



JURNAL

AKUNTANSI DAN GOVERNANCE ANDALAS

Laman Jurnal : www.jaga.unand.ac.id

Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Andalas

ISSN (Print) 2442-2363 | ISSN (Online) 2797-6785



PENGARUH PERSEPSI WAJIB PAJAK UMKM ATAS UNDANG – UNDANG HARMONISASI PERATURAN PERPAJAKAN DAN SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM (Studi Pada UMKM Binaan *Science Techno Park* Universitas Andalas)

Alzena Vania Rahma Dahlan^a, Silmi^b, Ihsani Mazelfi^c

^aDepartemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas,
alzenavania2003@gmail.com

^bDepartemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas, silmi@eb.unand.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Sejarah artikel: Diterima: 27 Februari 2026 Diterima revisian: 19 Maret 2026 Diterima publikasi: 26 Maret 2026	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi wajib pajak UMKM atas UU HPP dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan pengambilan sampel dilakukan dengan cara <i>purposive sampling</i> yang melibatkan 54 UMKM yang terdaftar pada binaan <i>Science Techno Park</i> Universitas Andalas pada tahun 2022 - 2024. Hasil studi ini menunjukkan bahwa persepsi wajib pajak UMKM berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Sedangkan, sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
Kata Kunci: Persepsi, UU HPP, Sosialisasi, Kepatuhan, UMKM	

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama negara yang memberikan kontribusi besar dalam upaya peningkatan penerimaan negara selain penerimaan Negara non pajak seperti pemanfaat sumber daya alam, pelayanan, pengelolaan kekayaan Negara yang dipisahkan, dan

lain-lain serta hibah. Pajak memiliki peran aktif untuk dapat meningkatkan pembangunan nasional melalui pemungutan yang dilakukan terhadap wajib pajak orang pribadi maupun wajib pajak badan (Hutapea et al., 2023). Hal ini terlihat dalam Anggaran Penerimaan dan Belanja Negara (APBN) dimana penerimaan pajak menjadi salah satu penerimaan dalam negeri yang terbesar.

Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU KUP), pajak adalah pembayaran wajib kepada negara yang sifatnya wajib menurut undang-undang tanpa balas jasa secara langsung dan digunakan untuk kepentingan negara untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pengertian pajak lainnya sebagaimana disampaikan oleh Mardiasmo dalam bukunya yang berjudul “Perpajakan”, pajak merupakan iuran yang wajib dibayarkan oleh rakyat kepada negara yang sifatnya dapat dipaksakan dan diatur berdasarkan undang-undang, dengan tidak memperoleh balas jasa secara langsung, dipergunakan negara untuk sebesar-besarnya kepentingan rakyat.

Di dalam Pasal 1 Angka 1 Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2017 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak didefinisikan sebagai kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar besarnya kemakmuran rakyat. Selanjutnya, pada Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2017 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, wajib pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (Silmi, 2020).

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tersebut merupakan pedoman dan acuan bagi wajib pajak di dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Sebagaimana yang dikutip dari website resmi Kementerian Keuangan, disebutkan bahwa hukum dan ketentuan perpajakan disusun dengan tujuan agar dijadikan sebagai pedoman bagi orang pribadi atau badan agar sadar dan taat pada kewajiban pajaknya sehingga orang pribadi atau badan tersebut tidak melakukan tindakan yang melanggar undang-undang perpajakan, salah satunya yaitu harmonisasi peraturan perpajakan (Kementerian Keuangan, 2021).

Pemerintah telah mengesahkan peraturan terbaru terkait perpajakan yaitu Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) yang berisikan

Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) telah diterbitkan oleh pemerintah mengubah beberapa ketentuan yang sebelumnya telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 menjelaskan bahwa UMKM khususnya usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria modal usaha sampai paling banyak Rp1.000.000.000 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak dua miliar rupiah dan kriteria hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah). Peraturan ini salah satunya memberikan dukungan dan kemudahan administrasi perpajakan bagi UMKM.

Kepatuhan wajib pajak (WP) didefinisikan sebagai pemenuhan kewajiban perpajakan oleh pembayar pajak untuk memberikan kontribusi kepada pembangunan negara yang diharapkan di dalam pemenuhannya dilakukan secara sukarela (Chorras Mandagi, 2014). menurut definisi (Oktaviane Lidya Winerungan, 2013), kepatuhan pajak didefinisikan sebagai ketika wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Dalam konteks penelitian ini, kepatuhan mengandung arti bahwa Wajib Pajak berusaha untuk mematuhi peraturan hukum perpajakan yang berlaku, baik dalam memenuhi kewajibannya maupun dalam melaksanakan hak perpajakannya (Putra et al., 2019).

Ketentuan umum dan tata cara peraturan perpajakan telah diatur dalam Undang-undang, begitu juga dengan sanksi perpajakan. Menurut Undang-undang KUP no. 28 Tahun 2007 menjelaskan salah satunya mengenai sanksi pajak, dimana wajib pajak dapat dikenakan sanksi denda berupa administrasi sebesar Rp 100.000 untuk SPT tahunan pajak penghasilan wajib pajak orang pribadi, bunga, dan sanksi pidana. Masalah kepatuhan wajib pajak menjadi salah satu hal yang sangat penting di negara Indonesia. Karena pada umumnya wajib pajak cenderung untuk menghindari diri dari pembayaran pajak. Hal ini bisa terjadi karena tingkat kesadaran masyarakat terhadap kegunaan pajak masih tergolong rendah (Dian Lestari Siregar, 2017).

Tabel 1. Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak

Tahun	Jumlah Wajib Pajak	Jumlah Wajib Pajak Yang Lapor	Persentase Kepatuhan Wajib Pajak
2019	18,33 Juta	13,39 Juta	73,06%
2020	18,90 Juta	14,74 Juta	78%
2021	19 Juta	15,9 Juta	84,07%
2022	19,10 Juta	16,4 Juta	83,20%
2023	19,4 Juta	17,1 Juta	88%

Sumber: Kompasiana

Dari data yang dikutip dari Kompasiana rasio kepatuhan wajib pajak menurut catatan Direktorat Jenderal Pajak (DJP), proporsi kepatuhan wajib pajak dalam menyampaikan SPT Tahunan mencapai 73,06% di tahun 2019, dengan jumlah masyarakat yang melaporkan SPT Tahunan sebanyak 13,39 juta dari total 18,33 juta wajib pajak. Pada 2020, tingkat kepatuhan pajak meningkat menjadi 78%. Tahun berikutnya, pada 2021, rasio kepatuhan pajak kembali meningkat menjadi 84,07%, dengan jumlah laporan SPT mencapai lebih dari 15,9 juta dari total sekitar 19 juta wajib pajak. Kemudian, realisasi kepatuhan wajib pajak dalam menyampaikan SPT sepanjang 2022 mencapai 83,2%. Meskipun terjadi penurunan dari pencapaian tahun sebelumnya, angka tersebut masih melampaui target yang ditetapkan sebesar 80%. Terakhir, dalam (Konferensi Pers 2023 Kinerja dan realisasi APBN, 2024), data terkini menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pelaporan pajak pada tahun 2023 mencapai 88%, dengan jumlah SPT yang dilaporkan mencapai sekitar 17,1 juta dari total 19,4 juta wajib pajak yang diharapkan untuk menyampaikan SPT. Dari gambar 1.1 didapatkan tingkat kepatuhan masyarakat wajib pajak dalam melaporkan SPT tahunan dan membayarkan pajak masih mengalami ketidakstabilan, sehingga perlu dilihat lebih lanjut penyebabnya ketidakstabilan ini. Karena potensi optimalisasi pendapatan negara melalui perpajakan belum sepenuhnya terealisasi. Dalam konteks APBN, kondisi ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak guna mendukung tercapainya target konsolidasi fiskal secara berkelanjutan.

Berdasarkan UU KUP Pasal 1 No.14, Surat Pemberitahuan (SPT) adalah dokumen yang dipergunakan oleh Wajib Pajak untuk menyampaikan informasi mengenai perhitungan dan/atau pelunasan pajak, objek pajak, dan/atau bukan objek pajak, serta harta dan kewajiban sesuai dengan ketentuan peraturan perpajakan. Penting dipahami bahwa selain membayar pajak tepat waktu, menyampaikan SPT dan melaporkan pajak sesuai dengan regulasi adalah salah satu indikator kepatuhan terhadap sistem perpajakan.

Menurut Suardana dan Gayatri (2020), pengetahuan tentang pajak merupakan salah satu komponen internal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Pengetahuan tentang perpajakan akan membuat wajib pajak lebih mudah memahami kebijakan pemerintah, seperti PP No. 23 tahun 2018. Suardana dan Gayatri (2020) juga menemukan bahwa pengetahuan tentang pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Kepatuhan wajib pajak menurut Tiraada (2013), kepatuhan Wajib Pajak merupakan “pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan negara yang diharapkan dalam pemenuhannya dilakukan secara sukarela”.

Sosialisasi pajak yang intensif dapat meningkatkan pemahaman wajib pajak tentang perpajakan, termasuk fungsi pajak, peraturan, mekanisme, dan sanksi yang akan diperoleh wajib

pajak, bila tidak memenuhi kewajiban pajaknya (Setyorini, 2016). Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan. Sosialisasi Undang-undang HPP tentang batasan penghasilan bruto tidak kena pajak untuk UMKM hingga lima ratus juta rupiah setahun sangat penting bagi UMKM, karena undang-undang ini dapat menciptakan keadilan dan keberpihakan kepada seluruh masyarakat kecil secara khusus UMKM sehingga mendorong UMKM dalam melaporkan kewajiban perpajakannya. Dan Sosialisasi tentang kenaikan tarif PPN dari tarif 10% menjadi 11% (Hutapea et al., 2023).

Teori kepatuhan (*compliance theory*) dicetuskan oleh Stanley Milgram (1963). Teori ini menggambarkan keadaan di mana seseorang mengikuti perintah dan aturan yang telah ditetapkan. Terkait kepatuhan hukum, pendidikan sosial mempunyai dua perspektif, yaitu perspektif instrumental dan perspektif normatif. Perspektif instrumental berasumsi bahwa individu hanya didorong oleh kepentingan pribadi dan persepsinya terhadap perubahan perilaku. Perspektif normatif berkaitan dengan asumsi masyarakat tentang moralitas dan konflik kepentingan pribadi. Faktor lain yang berpengaruh antara lain komitmen normatif individu terhadap moralitas (*normative commitment through morality*) dan terhadap legitimasi (*normative commitment through legitimacy*). Dalam hal ini ada karyawan yang patuh terhadap hukum karena hukum dipandang sebagai kewajiban wajib untuk mematuhi peraturan perusahaan (Wijayanti et al., 2022).

Berdasarkan telaah - telaah yang telah dilakukan terhadap beberapa penelitian sebelumnya dapat diketahui bahwa peranan variabel pengaruh persepsi wajib pajak umkm dan variabel sosialisasi perpajakan memiliki hasil tidak konsisten di dalam moderasi kepatuhan wajib pajak umkm. Oleh karena itu, penelitian sekarang ini akan mencoba untuk menguji konsistensi kedua variabel tersebut yaitu pengaruh persepsi wajib pajak umkm dan sosialisasi perpajakan untuk melihat apakah dapat mempengaruhi atau tidak pengaruh kepatuhan wajib pajak. Di samping itu, perbedaan lain dengan penelitian sebelumnya yaitu objek penelitian, penelitian ini akan dilakukan di Universitas Andalas dengan objek penelitian adalah UMKM wajib pajak orang pribadi (WPOP) yang terdaftar pada *Science Techno Park* Universitas Andalas.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Kepatuhan

Teori kepatuhan (*compliance theory*) dicanangkan oleh Stanley Milgram (1963). Teori kepatuhan (*compliance theory*) adalah teori yang menjelaskan suatu keadaan dimana seseorang

patuh terhadap perintah atau aturan yang diberikan. Kepatuhan dapat diartikan sebagai sifat patuh, taat, tunduk pada ajaran, peraturan atau hukum. Kepatuhan tentang perpajakan berarti suatu keharusan bagi wajib pajak dalam memenuhi seluruh aktivitas kewajiban perpajakan dan melakukan hak perpajakannya. Kepatuhan wajib pajak merupakan perilaku yang didasarkan pada kesadaran wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya dengan berlandaskan peraturan perundang-undangan yang telah diterapkan. (Khairannisa & Cheisviyanny, 2019).

Pajak

Pajak didefinisikan sebagai tanggung jawab kontribusi kepada negara yang harus dipenuhi oleh individu atau badan, diatur secara sah oleh Undang - Undang, tanpa imbalan langsung, dan bertujuan untuk meningkatkan kepentingan umum serta kesejahteraan rakyat, sebagaimana dijelaskan menurut Undang- Undang KUP No. 28 tahun 2007 adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Nelsi Arisandy, 2017).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Definisi UMKM menurut Konstitusi 1945 kemudian diperkuat oleh TAP MPR NO.XVI/MPRRI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam Demokrasi Ekonomi menekankan pentingnya memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai bagian integral dari ekonomi rakyat. UMKM diakui memiliki posisi, peran, dan potensi strategis untuk mencapai struktur perekonomian nasional yang lebih seimbang, berkembang, dan adil. Definisi resmi UMKM kemudian didefinisikan melalui UU No. 9 Tahun 1999 dan mengalami revisi dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, UMKM merujuk pada usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro.

Undang – Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan

Undang-undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) ditetapkan oleh pemerintah Indonesia untuk menyelaraskan berbagai aturan perpajakan agar lebih efektif, adil, dan mendukung pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi. Undang-undang ini bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, memperluas basis pajak, dan menciptakan sistem perpajakan yang lebih sederhana dan transparan, serta menyelaraskan berbagai aturan perpajakan guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak, memperluas basis pajak, dan memperkuat

penerimaan negara, terutama dalam menghadapi tantangan global dan pemulihan pasca-pandemi. UU HPP diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Undang-undang ini mulai berlaku sejak diundangkan pada 29 Oktober 2021 (Kementerian Keuangan, 2021).

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak adalah tindakan yang harus diambil oleh setiap wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak, yang merupakan kontribusi penting bagi pembangunan negara. Dengan membayar pajak secara patuh dan memahami pentingnya pajak dalam memajukan ekonomi nasional, wajib pajak dapat meningkatkan pendapatan negara (Rika Noviana, 2020). Lebih lanjut dijelaskan bahwa kepatuhan Wajib Pajak lebih berkaitan dengan kesediaan membayar pajak sebagai kewajiban warga negara yang bertanggung jawab, bukan semata karena takut akan konsekuensi hukum. Tingkat kepatuhan dapat dinilai dari seberapa besar kesenjangan pajak (*tax gap*) yang terjadi, yakni perbedaan antara jumlah pajak yang seharusnya diterima dengan yang benar-benar diterima jika semua wajib pajak patuh secara penuh.

Persepsi Wajib Pajak

Proses yang dikenal sebagai "persepsi" adalah proses di mana orang menseleksi, mengorganisir, dan menginterpretasikan rangsangan kesan sensorik serta pengalaman masa lalu untuk menghasilkan gambaran yang terstruktur dan bermakna dalam keadaan tertentu. Dari penjelasan di atas, kami setuju bahwa persepsi adalah proses yang dimulai dengan penglihatan dan menghasilkan tanggapan dalam diri seseorang, sehingga seseorang menyadari segala sesuatu di lingkungannya melalui indera-indera mereka (Wahyu, 2016). Faktor yang mempengaruhi persepsi dibagi menjadi tiga macam yaitu faktor eksternal, faktor internal dan faktor perhatian. Pada faktor eksternal diperoleh dari stimulus dan tidak semua stimulus diteruskan dalam proses persepsi. Faktor internal berasal dari individu dan saat menghadapi stimulus dari luar individu bersifat selektif untuk menentukan stimulus mana yang diperhatikan sehingga menimbulkan kesadaran individu. Sedangkan faktor perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan pada suatu objek (Devi Tri Asih dan Kautsar Riza Salman, 2011).

Sosialisasi Perpajakan

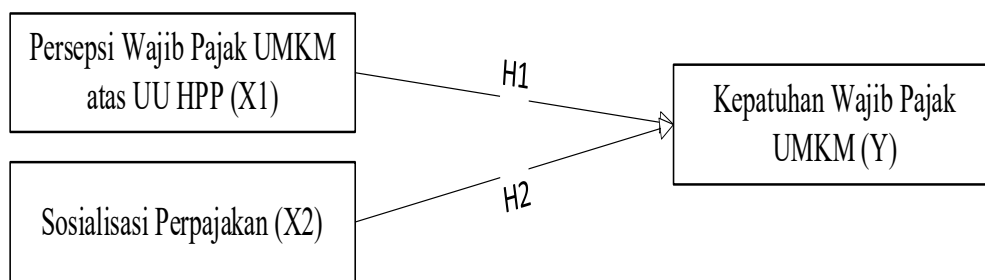
Sosialisasi merupakan proses umum di mana kita memperoleh pengetahuan melalui interaksi dengan orang lain, terkait dengan cara berpikir, merasakan, dan bertindak. Aspek-aspek ini sangat penting dalam menciptakan partisipasi sosial yang efektif menurut Setiawati Muhamad, (2019) mendefinisikan sosialisasi perpajakan sebagai usaha dari Direktorat Jenderal Pajak untuk menyampaikan informasi, pemahaman, dan panduan kepada masyarakat umum, khususnya wajib pajak, mengenai peraturan Undang-undang perpajakan. (Afreza Rahman, 2023).

Hipotesis Penelitian

H1: Persepsi Wajib Pajak UMKM atas UU HPP berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

H2: Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber informasi yang digunakan dalam studi ini adalah data primer berasal dari jawaban responden melalui kuesioner yang disebar, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Populasi penelitian ini adalah usaha mikro kecil menengah (UMKM) binaan *Science Techno Park* Universitas Andalas yang masih aktif pada tahun 2022 -2024 sebanyak 54 UMKM.

Tabel 2. Kriteria dan Seleksi Sampel

Kriteria	Jumlah
UMKM yang terdaftar di <i>Science Techno Park</i> Universitas Andalas Tahun 2022 - 2024	54
UMKM NPWP tidak terdaftar di KPP	(3)
UMKM yang tidak bersedia mengisi kuesioner	(10)
Jumlah sampel selama periode penelitian	41

Sumber data: data *olahan* (2026)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Profil Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik yang pertama dari responden dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan jenis kelamin. Responden dikategorikan menurut jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Dari 41 responden yang, menjadi sampel penelitian, jika dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin terdapat mayoritas responden yang berjenis kelamin perempuan, dengan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 22 UMKM atau sebesar 53.7% dan sisanya berjenis kelamin laki-laki berjumlah 19 UMKM atau sebesar 46.3%. Berikut adalah tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 3. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki – Laki	19	46.3
Perempuan	22	53.7
Total	41	100.0

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 26

b. Berdasarkan Usia

Responden dari penelitian ini dikategorikan berdasarkan usia, yang mana dibagi menjadi 3 bagian yaitu: usia 20-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, 51-60 tahun, dan lebih 60 tahun. Dari 41 responden yang menjadi sampel penelitian, jika dikelompokkan berdasarkan usia terdapat mayoritas responden yang memiliki usia produktif berjumlah 41 UMKM atau sebesar 100%. Berikut tabel karakteristik responden berdasarkan usianya.

Tabel 4. Deskripsi Responden berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
Usia Muda	0	0.0
Usia Produktif	41	100.0
Usia Tua	0	0.0
Total	41	100.0

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 26

c. Berdasarkan Lama Usaha

Responden dikategorikan berdasarkan lama usaha, pengelompokan ini dibagi menjadi 3 bagian yaitu: usaha 1-5 tahun, usaha 6-9 tahun dan usia lebih dari 10 tahun. Berikut adalah tabel karakteristik responden berdasarkan lama usaha.

Tabel 5. Deskripsi Responden berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
1 – 5 Tahun	27	65.9
6 – 9 Tahun	12	29.3
>10 Tahun	3	4.9
Total	41	100

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 26

Berdasarkan tabel 5 terdapat beberapa kriteria lama usaha responden dalam penelitian ini diantaranya yaitu 1-5 tahun, 6-8 tahun, dan >10 tahun. Dari 41 responden yang menjadi sampel penelitian ini, responden yang memiliki lama usaha 1-5 tahun sebanyak 19 UMKM atau sebanyak 46.3%, lama usaha 6-9 tahun sebanyak 12 UMKM atau sebanyak 29.3%, dan sisanya UMKM yang memiliki masa usaha > 10 tahun sebanyak 3 UMKM atau sebanyak 7.4%. Terlihat bahwa mayoritas UMKM dalam penelitian ini memiliki lama usaha 1 - 5 tahun.

d. Berdasarkan Omset

Responden dikategorikan berdasarkan lama usaha, pengelompokan ini dibagi menjadi 3 bagian yaitu: omset <300 Juta, omset 300 Juta – 2,5 Miliar dan omset 2,5 Miliar – 50 Miliar. Dari 41 responden yang menjadi sampel penelitian ini, UMKM yang memiliki omset <300 Juta sebanyak 31 UMKM atau sebanyak 75.6%, omset 300 Juta – 2,5 Miliar sebanyak 9 UMKM atau sebanyak 22.0%, dan sisanya UMKM yang memiliki omset 2,5 Miliar – 50 Miliar sebanyak 1

UMKM atau sebanyak 2.4%. Terlihat bahwa mayoritas UMKM dalam penelitian ini memiliki omset < 300 Juta. Berikut adalah tabel karakteristik responden berdasarkan omset.

Tabel 6. Deskripsi Responden berdasarkan Omset

Omset	Frekuensi	Persentase (%)
Omset <300 Juta	31	75.6
Omset 300 Juta – 2,5 Milliar	9	22.0
Omset 2,5 Milliar – 50 Milliar	1	2.4
Total	41	100

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 26

Hasil Uji Kausalitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan (Sekaran, 2011). Tinggi rendahnya validitas instrumen akan menunjukkan sejauh mana data terkumpul tidak menyimpang dari variabel yang diteliti secara tepat. gambaran tentang validitas yang dimaksud. Suatu instrumen yang valid mempunyai nilai validitas yang tinggi. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, dan mampu mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Validitas instrumen dapat dilihat yaitu dengan membandingkan antara R hitung dengan R tabel. Jika R hitung < R tabel, maka butir pernyataan dikatakan tidak valid, dan sebaliknya jika R hitung > R tabel, maka butir pernyataan dikatakan valid. Perhitungan validitas melihat nilai *corrected item-total correlation* yang merupakan nilai R hitung dari hasil perhitungan validitas instrumen penelitian. Nilai R tabel dapat dilihat pada tabel R statistik, dimana $df = n - 2$. Karena kuesioner penelitian yang disebar sebanyak 41. Jadi nilai tabel untuk nilai df (39) untuk tingkat signifikan 0.05 uji satu arah adalah 0.2605. Berikut adalah hasil uji validitas dari masing – masing variabel dalam penelitian ini yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 7. Uji Validitas Penelitian

No	Variabel	Butir Pertanyaan	R tabel	R hitung	Keterangan
1	Persepsi Wajib Pajak	X1	0.2065	0.598	Valid
		X2	0.2065	0.710	Valid
		X3	0.2065	0.618	Valid
		X4	0.2065	0.671	Valid

		X5	0.2065	0727	Valid
		X6	0.2065	0.564	Valid
2	Kepatuhan Wajib Pajak	Y1	0.2065	0.752	Valid
		Y2	0.2065	0.596	Valid
		Y3	0.2065	0.741	Valid
		Y4	0.2065	0.852	Valid
		Y5	0.2065	0.799	Valid
		Y6	0.2065	0.785	Valid
		Y7	0.2065	0.709	Valid
		Y8	0.2065	0.667	Valid
		Y9	0.2065	0.466	Valid
		Y10	0.2065	0.414	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 26

Berdasarkan tabel 7 diatas dapat dilihat hasil analisis data menggunakan SPSS, maka dapat dinyatakan bahwa semua instrumen penelitian valid karena memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari R tabel yaitu 0.2065. Maka dapat dikatakan bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel kinerja UMKM sudah valid.

b. Uji Reabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana pengukuran ini tanpa bias sehingga menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan beragam item dalam instrumen (Sekaran, 2011) Teknik yang dipakai pada pengujian ini adalah teknik *Cronbach's Alpha* (α) > 0,7. Berikut adalah hasil uji validitas dari masing – masing variabel dalam penelitian ini yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 8. Uji Realibilitas Penelitian

Variabel Penelitian	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
Persepsi Wajib Pajak	0.896	6	Realibel
Kepatuhan Wajib Pajak	0.903	10	Realibel

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 26

Berdasarkan tabel 8 diatas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Persepsi Wajib Pajak bernilai 0.896 yang berarti lebih dari 0,7 dan untuk variabel Kepatuhan Wajib Pajak bernilai 0.903 yang mana juga lebih dari 0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang telah dikumpulkan dapat dikatakan *reliable*.

Hasil Uji Hipotesis

a. Analisis Univariat

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Persepsi Wajib Pajak

Persepsi Wajib Pajak	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	2	4.9
Kurang Setuju	5	12.2
Setuju	15	36.6
Sangat Setuju	19	46.3
Total	41	100.0

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 26

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa dari 41 UMKM sebagian besar berada pada kategori Persepsi Wajib Pajak yang sangat setuju yaitu 19 UMKM (46.3%), sedangkan UMKM yang tidak setuju tentang Persepsi Wajib Pajak yaitu 2 UMKM (4.9%).

Tabel 10 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi Perpajakan	Frekuensi	Persentase (%)
Ya	17	41.5
Tidak	24	58.5
Total	41	100

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 26

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan bahwa dari 41 UMKM sebagian besar berada pada kategori Sosialisasi Perpajakan yang Tidak mendapatkan sosialisasi perpajakan yaitu 24 UMKM (58,5%).

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan Wajib Pajak	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0.0
Tidak Setuju	2	4.9
Kurang Setuju	1	2.4
Setuju	11	26.8
Sangat Setuju	27	65.9
Total	41	100

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 26

Berdasarkan tabel 11 menunjukkan bahwa dari 41 UMKM sebagian besar berada pada kategori Kepatuhan Wajib Pajak yang sangat setuju dengan Kepatuhan Wajib Pajak yaitu 27 UMKM (65.9%), sedangkan UMKM yang kurang setuju tentang Persepsi Wajib Pajak yaitu 1 UMKM (2.4%).

b. Analisis Bivariat

Tabel 12. Hubungan Persepsi Wajib Pajak Dengan Kepatuhan Wajib Pajak

Persepsi Wajib Pajak	Kepatuhan Wajib Pajak										<i>P</i> - <i>Value</i>
	Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Tidak Setuju	1	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0	0.000
Kurang Setuju	0	0.0	0	0.0	4	80.0	1	20.0	5	100.0	
Setuju	1	6.7	0	0.0	5	33.3	9	60.0	15	100.0	
Sangat Setuju	0	0.0	0	0.0	2	10.5	17	85.9	19	100.0	
Total	2	4.9	1	2.4	1	26.8	27	65.9	41	100.0	

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 26

Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan bahwa dari 19 UMKM yang sangat setuju tentang Persepsi Wajib Pajak terdapat 17 UMKM (85.9%) memiliki kepatuhan wajib pajak sangat setuju, sedangkan dari 1 UMKM yang tidak setuju terhadap Persepsi Wajib Pajak seluruhnya (100%) tidak setuju terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dari analisis Bivariat menggunakan uji chi-square diperoleh p-value $0.000 < 0.05$ yang berarti ada hubungan yang bermakna antara persepsi wajib pajak dengan kepatuhan wajib pajak UMKM binaan Science Techno Park Universitas Andalas.

Tabel 13. Hubungan Sosialisasi Perpajakan Dengan Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi Perpajakan	Kepatuhan Wajib Pajak										<i>P</i> - <i>Value</i>
	Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Ya	2	11.8	1	5.9	6	35.3	8	47.1	17	100.0	0.087
Tidak	0	0.0	0	0.0	5	20.8	19	79.2	24	100.0	
Total	2	4.9	1	2.4	11	26.8	27	65.9	41	100.0	

Sumber: Hasil Olahan Data Primer SPSS 26

Berdasarkan tabel 13 menunjukkan bahwa dari 17 UMKM yang menyatakan mendapatkan sosialisasi sebanyak 2 UMKM (11.8%) yang tidak setuju dengan kepatuhan wajib pajak, sedangkan 24 UMKM yang tidak mendapatkan sosialisasi perpajakan didapatkan 19 UMKM (79.2%) memiliki kepatuhan wajib pajak sangat setuju.

Dari analisis bivariat menggunakan uji *chi-square* diperoleh *p-value* $0.087 > 0.05$ yang berarti tidak ada hubungan yang bermakna antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM binaan *Science Techno Park* Universitas Andalas.

Pembahasan Hipotesis

Pengaruh Persepsi Wajib Pajak UMKM atas UU HPP terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Berdasarkan pengembangan hasil hipotesis yang telah dilakukan, dirumuskan bahwa H1 Persepsi wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dari hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai *p-value* = 0.000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Maka dapat disimpulkan H1 yang menyatakan bahwa persepsi wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pada penelitian ini **diterima**. Hal ini berarti bahwa **persepsi wajib pajak UMKM terhadap UU HPP memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepatuhan pajak UMKM**.

Dari distribusi data yang ditampilkan dalam tabel, terlihat bahwa wajib pajak yang tidak setuju terhadap UU HPP cenderung memiliki tingkat kepatuhan yang rendah, di mana 50% berada dalam kategori tidak setuju, dan tidak ada yang masuk dalam kategori kepatuhan tinggi. Sebaliknya, wajib pajak yang memiliki persepsi sangat setuju terhadap UU HPP memiliki tingkat kepatuhan yang jauh lebih tinggi, dengan 85.9% berada dalam kategori sangat setuju. Selain itu, responden yang setuju terhadap UU HPP juga menunjukkan kecenderungan kepatuhan yang lebih baik, dengan mayoritas berada dalam kategori setuju dan sangat setuju terhadap kepatuhan pajak.

Hasil analisis bivariat ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap UU HPP berbanding lurus dengan tingkat kepatuhan pajak UMKM. Artinya, semakin baik pemahaman dan penerimaan wajib pajak terhadap UU HPP, semakin tinggi tingkat kepatuhan mereka dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Oleh karena itu, upaya dalam meningkatkan persepsi seseorang sangat penting untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak UMKM, sehingga dapat meningkatkan kepatuhan mereka dalam membayar pajak.

Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa persepsi penerapan UU HPP berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil ini menjelaskan semakin baik persepsi yang timbul oleh UMKM atas penerapan UU HPP dapat meningkatkan kepatuhan pajak UMKM. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Murtiningtyas et al., 2023) bahwa penerapan UU HPP dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM. Pada penelitian ini, persepsi penerapan UU HPP menjelaskan proses interpretasi yang dilakukan oleh wajib pajak UMKM terkait dengan peraturan yang terdapat dalam UU HPP. Semakin baik persepsi yang timbul oleh pelaku UMKM terkait peraturan yang terdapat dalam UU HPP menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki kepercayaan dan dapat menerima peraturan dalam UU HPP dapat memberikan manfaat bagi wajib pajak UMKM (Hutapea et al., 2023).

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Berdasarkan pengembangan hasil hipotesis yang telah dilakukan, dirumuskan bahwa H2 sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dari hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai $p\text{-value} = 0.087$, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Maka dapat disimpulkan H2 yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak **ditolak**. Hal ini berarti bahwa **tidak terdapat hubungan antara sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak UMKM**. Dengan kata lain, meskipun terdapat perbedaan distribusi kepatuhan antara wajib pajak yang menerima sosialisasi dan yang tidak, hubungan tersebut secara statistik tidak signifikan.

Namun, secara deskriptif, tabel menunjukkan bahwa wajib pajak yang mendapatkan sosialisasi perpajakan cenderung memiliki kepatuhan yang lebih tinggi. Dari total responden yang menerima sosialisasi, **47,1% berada dalam kategori sangat setuju**, sementara **35,3% berada dalam kategori setuju**. Sebaliknya, pada wajib pajak yang tidak mendapatkan sosialisasi, meskipun mayoritas berada dalam kategori setuju atau sangat setuju, proporsinya sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok yang menerima sosialisasi, yaitu **79,2% sangat setuju dan 20,8% setuju**. Tidak ada wajib pajak dalam kelompok ini yang masuk dalam kategori kurang setuju atau tidak setuju.

Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun pelaku UMKM tidak mendapatkan sosialisasi perpajakan namun tetap dapat berkontribusi pada peningkatan kepatuhan pajak UMKM. Menurut peneliti terdapat faktor lain yang juga berperan dalam membentuk tingkat kepatuhan, seperti pemahaman individu terhadap peraturan perpajakan, kemudahan administrasi, serta

insentif atau sanksi yang diberlakukan. Oleh karena itu, meskipun sosialisasi perpajakan tetap menjadi aspek penting dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak, strategi lain yang lebih komprehensif juga perlu diterapkan untuk memastikan kepatuhan pajak UMKM dapat meningkat secara lebih optimal.

Penelitian ini tidak sejalan penelitian yang dilakukan oleh Novia Andriani dan Ibnu Abni Lahaya, (2021), sosialisasi pajak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dan penelitian Intan Karunia Sari dan Saryadi, (2018), sosialisasi perpajakan juga berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Wulandari 2015). Sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh KPP Pratama Semarang Timur merupakan salah satu cara yang efektif untuk menjangkau wajib pajak baru khususnya pelaku UMKM ataupun sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran serta kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak serta menjaga komitmen wajib pajak untuk terus patuh.

Dalam penelitian ini didapatkan pelaku UMKM menyatakan tidak mendapatkan sosialisasi akan tetapi masih bersedia untuk melakukan wajib pajak. Hal ini bisa disebabkan dengan adanya pemahaman pajak, kesadaran akan hukum, dan adanya kemudahan teknologi pelaporan pajak yang sudah ada saat ini dapat membuat pelaku wajib pajak tetap bersedia untuk melakukan komitmen pelaporan wajib pajak. Oleh karena itu, upaya dalam meningkatkan sosialisasi tidak sejalan dengan kepatuhan wajib pajak.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi wajib pajak dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sampel penelitian ini adalah UMKM binaan *Science Techno Park* yang terdaftar di Universitas Andalas. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Persepsi Wajib Pajak UMKM atas UU HPP berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM
- b. Sosialisasi Perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

REFERENSI

- Afreza Rahman, Z. A. S. (2023). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Keadilan Perpajakan Serta Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Tax Center*.
- Ananda, P. R. D. , K. S. , & H. A. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Umkm Yang Terdaftar Sebagai Wajib Pajak Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu). *Pepajakan*.
- Anggriani, I. V. , T. S. , & A. F. (2020). Keringanan Pembayaran Pajak Dimasa Pandemi Covid-19 Bagi Wajib Pajak Khusus Umkm. *The Journal Of Taxation: Tax Center*,.
- Berutu, D. A. , & H. P. (2012). Persepsi Keadilan Pajak Terhadap Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Wpop). *Accounting*.
- Chorras Mandagi, H. S. V. T. (2014). Pengaruh Pemeriksaan Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Badan Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakannya Pada Kpp Pratama Manado. *Perpajakan*.
- Devi Tri Asih Dan Kautsar Riza Salman. (2011). Studi Kepatuhan Wajib Pajak Dari Aspek Pengetahuai\, Persepsi, Dan Sistem Administrasi. *Accounting*.
- Dian Lestari Siregar. (2017). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batam. *Ekonomi*.
- Farina Firda Eprilia. (2022). Penghapusan Jasa Pendidikan Dari Jasa Tidak Kena Pajak Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan Removal Of Educational Services From Non-Taxable Services Based On Law Number 7 Year 2021 Concerning Harmonization Of Tax Regulations. *Hukum Lex Generalis*.
<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/uu-hpp-perkuat-sistem-perpajakan-agar-mampu>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Universitas Dipenogoro.
- Ginting, S. B. (2023). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Dan Pengetahuan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Pada Kantor Samsat Putri Hijau Kota Medan. In *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area*. Universitas Medan Area.
- Hartana, I. M. G., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2018). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 1506. <https://doi.org/10.24843/Eja.2018.V25.I02.P26>
- Herryanto, M., Agus, D., & Toly, A. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan Di Kpp Pratama Surabaya Sawahan. *Pajak Dan Akuntansi*.
- Hutapea, H. D., Manurung, A., & Sihotang, K. (2023a). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Umkm Atas Undang-Undang Hpp, Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 4(3), 987–995. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.V4i3.2889>
- Hutapea, H. D., Manurung, A., & Sihotang, K. (2023b). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Umkm Atas Undang-Undang Hpp, Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 4(3), 987–995. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.V4i3.2889>
- Ibrahim, A. (2018). *Metodologi Penelitian*.
- Intan Karunia Sari Dan Saryadi. (2018). *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Ppajak Melalui Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening(Studi Pada Pelaku Umkm Yang Terdaftar Di Kpp Pratama Semarang Timur)*.
- Kementrian Keuangan. (2021). *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021*. <https://jdih.kemenkeu.go.id>.

- Khairannisa, D., & Cheisviyanny, C. (2019). Analisis Peranan Konsultan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1151–1167. <https://doi.org/10.24036/Jea.V1i3.133>
- Mardiasmo. (2011). *Perpajakan Edisi Revisi 2011*.
- Mariyani, S. (2020). Pengaruh Persepsi Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Dalam Perspektif Ekonomi Islam. In *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Mendenhall, W. , R. J. , & B. R. (1993). *Statistics For Management And Economics*.
- Murtiningtyas, T., Fanisya Rahmalia Damayanti, & Edi Sudiarto. (2023). Pengaruh Uu Hpp Tentang Perubahan Tarif Pajak Penghasilan Umkm Dan Efektivitas Sistem Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 148–153. <https://doi.org/10.56521/Manajemen-Dirgantara.V16i1.921>
- Mustikasari. (2006). Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Badan Terhadap Penerimaan Pajak Dimoderasi Oleh Pemeriksaan Pajak. *Accounting*.
- Nelsi Arisandy. (2017). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Bisnis Online Di Pekanbaru. *Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*.
- Nisa, N. H. , & M. M. (2020). *Kesadaran, Administrasi Perpajakan Modern Dan Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Pada Kpp Pratama Jakarta Pulogadung)*.
- Novia Andriani Dan Ibnu Abni Lahaya. (2021). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Ilmu Akuntansi*.
- Oktaviane Lidya Winerungan. (2013). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wpop Di Kpp Manado Dan Kpp Bitung. *Sosialisasi Perpajakan*.
- Poly Endrayanto Ec, A. K. A. L. R. U. P. R. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Perpajakan*, 4(1). <https://www.kemenkeu.go.id>;
- Pujilestari H, H. M. A. F. & E. T. (2021). Peran Kualitas Pelayanan Dalam Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, Sosialisasi Pajak Dan Sanksi Pajak. *Akuntansi*.
- Putra, W. E., Kusuma, I. L., & Dewi, M. W. (2019a). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Dan Badan Di Wilayah Kota Jambi. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(1), 43. <https://doi.org/10.29040/Jap.V20i1.360>
- Putra, W. E., Kusuma, I. L., & Dewi, M. W. (2019b). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Dan Badan Di Wilayah Kota Jambi. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(1), 43. <https://doi.org/10.29040/Jap.V20i1.360>
- Rika Noviana, A. Dan Hariri. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, Penerapan Pp No. 23 Tahun 2018, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Umkm Di Kabupaten Sampang). *Pajak*.
- Safitri, C., Damajanti, A., Yani, T. E., & Yulianti, Y. (2022). Sosialisasi Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Pedagang Eceran Kriteria Usaha Mikro Di Kota Semarang Guna Meningkatkan Pengetahuan Dan Kepatuhan Pajak. *Jmm - Jurnal Masyarakat Merdeka*, 5(1), 53. <https://doi.org/10.51213/Jmm.V5i1.102>
- Saptutyningsih, Endah. E. S. (2019). *Penelitian Kuantitatif: Metode Dan Alat Analisis*.
- Sekaran. (2011). *Research Method For Business*.
- Setiadi. (2022). Harmonisasi Uu Hpp Perpajakan Indonesia Dengan Tax Center. *Bisnis Dan Akuntansi*.
- Setiawati Muhamad, M. , A. M. , & C. P. B. J. (2019). Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris Pada Kpp Pratama Jayapura). *Akuntansi Dan Keuangan Daerah*.

- Setyorini, C. T. (2016). The Influence Of Tax Knowledge, Managerial Benefit And Tax Socialization Toward Taxpayer's Willingness To Pay Sme's Tax. In *Acta Universitatis Danubius* (Vol. 12).
- Silmi. (2020). *Efek Moderasi Religiusitas Instrinsik, Gender Dan Usia Pada Pengaruh Love Of Money Terhadap Tax Evasion*. Universitas Andalas.
- Siti Mariyani. (2020). *Pengaruh Persepsi Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Administratif*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Wahyu, C. Dan J. (2016). Pengaruh Kesadaran, Sosialisasi, Akuntabilitas Pelayanan Publik Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Akuntansi*.
- Wijayanti, L. E., Kristianto, P., Damar, P., & Wawan, S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Terhadap Pengendalian Intern. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 9(3), 15–28. <https://doi.org/10.55963/Jraa.V9i3.485>
- Wulandari 2015. (N.D.).
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2022). *Spss Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap Dengan Software Spps* (2nd Ed.). Salemba Infotek.
- Yunita Sari Rioni, S. M. S. A. C. T. R. S. S. M. S. C. (2020). Analisis Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Pembuatan NPWP UKM Di Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat. *Perpajakan*.