatakan bahwa variabel diatas tdak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

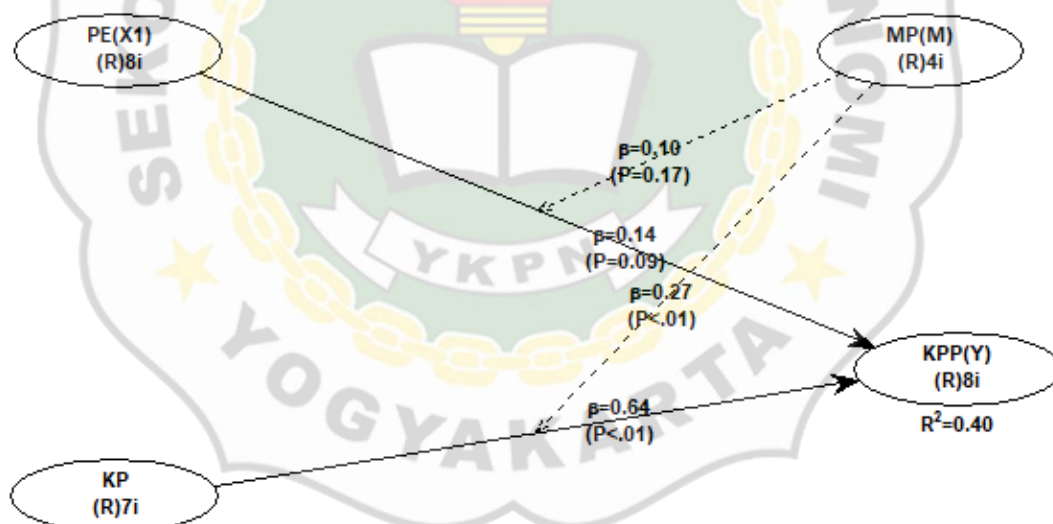
Variabel	Nilai	Tingkat	Keterangan
----------	-------	---------	------------

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	Signifikansi	Signifikansi	
Pajak e-commerce	0,062	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kesadaran pajak	0,001	0,05	Terjadi heteroskedastisitas
Moralitas pajak	0,849	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel eksogen dan variabel moderating terhadap variabel endogen. Variabel eksternal adalah pajak *e-commerce* dan kesadaran pajak. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah moral pajak dan variabel endogen dalam penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak.



Dari hasil pengujian hipotesis diatas dapat diketahui bahwa tanda arah panah menunjukkan pengaruh antar variabel, sedangkan lambang beta (β) menandakan koefisien dan lambang P adalah tingkat probabilitas. Uji hipotesis dapat dilaksanakan dengan melihat koefisien beta dan angka signifikan dari P-value. Tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%.

Pembahasan Hipotesis

Hipotesis	Variabel	β	P - Value	Hasil
H1	PE -> KKP	0,14	0,09	Ditolak
H2	KP -> KPP	0,64	< 0,01	Diterima
H3	M*PE->KPP	0,10	0,17	Diterima

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

H4	M*KP->KPP	0,27	< 0,01	Diterima
----	-----------	------	--------	----------

Pajak *E-commerce* Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Berdasarkan hasil pengujian H1 yang terdapat pada tabel P-value (0,09) lebih besar dari tingkat signifikansi (5%). Oleh karena itu, tidak cukup bukti untuk menyimpulkan bahwa ada hubungan signifikan antara pajak *e-commerce* (PE) dan kepatuhan wajib pajak UMKM (KPP).

Penelitian ini mendukung penelitian dari Etanim (2022) yang mengatakan bahwa pajak *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak ditolak. Hal ini terjadi karena kompleksitas peraturan pajak diberbagai yurisdiksi termasuk peraturan khusus untuk *e-commerce* masih rumit untuk dipahami oleh wajib pajak. Hal ini membuat pelaku *e-commerce* kesulitan dalam memahami dan mematuhi kewajiban pajak mereka dengan benar. Pelaku *e-commerce* dapat mencari cara untuk menghindari pajak dengan memanfaatkan celah hukum atau penetapan basis operasi mereka di yurisdiksi dengan tarif pajak yang rendah sehingga praktik pajak seperti ini dapat mengurangi potensi penerimaan pajak dari sektor *pajak e-commerce*. Adapun kendala teknis dan administrasi mengenai pajak *e-commerce* dalam menghitung dan melaporkan pajak secara online sehingga pelaku UMKM kurang pemahaman yang cukup serta kurangnya pengawasan yang membuat wajib pajak tidak patuh terhadap kewajibannya. Dan terakhir wajib pajak mungkin meragukan penggunaan dana pajak yang dikumpulkan oleh pemerintah atau memiliki pandangan yang berbeda tentang bagaimana pajak seharusnya digunakan untuk kepentingan umum.

Pengaruh Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hipotesis H2 P-value < 0,01 dari tingkat signifikansi (5%) dan nilai koefisien jalur 0,64. Dengan kata lain, terdapat bukti yang cukup untuk menyimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara Kesadaran Pajak (KP) dan kepatuhan wajib pajak UMKM (KPP) diterima berdasarkan hasil pengujian.

Penelitian ini mendukung penelitian dari Iramawati Ju & Hidayatulloh (2019) yang mengatakan wajib pajak yang memiliki kesadaran yang tinggi akan patuh terhadap kewajibannya. Kesadaran pajak mencakup pemahaman yang baik tentang kewajiban dan tanggung jawab wajib pajak dalam membayar pajak. Dengan tingkat kesadaran yang tinggi, wajib pajak akan memahami pentingnya memenuhi kewajiban perpajakan mereka dengan benar dan tepat waktu. Kesadaran pajak mencerminkan kesadaran akan tanggung jawabnya sebagai warga negara dalam membayar pajak. Wajib pajak yang sadar bahwa pajak adalah sumber pendapatan yang penting bagi pemerintah dalam memberikan layanan publik dan pengembangan infrastruktur dapat memotivasi wajib pajak untuk memenuhi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kewajiban perpajakan mereka secara sukarela sebagai bentuk kontribusi positif terhadap masyarakat.

Pengaruh Moralitas Dalam Memoderasi Pajak *E-commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

H3 P-value $0,17 >$ dari tingkat signifikan (5%) an angka koefisien jalur $0,10$. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa Moralitas Pajak (M) memperkuat pengaruh pajak *e-commerce* (PE) terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (KPP) di terima.

Hipotesis utama yang menyatakan pajak *e-commerce* berpengaruh terhadap kepatuhan pajak ditolak tapi moralitas sebagai variabel moderasi dapat memoderasi hubungan tersebut. Karena ketika seseorang wajib pajak memiliki kesadaran moral tentang kewajibannya dalam membayar pajak secara adil dan benar maka mereka akan cenderung untuk menghindari praktek penghindaran pajak yang ilegal atau tidak etis, melakukan pelaporan pajak yang akurat dan jujur, dan yang terakhir membayar pajak sesuai dengan peraturan dan tarif yang berlaku. Jika ada tingkat moralitas pajak yang tinggi di kalangan pelaku *e-commerce* maka mereka akan lebih cenderung untuk mematuhi kewajiban perpajakan mereka dengan lebih baik. Dengan kata lain moralitas pajak dapat berfungsi sebagai pendorong untuk kepatuhan pajak yang lebih baik dalam industri *e-commerce*.

Pengaruh Moralitas Dalam Memoderasi Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

pengujian H4 yang terdapat pada tabel diatas P-value $< 0,01 <$ dari tingkat signifikansi (5%). Dengan demikian, terdapat bukti yang cukup untuk menyimpulkan bahwa Moralitas Pajak (M) memperkuat pengaruh kesadaran pajak (KP) terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (KPP) diterima

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Alivia Rahma et al (2022) yang mngatakan bahwa moralitas tidak mampu memoderasi kesadaran pajak terhadap kepatuhan pajak karna pada dasarnya moralitas yang dimiliki dari tiap individu berbeda-beda. Meskipun mereka memiliki kesadaran untuk membayar pajak, tetapi mereka lebih mengutamakan untuk memenuhi keperluannya terlebih dahulu daripada membayarkan kewajiban perpajakannya.

Tapi pada penelitian ini moralitas mampu memoderasi kesadaran pajak terhadap kepatuhan pajak yang dibuktikan dengan hasil pengujian yang terdapat pada tabel diatas karena pertama moralitas pajak melibatkan komitmen terhadap nilai-nilai etis yang mendorong individu untuk mematuhi kewajiban pajak. Jika seseorang memiliki moralitas pajak yang kuat, mereka akan melihat pembayaran pajak sebagai tanggung jawab yang tidak hanya berdasarkan kewajiban hukum, tetapi juga sebagai kontribusi yang adil untuk membiayai kegiatan pemerintah dan layanan publik. Dalam hal ini, moralitas pajak memperkuat kesadaran pajak yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mendorong individu untuk secara sukarela mematuhi kewajiban perpajakan mereka.

Kedua moralitas pajak juga berkaitan dengan tanggung jawab kewarganegaraan dalam membayar pajak sebagai kontribusi terhadap kemajuan dan kesejahteraan negara. Individu yang memiliki moralitas pajak yang tinggi akan merasa terikat pada tanggung jawab ini dan akan berupaya mematuhi kewajiban perpajakan mereka secara penuh. Moralitas pajak memperkuat kesadaran pajak sebagai bagian integral dari tanggung jawab kewarganegaraan.

Ketiga moralitas pajak berhubungan dengan etika dan integritas dalam urusan perpajakan. Individu yang memiliki moralitas pajak yang tinggi akan menempatkan integritas dan kejujuran sebagai nilai utama dalam pelaksanaan kewajiban pajak. Mereka akan melihat kesadaran pajak sebagai fondasi moral yang memandu tindakan mereka. Dalam hal ini, moralitas pajak memperkuat pengaruh kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak karena individu yang memiliki moralitas pajak yang kuat akan berupaya untuk memenuhi kewajiban perpajakan mereka dengan integritas yang tinggi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil pengujian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM, maka dapat diambil kesimpulannya bahwa kompleksitas peraturan pajak diberbagai yurisdiksi termasuk peraturan khusus untuk *e-commerce* masih rumit untuk dipahami oleh wajib pajak. Hal ini membuat pelaku *e-commerce* kesulitan dalam memahami dan mematuhi kewajiban pajak mereka dengan benar. Pelaku *e-commerce* dapat mencari cara untuk menghindari pajak dengan memanfaatkan celah hukum atau penetapan basis operasi mereka di yurisdiksi dengan tarif pajak yang rendah sehingga praktik pajak seperti ini dapat mengurangi potensi penerimaan pajak dari sektor *pajak e-commerce*.

Kesadaran pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak dengan tingkat kesadaran yang tinggi, wajib pajak akan memahami pentingnya memenuhi kewajiban perpajakan mereka dengan benar dan tepat waktu. Wajib pajak yang sadar bahwa pajak adalah sumber pendapatan yang penting bagi pemerintah dalam memberikan layanan publik dan pengembangan infrastruktur dapat memotivasi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan mereka secara sukarela sebagai bentuk kontribusi positif terhadap masyarakat.

Moralitas pajak mampu memoderasi pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan pajak hal ini di sebabkan karena ketika seseorang wajib pajak memiliki kesadaran moral tentang kewajibannya dalam membayar pajak secara adil dan benar maka mereka akan cenderung untuk menghindari praktek penghindaran pajak yang ilegal

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

atau tidak etis, melakukan pelaporan pajak yang akurat dan jujur, dan yang terakhir membayar pajak sesuai dengan peraturan dan tarif yang berlaku.

Moralitas pajak mampu memoderasi kesadaran pajak terhadap kepatuhan pajak karan moralitas pajak melibatkan komitmen terhadap nilai-nilai etis yang mendorong individu untuk mematuhi kewajiban pajak, moralitas pajak juga berkaitan dengan tanggung jawab kewarganegaraan dalam membayar pajak sebagai kontribusi terhadap kemajuan dan kesejahteraan negara serta moralitas pajak berhubungan dengan etika dan integritas dalam urusan perpajakan.

Keterbatasan Penelitian dan Saran

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini dan saran untuk penelitian selanjutnya responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, yaitu seluruh pelaku UMKM yang terdaftar di Koperasi NTT dan Dinas UMKM. Namun tingkat partisipasi responden masih sangat rendah, karena banyak pelaku UMKM yang enggan dan tidak mau mengisi kuesioner penelitian ini dengan alasan seperti penelitian ini berkaitan dengan perpajakan, mereka takut dan tidak mau ikut dalam pengisian kuesioner ini. Selain itu, peneliti kesulitan menjangkau responden lain karena keterbatasan waktu penelitian. Oleh karena itu, ada harapan bahwa pendekatan yang berbeda dapat digunakan pada penelitian selanjutnya. Misalnya, pendekatan dimana responden dapat diyakinkan melalui wawancara langsung dan kemudian dijadikan sebagai sumber informasi.

Penelitian ini dilakukan secara online dengan membagikan kuesioner lewat link *google form* melalui WhatsApp yang membuat banyak responden tidak bersedia mengisi kuesioner penelitian. Diharapkan penelitian lebih lanjut dapat dilakukan secara *offline*, sehingga dapat memungkinkan peneliti untuk mendapatkan kepastian dan umpan balik langsung dari responden pada kuesioner yang diberikan. Variabel pajak *e-commerce* dan moralitas pajak tidak mampu memoderasi pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan pajak sehingga untuk penelitian selanjutnya mampu memberikan variabel-variabel lain yang mampu memberikan dampak yang baik misalnya variabel insentif pajak bagi wajib pajak dalam kepatuhan pajak.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Alivia Rahma, F., Harris Maulana, M., Fanu Ahoinei, M., & Jauharia Hatta Hambali, A. (2022). Mampukah Moralitas Memoderasi Kesadaran Pajak, Literasi Pajak, dan Etika Uang terhadap Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor? *E-Jurnal Akuntansi*, 32(1). <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v32.i01.pxx>
- Atarwaman, D. J. R. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi*, 6(1).
- Chanita, O. A., & Sitinjak, N. D. (2021). Peranan Pengetahuan Pajak dan Kesadaran Pajak bagi Kepatuhan Pajak Pelaku Usaha E-Commerce. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2).
- Clinton Bill. (2023, February 5). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212,9 Juta di Awal Tahun 2023*. Kompas.
- Darma. (2020). *Indonesia Konsumen Pasar Digital*. Pajakku.
- Dwi, Y., Paramita, D. P., & Prananditya, A. (2018). *Tabel 1 Jumlah Wajib Pajak terdaftar di KPP Pratama Salatiga*.
- 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. *Jurnal Revenue*, 3(1). <https://doi.org/10.46306/rev.v3i1>
- Farandy, M. R. (2018). Pengaruh Sanksi Administrasi, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendapatan dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–119.
- Fikri, Z. R., Sagara Mourris, Saputra, H. D., & Nasuhi. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Umkm. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 7(2), 294–305.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. H. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 20*. Badan Penerbit Universitas Semarang.
- Ghozali Imam. (2018). *Imam Ghozali Statistik* (19th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hama, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Surabaya, Y. (2021). Pengaruh Kesadara Wajib Pajak, Pengetahuan Peraturan Pajak, Dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Penyuluhan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Transaksi E-Commerce Di Surabaya. *ASCARYA*, 1(2). <https://doi.org/10.53754/88>
- Hapsari, A., & Kholis, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Karanganyar. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.18196/rab.040153>
- Haryadi, B., & Sari, A. (2020). Menakar Potensi Penerimaan Negara atas Pajak E Commerce, Tarik Ulur Regulasi dan Hambatan Penerimaan Pajak: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 4(3). <https://doi.org/10.33795/jraam.v4i3.009>
- Iramawati Ju, & Hidayatulloh, A. (2019). Determinan Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Kota Yogyakarta. *Sikap*, 3(2), 112–121. <http://jurnal.usbykpk.ac.id/index.php/sikap>
- Khaerunnisa, I., & Wiratno, A. (2019). Pengaruh Moralitas Pajak, Budaya Pajak, Dan Good Governance Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *JRAP*, 1(2), 211–224.
- Lesiana, W., & Anwar, S. (2022). Pemahaman Pajak E-Commerce, Sanksi Pajak, Dan Kemudahan Akses Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kemauan Membayar Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2). <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4783>
- Maghriby, B., & Ramdani, D. (2020). Pengaruh Dari Kesadaran Diri Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakannya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Entitas Usaha Kecil (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perbankan*, 14(1).
- Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm E-Commerce. *Jrmb*, 16(1).
- Nadiyah, T. P., Bahri, S., & Tahir, A. M. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran, Dan Sanksi Denda Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Pada Usaha E-Commerce. *Conference on Economic and Business Innovation*, 1(1).
- Patriandari, & Safitri, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pengguna E-Commerce. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1).
- Perdana, E. S., & Dwirandra, A. A. N. B. (2020a). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1458. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i06.p09>
- Perdana, E. S., & Dwirandra, A. A. N. B. (2020b). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1458.
<https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i06.p09>
- Rorong, E. N., Kalangi, L., & Runtu, T. (2017). Pengaruh Kebijakan Tax Amnesty, Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Manado. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2), 175–187. <https://doi.org/10.32400/gc.12.2.17480.2017>
- Safitri, C. (2013). *Pengaruh Pelayanan Fiskus, Kesadaran, Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak yang Dimoderasi Kondisi Keuangan dan Preferensi Risiko (Studi Empiris pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa*. 53(9), 1–25.
- Saputra, R., & Meivira, F. (2020). Pengaruh Tingkat Pendidikan Pemilik, Praktik Akuntansi Dan Persepsi Atas Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Pajakumkm. *Jurnal EMBA*, 8(4). <https://theconversation.com>
- Sitorus, R. R., & Kepong, Y. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Jumlah Pajak Yang Disetor Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Media Akuntansi Perpajakan*, 2(2).
- Sularsih, H., & Wikardojo, S. (2021). Moralitas dan kesadaran terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan memanfaatkan fasilitas perpajakan dimasa pandemi Covid-19. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(2), 2085–1960.
- Wahyuni, & Amin, A. (2021). Karakteristik Personal, Moralitas Pajak Dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurna Eba*, 2.
- Wardani, D. K., & Rumiyaun, R. (2017). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.24964/ja.v5i1.253>
- Yoganingsih, T., & Husadha, C. (2021). Eksistensi Pajak E-Commerce. *Buana Akuntansi*, 6(1).
- Yunia, N. N. S., Kusuma, I. N., & Sudiartana, I. M. (2021). *Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak Kualitas Pajak Dan Penurunan Tarif Pajak Umkm Pp No . 23 Tahun*. 3(1), 106–116.
- Zentira Fikri, R., Sagara, M., Hadi Saputra, D., Studi Administrasi Publik, P., & Administrasi Bisnis, J. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Umkm. In *Journal of Applied Business and Economics (JABE)* (Vol. 7, Issue 2).