

**PENGARUH PENGETAHUAN WAJIB PAJAK TENTANG PERATURAN  
PERPAJAKAN DAN *TAX CALCULATION* TERHADAP KEPATUHAN  
WAJIB PAJAK DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Pelaku UMKM *marketing online* di Wilayah Kabupaten Sidoarjo)**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Akuntansi



Oleh:

**HANA NUR A'IDAH**  
NIM. 2019340814

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2021**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Hana Nur Aidah  
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 25 April 1996  
N.I.M : 2019340814  
Program Studi : Akuntansi  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Audit dan Perpajakan  
Judul : Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak Tentang Peraturan Perpajakan dan *Tax Calculation* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi (Pelaku UMKM *marketing online* di Wilayah Kabupaten Sidoarjo)

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Dosen Pembimbing  
Tanggal :



**(Indah Hapsari, S.Ak., M.A., Ak.)**

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi  
Tanggal :

**(Dr. Nanang Shonhadji, SE., Ak., M.Si., CA., CIBA., CMA)**

**THE INFLUENCE OF TAXPAYER KNOWLEDGE ABOUT TAXATION  
REGULATIONS AND TAX CALCULATION ON TAXPAYER  
COMPLIANCE WITH TAXATION SOCIALIZATION  
AS A MODERATED VARIABLES  
(MSME's Online Marketing in Sidoarjo)**

**Hana Nur A'idah**  
STIE Perbanas Surabaya  
Email : [aidahhananur@gmail.com](mailto:aidahhananur@gmail.com)

**ABSTRACT**

*The digital revolution encourages the growth of MSMEs to keep up with its developments by marketing and selling their products online. This raises the emergence of a large tax potential, which causes the government to expect tax revenue from MSMEs to online marketing also increase. This study aims to analyze and find empirical evidence of the influence of taxpayers' knowledge about tax regulations and tax calculations in their tax compliance on MSMEs online marketing in Sidoarjo City moderated by tax socialization. The sampling method uses convenience sampling by distributing questionnaires via the google form link and hardfile. The data analysis used is multiple linear regression and moderation regression analysis with the residual test approach. The results of this study indicate that the taxpayer's knowledge of tax regulations and tax calculations has an effect on taxpayer compliance, as well as socialization is able to moderate taxpayer knowledge and tax calculations on taxpayer compliance.*

**Keywords:** *Knowledge of taxpayers about tax regulations, tax calculation, tax socialization, taxpayer compliance.*

**PENDAHULUAN**

Penggunaan teknologi saat ini telah mengalami perkembangan yang pesat, terutama internet yang telah menciptakan berbagai peluang bisnis. Era digitalisasi tersebut mengakibatkan khususnya dalam bidang perdagangan telah beralih cara berdagangnya, dari konvensional menjadi *online* melalui jaringan internet. Pada saat ini transaksi bisnis *online* menjadi perbincangan karena sering digunakan oleh pelaku bisnis dalam melakukan kegiatan usahanya. Terdapat manfaat menggunakan internet salah satunya sebagai media promosi/*marketing online* untuk meningkatkan volume penjualan baik *online* maupun konvensional (Ahyuna et al., 2013). Adanya *digital revolution* tersebut mendorong tumbuhnya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) untuk

mengikuti perkembangannya dengan memasarkan dan menjual produknya secara *online*. Hal ini menimbulkan munculnya potensi pajak yang besar. Akan tetapi jumlah keberadaan usaha tersebut baik diidentifikasi jumlah maupun kontribusi pajaknya belum dapat diestimasi. Baik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dengan transaksi konvensional maupun *online* seharusnya dikenakan pemberlakuan pajak yang sama.

Data laporan dari Exabytes yang merupakan perusahaan penyedia layanan hosting di Indonesia, peningkatan jumlah pengguna *e-commerce* mencapai 38,3% selama masa pandemi corona COVID-19 sejak Januari hingga Juli 2020, serta menurut data survei yang dikutip dari *Sea Insights* yang menjelaskan terdapat 45% pelaku UMKM lebih aktif berjualan melalui media sosial dan *marketplace e-*

*commerce* saat pandemi. Menurut Country Manager Exabytes Indonesia Indra Hartawan terjadi kenaikan pelanggan yang mendaftarkan *website* nya untuk keperluan berwisata terutama bulan Februari naik 120%, transaksi *e-commerce* naik sebesar 26%, peningkatan transaksi harian mencapai 4,8 juta dan persentase konsumen baru hingga 51% selama masa pandemi. Hal tersebut membuktikan bahwa banyak pelaku usaha yang mulai bergerak untuk *go digital*. Peningkatan tersebut didorong oleh pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang berlomba-lomba untuk beralih *online* dengan bergabung di *marketplace* atau membangun toko *onlinenya* sendiri.

Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, pemerintah daerah Kabupaten Sidoarjo bersama pelaku usaha melakukan Gerakan Nasional digitalisasi UMKM untuk mendorong kekuatan ekonomi nasional. Pada tahun 2019 terdapat 206.745 UKM Sidoarjo yang akan menjadi sasaran dari program UMKM *Go Online* dari Kementerian Kominfo ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)). Kepala Dinas Koperasi UMKM Sidoarjo M Edi Kurniadi menjelaskan bahwa terdapat 206.745 UMKM di Sidoarjo tidak semuanya terdaftar sebagai peserta program yang dimiliki Dinas Koperasi dan UMKM, saat ini masih 13.075 UMKM yang aktif dengan 68 jenis usaha ([ditakopum.sidoarjokab.go.id](http://ditakopum.sidoarjokab.go.id)).

Dikutip dari [Surya.co.id](http://Surya.co.id), pada tanggal 06 November 2018 dilaksanakannya Forum Sosialisasi Belanja dan Jualan *Online* bersama para pelaku UMKM yang digelar di Pendopo Sidoarjo. Kegiatan tersebut diadakan oleh pemerintah Sidoarjo yang ingin memberikan peluang kepada para pelaku UMKM untuk memanfaatkan sejumlah *marketplace* yang ada dengan memberikan pelatihan dan simulasi jualan *online*. Dampak dari sosialisasi dan edukasi melalui “Gerakan Ayo UMKM Jualan *Online*” menyebabkan pelaku usaha

tergerak untuk menerapkan usahanya kedalam bisnis *online*.

Menurut pegawai Direktorat Jenderal Pajak Oji Saeroji terdapat beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya kepatuhan wajib pajak diantaranya, ketidakpuasan masyarakat terhadap pelayanan publik, peraturan perpajakan yang sulit untuk dipahami dan banyaknya kasus korupsi yang dilakukan pejabat tinggi. Hal tersebut tentu membutuhkan suatu kajian terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya kepatuhan wajib pajak.

Faktor pertama adalah pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan. Menurut (Suyono, 2016) dalam rangka meningkatkan kemauan wajib pajak untuk membayar pajak yaitu dari faktor pengetahuan perpajakan. Pengetahuan dan pemahaman akan perpajakan adalah proses wajib pajak memahami kewajibannya sebagai seorang wajib pajak dengan menerapkan pengetahuan tersebut untuk melakukan kegiatan perpajakan seperti, menghitung dan membayar pajak serta melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT). Sebagian dari wajib pajak memperoleh pengetahuan pajak dari petugas pajak, konsultan pajak dan sisanya dari media informasi, seminar maupun pelatihan pajak (sosialisasi perpajakan).

Beberapa penelitian sebelumnya telah menguji variabel yang sama yaitu pengetahuan wajib pajak namun memiliki hasil yang berbeda. Berdasarkan penelitian (Twum, 2020), (S. Areo et al., 2020), (Hardiningsih et al., 2020), (O. Handayani & Woro Damayanti, 2018), (Lianty et al., 2017), (K. R. Handayani & Tambun, 2016), (Oladipupo & Obazee, 2016) menyatakan bahwa pengetahuan wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun berbeda dengan hasil penelitian (Ayuba et al., 2016), (Cvrlje, 2015) dan (Hardiningsih & Yulianawati, 2011) yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Faktor kedua adalah *tax calculation* (perhitungan pajak sesuai tarif pajak). Kemampuan dalam menghitung atau menentukan besaran pajak terutang yang tepat sesuai dengan tarif yang telah ditentukan menjadi penentu sebagai wajib pajak yang patuh atau tidak patuh dalam kewajiban pajaknya. Beberapa peneliti yang dilakukan sebelumnya telah menguji variabel *tax calculation* dengan hasil yang berbeda-beda. Berdasarkan hasil penelitian (Idha, 2018) menyatakan bahwa *tax calculation* berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil berbeda yang didapat dari penelitian (Cvrlje, 2015) tidak adanya pengaruh *tax calculation* terhadap kepatuhan wajib pajak.

Menurut Herry Susanto dikutip dari [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id), tingginya kepatuhan membayar pajak dipengaruhi oleh kesadaran dari diri sendiri, maka untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pajak dapat dimulai dari lingkungan keluarga hingga forum-forum tertentu yang mengadakan sosialisasi pajak. Tingginya intensitas informasi yang diterima wajib pajak, maka dapat merubah *mindset* wajib pajak ke arah yang positif. Menurut (Rohmawati *et al.*, 2012) sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan sebuah pemahaman dan pengetahuan kepada masyarakat khususnya wajib pajak agar dapat memahami segala hal terkait dengan perpajakan baik tata cara perpajakan, metode-metode yang tepat maupun peraturan perpajakan.

Alasan penelitian ini penting dilakukan karena didasarkan dari penjelasan data, masalah, dan fenomena. Salah satunya terkait data tingkat perentase

## RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

### *Theory of Planned Behaviour (TPB)*

Menurut (Ajzen, 1991) model *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dijelaskan bahwa perilaku yang ditimbulkan oleh individu muncul karena

yang dimiliki kecamatan Sidoarjo bahwa menduduki urutan ketiga dari enam belas kecamatan di Kabupaten Sidoarjo untuk jumlah UMKM dengan 68 jenis usaha. Serta adanya kegiatan sosialisasi yang dilakukan pemerintah Sidoarjo dalam menggerakkan seluruh UMKM untuk berjualan *online* melalui media sosial maupun memanfaatkan *marketplace e-commerce*. Oleh karena itu pada penelitian saat ini ingin melihat seberapa besar tingkat kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo khususnya wilayah kecamatan Sidoarjo. Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi rendahnya kepatuhan wajib pajak tersebut sehingga untuk kedepannya pihak Direktorat Jenderal Pajak dapat mempertimbangkan tindakan yang sebaiknya dilakukan agar tingkat kepatuhan wajib pajak dapat meningkat serta memberikan informasi kepada seluruh wajib pajak pelaku usaha *online* akan pentingnya pembayaran pajak bagi negara sehingga kesadaran mereka meningkat dalam melakukan kewajiban perpajakannya.

Dari pemaparan diatas serta adanya penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini mengenai pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan dan *tax calculation* maka dapat dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan dan *Tax Calculation* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi (Pelaku UMKM *marketing online* di Wilayah Kabupaten Sidoarjo)”**

adanya niat untuk berperilaku. Ada tiga faktor yang menentukan munculnya niat untuk berperilaku, yaitu: (1) *Behavioral Belief* dipengaruhi oleh sikap adanya perubahan peraturan mengenai cara menghitung, membayar, dan melaporkan besaran pajak terutangnya yang berubah-ubah. Wajib Pajak beranggapan bahwa

penerapan peraturan baru itu banyak merugikan dan penggunaan dana pajak tidak tepat sasaran (Yanuswari, 2016). Banyaknya pilihan dan perubahan tentang pelaporan pajak tersebut, membuat wajib pajak merasa dirugikan atau malah diberatkan dengan adanya peraturan/kebijakan baru, sehingga dapat menentukan wajib pajak dalam memilih untuk patuh atau tidak patuh dalam membayar pajaknya. (2) *Normative Belief* yaitu peran keluarga, teman, konsultan, masyarakat sekeliling dan sebagainya dapat mempengaruhi niat wajib pajak untuk patuh atau tidak patuh. Peran konsultan dalam mempengaruhi wajib pajak untuk menerapkan peraturan baru atau lama sangat besar (Yanuswari, 2016). Wajib pajak yang menggunakan jasa konsultan maka konsultan akan memberikan saran dalam menetapkan peraturan pajak mana yang seharusnya digunakan wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya. (3) *Control Belief* merupakan keyakinan yang menghambat atau mendukung perilaku wajib pajak untuk patuh atau tidak patuh. Adanya sosialisasi mengenai perpajakan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dan saran yang diberikan oleh konsultan, dapat menjadi faktor penghambat dan pendukung untuk niat wajib pajak menjadi patuh atau tidak patuh dalam melakukan kewajiban perpajakannya (Yanuswari, 2016).

### **Kepatuhan Wajib Pajak**

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 Kepatuhan wajib pajak dapat diidentifikasi dari: 1) Penyampaian SPT untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir secara tepat waktu; 2) Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak (kecuali memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajaknya); 3) Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan dalam jangka waktu 10 tahun terakhir; 4) Dalam dua tahun

terakhir menyelenggarakan pembukuan dan dalam hal terhadap wajib pajak pernah dilakukan pemeriksaan, koreksi pada pemeriksaan yang terakhir untuk masing-masing jenis pajak yang terutang paling banyak 5%; 5) Laporan keuangan (dua tahun terakhir) wajib pajak yang telah mendapat opini wajar tanpa pengecualian oleh akuntan publik atau pengecualian sepanjang tidak memengaruhi laba rugi fiskal.

### **Peraturan Pajak Khusus UMKM**

Dengan tertera peraturan pajak UMKM pada UU No. 36 tahun 2008 pasal 2 tentang pajak penghasilan (PPh), setiap wajib pajak pajak orang pribadi, atau orang pribadi yang memiliki warisan belum terbagi, badan, dan bentuk usaha tetap akan dikenakan PPh. Khusus untuk UMKM, pajak yang harus wajib dilaporkan dan dibayar yaitu seperti: (a) Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 4 Ayat 2 atau PPh Final (sewa gedung, sewa kantor, keuntungan penjualan dan sebagainya); (b) PPh Pasal 21 (untuk gaji karyawan jika mempekerjakan karyawan tetap); (c) PPh Pasal 23 pada transaksi pembelian jasa.

Berdasarkan ketentuan tersebut, pajak UMKM dalam melaporkan PPh Pasal 21 dan Pasal 23 bersifat optional, yaitu hanya berlaku ketika pemilik UMKM memiliki karyawan dan melakukan transaksi pembelian jasa sehingga menghasilkan keuntungan. Berbeda pada pajak UMKM yang sudah dipastikan berlaku bagi seluruh wajib pajak UMKM adalah PPh Final atau PPh Pasal 4 Ayat 2. Beberapa objek PPh final diantaranya sewa bangunan, jasa konstruksi, pajak atas obligasi, pajak atas peredaran bruto (omset) usaha dan sebagainya.

### **Tarif Pajak Khusus UMKM**

PP No. 23 Tahun 2018 pada dasarnya mengatur pengenaan PPh Final Pasal 4 Ayat (2) bagi wajib pajak yang memiliki peredaran bruto (omset) sampai dengan 4,8 Miliar Rupiah dalam satu tahun

pajak. Peraturan tersebut mencabut PP No. 46 Tahun 2013 yang telah berlaku selama lima tahun sejak pemberlakuannya 1 Juli 2013. Adapun pokok-pokok perubahannya adalah sebagai berikut: (a) Penurunan tarif PPh Final 1% menjadi 0,5% dari omset, yang wajib dibayarkan setiap bulannya; (b) Wajib Pajak dapat memilih untuk mengikuti tarif dengan skema final 0,5%, atau menggunakan skema normal yang mengacu pada pasal 17 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan; (c) Mengatur jangka waktu pengenaan tarif PPh Final 0,5% sebagai berikut; bagi wajib pajak orang pribadi yaitu selama tujuh tahun; bagi wajib pajak badan bentuk koperasi, Persekutuan Komanditer atau Firma selama empat tahun; bagi wajib pajak badan berbentuk Perseroan Terbatas selama tiga tahun.

### **Tax Calculation**

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 46 pasal 2 Tahun 2013 bahwa penghasilan yang diterima atas usaha atau yang akan dikenakan penghasilan final. *Tax calculation* yaitu menghitung besar pajak yang dikenakan yang akan menjadi pajak terutang bagi wajib pajak. Penghasilan yang diperoleh dari kegiatan perdagangan secara *online* yang dilakukan pelaku usaha merupakan PPh final. Artinya, biaya-biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan penghasilan tidak boleh dikurangkan dalam menghitung PKP (Penghasilan Kena Pajak). Perhitungannya sebagai berikut :

$$\text{Omset} \times \text{Tarif PPh (0,5\%)}$$

### **Sosialisasi Perpajakan**

Menurut Rohmawati, Prasetyono, Rimawati (2013) sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya wajib pajak agar dapat mengetahui hal-hal yang berkenaan

dengan perpajakan baik dari segi peraturan maupun tata cara metode yang tepat.

Dikutip melalui website liputan 6 pada 01 April 2019 menjelaskan bahwa Direktur penyuluhan, Pelayanan dan Hubungan Masyarakat Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan melakukan upaya pendekatan kepada pelaku usaha *e-commerce* melalui sosialisasi dan edukasi untuk memberi pemahaman tentang manfaat pajak dan tata cara pelaksanaan perpajakan. Sosialisasi tersebut diberikan kepada penyedia *platform marketplace* maupun para pedagang yang menggunakan *platform* tersebut.

Sosialisasi perpajakan diterapkan sebagai variabel moderasi karena diharapkan dengan adanya sosialisasi perpajakan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan seharusnya menjadi faktor memperkuat atau memperlemah antara pengetahuan wajib pajak dan *tax calculation* dengan kepatuhan wajib pajak pelaku usaha *e-commerce*.

### **Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan yaitu kemampuan seorang wajib pajak memahami hal-hal yang berkaitan dengan perpajakan seperti sistem perpajakan yang berlaku, subjek dan objek pajak, tarif pajak yang berlaku untuk setiap objek pajak dan subjek pajak, sanksi yang dikenakan pada wajib pajak jika melakukan pelanggaran serta memiliki kemampuan bagaimana menentukan pajak terutangnya. Pengetahuan dasar tentang peraturan perpajakan yang dimiliki wajib pajak dapat mempengaruhi tinggi rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Twum, 2020), (S. Areo et al., 2020), (Hardiningsih et al., 2020), (Hamid et al., 2019), (O. Handayani & Woro Damayanti, 2018), (Lianty et al., 2017), (K. R. Handayani & Tambun, 2016), (Oladipupo & Obazee, 2016) yang

meneliti tentang kepatuhan wajib pajak menjelaskan bahwa variabel yang digunakan yaitu pengetahuan perpajakan ternyata mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Pernyataan ini dapat membuktikan bahwa seseorang mempunyai pengetahuan dan pemahaman perpajakan tinggi maka seseorang tersebut akan patuh dalam hal kewajiban perpajakannya.

H<sub>1</sub>: Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

### **Pengaruh *Tax Calculation* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Perhitungan pajak (*tax calculation*) adalah kemampuan wajib pajak dalam menghitung pajak terutang secara akurat yang sesuai dengan sistem perpajakan yang berlaku di Indonesia (*self assessment*). *Tax calculation* diharapkan dapat memberikan hak pada setiap wajib pajak untuk melakukan perhitungan kewajibannya secara mandiri, sehingga dibutuhkan pemahaman yang kuat dalam kemampuan perpajakannya. Dengan adanya pemahaman atas kewajiban perpajakan, wajib pajak dapat melakukan tindakan berupa pembayaran pajak secara tepat waktu karena tidak adanya kendala yang dialami wajib pajak terkait dengan perhitungan pajak yang seharusnya dibayarkan sehingga kepatuhan wajib pajak dapat meningkat. Hal tersebut dapat menimbulkan kemauan untuk membayar pajak sehingga dapat tercapainya tingkat kepatuhan wajib pajak, dan begitu juga sebaliknya. Berdasarkan Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferdila Idha (2018) yang menjelaskan bahwa *tax calculation* berhasil memberi pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

H<sub>2</sub>: *Tax Calculation* berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

### **Sosialisasi Perpajakan memoderasi pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Sosialisasi Perpajakan merupakan penyuluhan dalam bentuk pelatihan, seminar hingga *education road show* yang dilakukan oleh Ditjen Pajak yang akan diberikan kepada masyarakat khususnya wajib pajak terkait pengetahuan perpajakan tidak dari segi peraturan undang-undangan perpajakan yang berlaku (yang didalamnya terdapat sanksi jika wajib pajak tidak taat akan kewajibannya) namun juga sistem perpajakan di Indonesia dan tata cara metode perpajakan yang tepat. Sosialisasi perpajakan secara intensif akan lebih meningkatkan pemahaman masyarakat khususnya wajib pajak tentang kewajiban dalam membayar pajak sebagai kepentingan negara.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Setianto, 2010) yang menunjukkan hasil sosialisasi perpajakan dapat memoderasi tingkat kesadaran terhadap kepatuhan wajib pajak. Perbedaan hasil penelitian menjadikan dasar peneliti mengambil variabel sosialisasi perpajakan sebagai moderasi.

H<sub>3</sub>: Sosialisasi Perpajakan memoderasi pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

### **Sosialisasi Perpajakan memoderasi pengaruh *Tax Calculation* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Sosialisasi perpajakan merupakan sebuah program yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak dalam rangka meningkatkan kepatuhan setiap wajib pajak agar senantiasa mentaati peraturan perundang-undangan dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya. Apabila wajib pajak dapat menerima pemahaman terkait perhitungan pajak dengan baik dan wajib pajak mampu menerapkan pemahaman tersebut dalam melakukan kewajiban pajaknya, maka wajib pajak

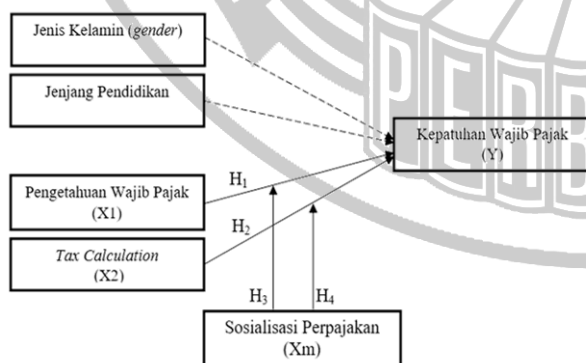


dapat dengan mudah untuk pemenuhan kewajibannya yaitu tepat dalam memperhitungkan, membayar dan melaporkan besaran pajak tanpa ada kesulitan. Pada akhirnya wajib pajak terbiasa atas kewajibannya tersebut yang secara langsung dapat mengakibatkan sosialisasi pajak menjadi kegiatan yang mampu mempengaruhi ketepatan dan keakuratan wajib pajak dalam menghitung besaran pajaknya (*tax calculation*) terhadap pemenuhan kewajibannya yaitu peningkatan kepatuhan pajak.

H<sub>4</sub>: Sosialisai Perpajakan memoderasi pengaruh *Tax Calculation* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

### Kerangka Pemikiran

Terdapat enam variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dua variabel independen, satu variabel moderasi, dua variabel kontrol dan satu variabel dependen. Variabel independen yang digunakan yaitu pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan (X<sub>1</sub>) dan *tax calculation* (X<sub>2</sub>). Variabel moderasi yang digunakan adalah sosialisasi perpajakan (X<sub>m</sub>), variabel kontrol yang digunakan jenis kelamin (X<sub>3</sub>) dan jenjang pendidikan (X<sub>4</sub>) serta kepatuhan wajib pajak sebagai variabel dependen. Kerangka penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**

## METODE PENELITIAN

### Rancangan Penelitian

Berdasarkan pendekatannya penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Menurut Arikunto (2013) penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori atau hipotesis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik atau pemodelan matematis.

Penelitian ini meneliti hubungan pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan dan *tax calculation* sebagai variabel independen yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak sebagai variabel dependennya yang dimoderasi oleh sosialisasi perpajakan. Ditinjau dari sumber data pada penelitian ini yaitu strategi opini, maka teknik pengumpulan data yang tepat menggunakan teknik pengumpulan data survei. Metode survei adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer yang relevan dengan tujuan penelitian. Bentuk instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner berguna untuk mengumpulkan data yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran daftar pertanyaan kepada responden. Responden diminta memilih jawaban secara jujur.

### Identifikasi Variabel

Variabel Dependen (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh adanya variabel independen atau variabel bebas. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Kepatuhan Wajib Pajak.

Variabel Independen (X) merupakan variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain tetapi dapat memengaruhi dan menjadi sebab timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan (X<sub>1</sub>) dan *tax calculation* (X<sub>2</sub>).

Variabel Moderasi (X<sub>m</sub>) merupakan variabel yang mempengaruhi

(memperkuat atau memperlemah) antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel moderasi ( $X_m$ ) dalam penelitian ini adalah sosialisasi perpajakan.

Variabel Kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga tidak ada pengaruh dari faktor lain yang tidak sedang diteliti dalam pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel kontrol yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis kelamin atau gender ( $X_3$ ) dan jenjang pendidikan ( $X_4$ ).

### **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y)**

Kepatuhan wajib pajak merupakan tindakan untuk mengikuti segala peraturan yang berlaku dalam dunia perpajakan untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Variabel kepatuhan wajib pajak dapat diukur berdasarkan indikator kepatuhan yaitu, terdaftar sebagai wajib pajak atau sudah memiliki NPWP, kepatuhan dalam menghitung pajak, kepatuhan ketepatan waktu dalam membayar pajak, kepatuhan dalam melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT) tepat waktu dan kepatuhan dalam membayar tunggakan pajak.

### **Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan ( $X_1$ )**

Wajib pajak dikatakan patuh terhadap perpajakan apabila wajib pajak tersebut sudah melakukan kewajiban pajaknya secara tepat waktu dan benar menurut perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Variabel pengetahuan wajib pajak dapat diukur dengan indikator seberapa besar pengetahuan wajib pajak dalam memahami aturan-aturan yang berlaku di perpajakan, memahami sistem perpajakan, mengetahui batas penyampaian Surat Pemberitahuan.

### **Tax Calculation ( $X_2$ )**

*Tax calculation* yaitu memperhitungkan besaran pajak kepada wajib pajak atas pajak yang dikenakan

sebagai kewajiban perpajakannya. Variabel *tax calculation* dapat diukur melalui ketepatan dan keakuratan wajib pajak dalam memperhitungkan kewajiban pajak terutangnya.

### **Sosialisasi Perpajakan ( $X_m$ )**

Sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Ditjen Pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan berdasarkan peraturan perundang-undangan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat menurut Susanto dalam (Wahono, 2012:80). Variabel ini dapat diukur dengan tata cara sosialisasi pajak, tujuan dan manfaat sosialisasi serta frekuensi sosialisasi pajak.

### **Jenis Kelamin (Gender) ( $X_3$ )**

*Centre for Tax Policy and Administration* (2004) melakukan identifikasi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku kepatuhan wajib pajak salah satunya dari faktor individual seperti *gender*. Wajib pajak wanita akan patuh membayar pajak dengan alasan hati nurani atau memiliki perasaan bersalah jika tidak membayar pajak sesuai dengan jumlah yang seharusnya, sedangkan wajib pajak pria lebih menekankan pada ketakutan pada sanksi yang diberlakukan (Kakunsi et al., 2017)

### **Jenjang Pendidikan ( $X_4$ )**

Pada Undang-Undang Republik Indonesia pasal 1 Nomor 20 Tahun 2003 tentang Pendidikan Nasional, Pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Tingkat pendidikan adalah tahapan

pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai dan kemauan yang dikembangkan. Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap perubahan sikap dan perilaku seseorang. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan seseorang untuk menyerap informasi dan mampu mengimplementasikan didalam perilaku sehari-hari.

**Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayah Kabupaten Sidoarjo yang menggunakan *marketing online* dalam memasarkan dan menjual produk. Sampel pada penelitian ini wajib pajak orang pribadi (UMKM) yang memiliki *online shop* (instagram, facebook dan/atau twitter) *marketplace* dan/atau usahanya terdapat di *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, GoJek, Grab.

Berdasarkan teknik *sampling*, metode pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah metode *convenience sampling* yang termasuk dalam teknik *sampling Non-probability sampling*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden berupa *hardfile* atau *link google form*.

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif yang diolah dengan teknik statistik menggunakan *software SPSS 25*, melalui beberapa tahapan berikut:

1. Analisis statistik deskriptif
2. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.
3. Analisis regresi linear berganda yang terdiri dari uji signifikansi

model (*F test*), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji hipotesis (uji t)

4. Analisis Regresi Moderasi dengan Metode Uji Residual

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Uji Asumsi Klasik**

**1. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui variabel pengganggu atau residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Hasil pengujian normalitas akan disajikan pada Tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Normalitas**

Ket.	Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)
Pers 1	Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan <i>Tax Calculation</i>	0,076
Pers 2	Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan Sosialisasi Perpajakan	0,000
Pers 3	<i>Tax Calculation</i> Sosialisasi Perpajakan	0,200

Sumber: data yang diolah, lampiran 6

Pada tabel 1 terlihat bahwa terdapat tiga persamaan pada uji normalitas. Persamaan 1 menunjukkan nilai signifikansi 0,076 yang artinya lebih dari 0,05 ( $0,076 > 0,05$ ), sehingga dapat dikatakan pengujian ini berdistribusi normal. Persamaan 2 memiliki nilai signifikansi uji normalitas adalah  $0,000 < 0,05$ , yang berarti pada persamaan tersebut data tidak berdistribusi normal. Persamaan 3 menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$ , artinya data berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi atau hubungan yang kuat antar variabel independen. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independen (tidak terjadi gejala multikolinearitas). Berikut adalah Tabel 2 yang menunjukkan hasil pengujian multikolinearitas:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Ket.	Variabel	Collinearity Statistics	
		Tol	VIF
Pers 1	Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan	0,818	1,223
	<i>Tax Calculation</i>	0,818	1,223
Pers 2	Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan	0,836	1,197
	Sosialisasi Perpajakan	0,836	1,197
Pers 3	<i>Tax Calculation</i>	0,759	1,318
	Sosialisasi Perpajakan	0,759	1,318

Sumber: data yang diolah, lampiran 6

Persamaan 1 menunjukkan nilai *tolerance* pada variabel tersebut memiliki nilai  $0,818 > 0,10$  dan nilai  $VIF\ 1,223 < 10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen pada persamaan 1 tersebut tidak ada korelasi dan tidak terjadi multikolinearitas.

Persamaan 2 menunjukkan nilai *tolerance* pada variabel pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan dan sosialisasi perpajakan memiliki nilai  $0,836$  yang artinya lebih dari  $0,10$  dan nilai  $VIF\ 1,197$  yang berarti lebih kecil dari  $10,00$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen pada persamaan 2

tersebut tidak ada korelasi dan tidak terjadi multikolinearitas.

Pada pengujian persamaan 3, nilai *tolerance* variabel *tax calculation* dan sosialisasi perpajakan adalah  $0,759 > 0,10$  dan nilai  $VIF\ 1,318 < 10,00$  sehingga kedua variabel pada persamaan 3 tidak terjadi multikolinearitas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas dapat dideteksi menggunakan uji *glejser* yang digunakan untuk menentukan nilai residual, kemudian nilai residual yang ada diabsolutkan serta dilakukannya regresi dengan variabel bebas yang ada. Terjadinya heteroskedastisitas apabila variabel memiliki tingkat probabilitas signifikan sebesar  $0,05$  terhadap nilai absolut. Hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan pada tabel 3 sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Ket.	Variabel	Sig.
Pers 1	Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan	0,599
	<i>Tax Calculation</i>	0,062
Pers 2	Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan	0,536
	Sosialisasi Perpajakan	0,852
Pers 3	<i>Tax Calculation</i>	0,062
	Sosialisasi Perpajakan	0,222

Sumber: data yang diolah, lampiran 6

Pada persamaan 1 tampak bahwa probabilitas signifikansi variabel pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan adalah  $0,599 > 0,05$ , sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel tersebut. Probabilitas *tax calculation* yaitu sebesar  $0,062 > 0,05$

artinya juga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Pada persamaan 2 tampak bahwa probabilitas signifikansi variabel pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan adalah 0,536 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel tersebut. Probabilitas sosialisasi perpajakan memiliki nilai lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,852 yang artinya juga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada pengujian heteroskedastisitas persamaan 3 semua variabel juga terbebas dari adanya heteroskedastisitas. Hal tersebut ditunjukkan dengan probabilitas *tax calculation* 0,062 dan probabilitas sosialisasi perpajakan 0,222 sehingga kedua variabel tersebut bebas dari heteroskedastisitas karena lebih dari 0,05.

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan dan *tax calculation* terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM serta menguji pengaruh variabel kontrol jenis kelamin dan tingkat pendidikan. Setelah dilakukan pengujian menggunakan SPSS maka terdapat dua bentuk untuk hasil regresi berganda adalah sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

<i>Model</i>	<i>B</i>	<i>Sig.</i>
1 (Constant)	4,358	0,268
Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan (X1)	0,888	0,000
Tax Calculation (X2)	1,034	0,001
Jenis Kelamin (X3)	0,739	0,423
Tingkat Pendidikan (X4)	-0,796	0,121

Sumber: data yang diolah, lampiran 7

Tabel 4 menunjukkan pada saat variabel kontrol yakni X3 dan X4 dimasukkan kedalam persamaan regresi linear berganda. Hasilnya adalah tetap

untuk variabel independen memiliki nilai signifikan masing-masing 0,000 dan 0,001 yakni variabel untuk X1 dan X2, sementara untuk variabel X3 dan X4 masing-masing adalah 0,423 dan 0,121. Dapat disimpulkan bahwa hanya variabel pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan dan *tax calculation* yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM *marketing online* karena nilai signifikan dibawah 0,05 (<0,05). Sedangkan variabel kontrol jenis kelamin dan tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen karena tingkat signifikansi diatas 0,05 (>0,05).

Pada pengujian ini hasil regresi menggunakan *unstandardized coefficients*. Model persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$\text{Kepatuhan Wajib Pajak} = 4,358 + 0,888 (\text{Pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan}) + 1,034 (\text{Tax calculation}) + 0,739 (\text{Jenis kelamin}) - 0,796 (\text{Tingkat pendidikan}) + e$$

#### Uji Hipotesis Data

##### 1. Uji F

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen dan variabel kontrol secara simultan dapat mempengaruhi variabel dependen (model regresi fit) atau tidak. Nilai signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 atau lima persen dengan ketentuan sebagai berikut :

Kriteria penolakan dan penerimaan H0 berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) dari output Anova :

- Jika nilai signifikan *Fhitung* menurut hasil perhitungan  $\geq 0,05$  (5%) maka hipotesis ditolak.
- Jika nilai signifikan *Fhitung* menurut hasil perhitungan  $\leq 0,05$  (5%) maka hipotesis diterima.

Berikut ini merupakan hasil oleh data uji statistik F yang disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 5**  
**Hasil Uji F**

<i>Model</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 Regression	17,171	0,000 <sup>b</sup>
Residual		
Total		

Sumber: data yang diolah, lampiran 7

Berdasarkan tabel 5 diketahui nilai signifikan adalah sebesar 0,000 ( $<0,05$ ). Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dengan kata lain, kedua variabel independen yakni pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan (X1) dan *tax calculation* (X2) dan kedua variabel kontrol yakni jenis kelamin (X3) dan tingkat pendidikan (X4) secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

## 2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan terhadap dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<i>Model</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,503

Sumber: data yang diolah, lampiran 7

Ketika adanya variabel kontrol yang masuk kedalam persamaan, maka hasil pengujian koefisien determinasi menjadi 0,503. Hal tersebut berarti variabel independen dan kontrol yang digunakan mampu menjelaskan variabel dependen (Kepatuhan Wajib Pajak) sebesar 50,3 persen. Sisanya yaitu 1-50,3% yaitu sebesar 49,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model yang dijelaskan oleh error.

## 3. Uji t

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan pengaruh satu variabel penjelas atau independen (pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan dan *tax calculation*) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (kepatuhan wajib pajak). Penentuan nilai signifikansi yaitu 0,05 atau 5%. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika signifikan nilai t hitung menurut hasil perhitungan lebih besar dari 0,05 (5%) maka hipotesis ditolak.
- Mengambil keputusan nilai t hitung menurut hasil perhitungan lebih kecil 0,05 (5%) maka hipotesis diterima.

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini:

**Tabel 7**  
**Hasil Uji t**

<i>Model</i>	<i>B</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1 (Constant)	4,358	1,117	0,268
Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan (X1)	0,888	4,552	0,000
Tax Calculation (X2)	1,034	3,492	0,001
Jenis Kelamin (X3)	0,739	0,808	0,423
Tingkat Pendidikan (X4)	-0,796	-1,575	0,121

Sumber: data yang diolah, lampiran 7

Berdasarkan tabel 7 nilai t untuk variabel ini sebesar 4,552. Tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau  $0,000 < 0,05$ , maka pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sehingga H<sub>0</sub> ditolak.

Nilai t untuk variabel *tax calculation* sebesar 3,492 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Tingkat signifikan tersebut kurang dari 0,05 atau

$0,001 < 0,05$ , maka *tax calculation* juga berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sehingga  $H_0$  ditolak.

### Analisis Regresi Moderasi dengan Metode Uji Residual

Penelitian ini menggunakan metode variabel moderasi dengan metode uji residual. Uji residual digunakan untuk menguji deviasi dari suatu model. Fokusnya adalah *lack of fit* (ketidakcocokkan) yang dihasilkan dari deviasi hubungan linear antar variabel independen (mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi). Jika variabel dependen (Y) diregresikan terhadap nilai absolut residual (ABRES) ternyata signifikan ( $<0,05$ ) dan negatif (-) maka dikatakan terjadi moderasi. Hasil uji residual dapat dilihat pada tabel 12 dan 13 sebagai berikut:

Dibawah ini merupakan pengujian variabel moderasi dengan pendekatan uji residual untuk hipotesis ketiga:

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Residual**

<i>Model</i>	<i>Beta</i>	<i>Sig.</i>
1 (Constant) Kepatuhan Wajib Pajak	-0,437	0,000 0,000

b. Dependent Variabel: ABRES

Sumber: data yang diolah, lampiran 8

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel dependen (Kepatuhan Wajib Pajak) diperoleh koefisien parameter regresi sebesar -0,437 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha ( $0,000 < 0,05$ ). Maka sesuai dengan pengambilan keputusan uji residual, dikatakan sebagai variabel moderator jika nilai koefisien parameternya negatif (-). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap nilai

absolute residual, artinya variabel sosialisasi perpajakan mampu memoderasi pengaruh pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dibawah ini merupakan pengujian variabel moderasi dengan pendekatan uji residual untuk hipotesis keempat:

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Residual**

<i>Model</i>	<i>Beta</i>	<i>Sig.</i>
1 (Constant) Kepatuhan Wajib Pajak	-0,309	0,000 0,012

a. Dependent Variabel: ABRES

Sumber: data yang diolah, lampiran 8

Berdasarkan output coefficients diperoleh koefisien parameter regresi pada variabel kepatuhan wajib pajak sebesar -0,309 dengan nilai signifikansi 0,012 lebih kecil dari alpha ( $0,012 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap nilai absolute residual, artinya variabel sosialisasi perpajakan mampu memoderasi *tax calculation* perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

### Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Teori perilaku terencana atau *Theory of Planned Behaviour* yang dikemukakan Ajzen menjelaskan adanya faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku seseorang. Salah satu faktor tersebut adalah *Behavioral beliefs*, yang menjelaskan bahwa wajib pajak memiliki keyakinan akan mendapatkan hasil dari apa yang mereka lakukan. Keyakinan terhadap hasil tersebut akan membentuk sikap terhadap perilaku tersebut. Seseorang dikatakan memiliki pengetahuan peraturan perpajakan yang cukup tinggi jika mengetahui hak dan kewajiban sebagai wajib pajak, sehingga wajib pajak yang mempunyai pengetahuan

atas peraturan perpajakan yang baik akan mampu membentuk kepercayaan didalam diri bahwa adanya kewajiban untuk melunasi beban pajak.

Pada variabel ini jawaban responden adalah setuju atas pernyataan mengenai mengetahui fungsi dan manfaat pajak yang digunakan untuk membiayai pembangunan negara dan sarana umum bagi masyarakat. Pada data karakteristik responden juga menunjukkan bahwa, sebagian besar lebih banyak responden yang mempunyai pengetahuan perpajakan dibandingkan dengan responden yang tidak mendapatkan pengetahuan perpajakan. Hal tersebut menandakan bahwa responden wajib pajak yang memiliki tingkat pengetahuan peraturan pajak yang tinggi berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *marketing online* di Sidoarjo.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (S. Areo et al., 2020), (Twum, 2020) yang menghasilkan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Semakin meningkatnya pengetahuan perpajakan wajib pajak akan menjadi pengaruh dalam berperilaku untuk taat pajak.

### **Pengaruh *Tax Calculation* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Teori *Behavioral beliefs* menjelaskan keyakinan wajib pajak akan hasil dari suatu perilaku (Ajzen, 1991). Selain wajib pajak memahami dan mengetahui peraturan perpajakan secara umum, mereka juga harus memperhatikan perhitungan besaran pajak (*tax calculation*) dengan benar sebagai kontribusinya kepada negara serta meyakini bahwa pajak yang dibayarkan secara tidak langsung dapat memberikan keadilan bagi rakyat. Jika seorang wajib pajak sudah memiliki keyakinan bahwa dirinya memiliki kepatuhan secara material, maka wajib pajak tidak akan lalai atas kewajibannya karena adanya kemudahan dalam menghitung pajak,

dengan begitu dorongan untuk patuh semakin tinggi sehingga penerimaan pajak juga dapat meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan sebelumnya, maka dapat memberikan informasi secara objektif. Semakin tinggi kemampuan wajib pajak secara teknis maka semakin mendukung tingginya kepatuhan wajib pajak. Dari data responden yang dijelaskan sebelumnya, sebagian besar mereka sudah menjalankan usahanya selama lebih dari lima tahun bahkan lebih dari sepuluh tahun, tentu bukan waktu yang singkat, banyaknya pengalaman yang mereka dapatkan selama menjadi wajib pajak juga sudah cukup.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Idha, 2018) menjelaskan bahwa *tax calculation* berhasil memberi pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Cvrlje, 2015) yang menjelaskan bahwa *tax calculation* tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

### **Sosialisasi Perpajakan memoderasi pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Menurut Ajzen menjelaskan teori *Normatif beliefs* yang menjadi salah satu faktor adanya pengaruh dari orang lain dalam niat seseorang untuk berperilaku. Teori ini menjelaskan niat wajib pajak dalam berperilaku dipengaruhi atau motivasi dari orang lain maupun masyarakat (petugas pajak) dalam memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan perpajakan. Semakin wajib pajak tersebut sering dipengaruhi oleh petugas pajak dalam keikutsertaannya sebagai peserta sosialisasi pajak, maka semakin wajib pajak tersebut memiliki pengetahuan tentang peraturan pajak terbaru, dengan bertambahnya pengetahuan wajib pajak tersebut mengenai peraturan perpajakan maka wajib pajak memilih niat untuk berperilaku



patuh dalam kewajibannya, sehingga dapat mendorong kepatuhan wajib pajak yang semakin meningkat pula.

Variabel sosialisasi dapat dikatakan sebagai variabel yang memoderasi antara pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak. Artinya memoderasi adalah bisa memperlemah atau memperkuat, sedangkan di penelitian ini sosialisasi pajak memperlemah variabel pengetahuan wajib pajak tentang peraturan pajak. Jawaban responden dari kuesioner mengenai variabel sosialisasi perpajakan cenderung memilih tidak setuju. Hal itu juga dapat dilihat dari data responden bahwa jumlah UMKM *marketing online* yang tidak mengajukan insentif pajak final 0% ditanggung pemerintah lebih banyak dibandingkan UMKM *marketing online* yang sudah memanfaatkan kebijakan tersebut. Sedangkan teori menjelaskan dengan dilakukannya sosialisasi pajak secara rutin dan efektif, dapat menambah informasi serta meningkatkan pengetahuan mereka mengenai kebijakan terbaru tentang pajak yang ada saat ini maupun yang akan datang. Sehingga wajib pajak merasa ada dukungan untuk menjalankan kewajibannya yang secara langsung akan mempengaruhi peningkatan pada kepatuhan wajib pajak pula dan begitu sebaliknya. Maka dari itu hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang ada, bahwa kurangnya sosialisasi pajak disaat pandemi yang mengakibatkan responden kurang mengetahui informasi terbaru yaitu insentif pajak bagi UMKM.

Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (K. R. Handayani & Tambun, 2016) menjelaskan bahwa sosialisasi perpajakan belum memoderasi pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Setianto, 2010) yang menjelaskan bahwa sosialisasi perpajakan merupakan variabel moderasi, namun bukan memoderasi pengetahuan

wajib pajak melainkan memoderasi tingkat kesadaran terhadap kepatuhan wajib pajak.

### **Sosialisasi Perpajakan memoderasi pengaruh *Tax Calculation* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Sosialisasi perpajakan memiliki peran penting bagi wajib pajak karena dapat membantu pemahaman mereka mengenai kewajiban dalam kebutuhan patuh secara formal dan material. Ketika kedua kebutuhan tersebut terpenuhi, sudah pasti wajib pajak mampu dalam memperlakukan perhitungan pajak secara tepat dan sesuai dengan tarif yang diberlakukan (*tax calculation*). Dengan begitu maka wajib pajak sangat mudah untuk pemenuhan kewajibannya yaitu tepat dalam memperhitungkan, membayar dan melaporkan besaran pajak tanpa ada kesulitan. Pada akhirnya secara langsung dapat mengakibatkan sosialisasi pajak menjadi kegiatan yang mampu mempengaruhi ketepatan dan keakuratan wajib pajak dalam menghitung besaran pajaknya (*tax calculation*) terhadap pemenuhan kewajibannya yaitu peningkatan kepatuhan pajak.

Variabel sosialisasi dapat dikatakan sebagai variabel yang memoderasi antara *tax calculation* terhadap kepatuhan wajib pajak. Analisis jawaban dari responden UMKM *marketing online* di Sidoarjo pada variabel sosialisasi perpajakan, mereka setuju atas pernyataan bahwa petugas pajak memberikan informasi dan penjelasan dengan jelas dan mudah dimengerti oleh wajib pajak serta memberikan solusi yang tepat, dan setuju terhadap pernyataan bahwa sebagai wajib pajak pelaku usaha mereka menggunakan tarif pajak yang berlaku sebagai dasar pengenaan pajak terutang. Dua hal tersebut tidak lepas dari peran petugas pajak yang selama ini dilakukan, artinya jawaban responden tidak hanya berlaku di saat pandemi saja melainkan juga berdasarkan pengalaman responden sebelum pandemi ketika melakukan kewajiban pajak. Pernyataan itu dapat

dibuktikan melalui data yang didapatkan mengenai darimana responden tersebut bisa menghitung pajak penghasilan. Terdapat berbagai macam jawaban, yaitu didominasi dengan responden yang mengikuti kegiatan penyuluhan dari petugas pajak kemudian diikuti dengan responden yang mengikuti kursus brevet setelah itu responden yang mengikuti seminar. Analisis jawaban responden tersebut berarti petugas pajak sudah melakukan perannya dalam memberikan pelatihan pajak dan mampu memberikan solusi ketika wajib pajak mengalami kendala dalam kewajiban pajaknya. Sesuai dengan teori yang ada bahwa dilakukannya sosialisasi pajak secara rutin dapat mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak dan hasil penelitian ini membuktikan pernyataan tersebut, bahwa variabel sosialisasi pajak dapat memperkuat variabel *tax calculation* sehingga kepatuhan wajib pajak akan meningkat.

### **Pengaruh Gender terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Teori perilaku terencana (TPB) ada keterkaitannya dengan variabel *gender* yang menjelaskan adanya salah satu faktor yang mempengaruhi niat wajib pajak dalam melakukan sesuatu yaitu *control belief*. *Control belief* merupakan keyakinan tentang keberadaan segala hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan dilakukan serta persepsi seberapa kuat hal-hal yang dapat mendukung maupun menghambat perilakunya tersebut (*perceived power*). Berdasarkan teori tersebut persepsi tentang kontrol perilaku diartikan sebagai persepsi individu berkenaan pada kemudahan atau kesulitan untuk berbuat sesuatu. Kepatuhan wajib pajak dapat ditentukan berdasarkan banyaknya faktor pendukung dan sedikitnya faktor penghambat dari dalam diri wajib pajak berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan yang mampu mendukung perilaku untuk taat pajak.

*Gender* dapat dikatakan sebagai salah satu faktor individual yang dapat

mempengaruhi perilaku kepatuhan seorang wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan hukum dan peraturan perpajakan yang berlaku. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku patuhnya responden atas kewajiban pajaknya. Sehingga tidak membuktikan kebenaran teori yang ada. Wajib pajak akan senantiasa mematuhi kewajibannya sebagai warga negara yang tunduk pada hukum dan undang-undang yang berlaku terlepas dari faktor perbedaan jenis kelamin, bahwa wajib pajak laki-laki lebih menekankan pada ketakutan atas sanksi denda bahkan pidana yang cukup berat sedangkan wajib pajak perempuan akan bertindak menggunakan hati nurani sehingga memiliki perasaan bersalah jika tidak membayar pajak.

Variabel *gender* diberlakukan sebagai variabel kontrol pada model penelitian ini untuk memastikan bahwa hanyalah variabel pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan dan *tax calculation* saja yang mampu mempengaruhi variabel dependen tanpa dipengaruhi variabel lain diluar model penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan konsistensi hasil analisis yang dilakukan. Atau dapat dikatakan juga variabel yang bukan termasuk dalam penelitian yang dapat mempengaruhi variabel dependen.

### **Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Variabel tingkat pendidikan diberlakukan sebagai variabel kontrol pada model penelitian ini. Berdasarkan pengujian dapat disimpulkan bahwa kepatuhan wajib pajak UMKM *marketing online* di Sidoarjo yang berpendidikan SMA, Diploma dan Sarjana tidak berbeda. Hal tersebut dapat diartikan bahwa, meskipun pendidikan yang ditempuh wajib pajak semakin tinggi maka tidak bisa dipastikan mereka dikatakan patuh dalam membayar pajak. Jika tingkat pendidikan

tinggi maka wajib pajak akan cenderung mempunyai sifat perlawanan aktif karena wajib pajak mengetahui manfaat pajak, waktu membayar dan tata cara pajak tersebut dibayarkan dan begitu sebaliknya

## **KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian yang berkaitan dengan Kepatuhan Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan dan *Tax Calculation* di Kabupaten Sidoarjo, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM *marketing online* di Kabupaten Sidoarjo.
2. Variabel *Tax Calculation* secara signifikan memiliki pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada UMKM *marketing online*.
3. Variabel Sosialisasi Perpajakan memoderasi Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM *marketing online* Kabupaten Sidoarjo.
4. Variabel Sosialisasi Perpajakan memoderasi *Tax Calculation* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM *marketing online* Kabupaten Sidoarjo.

### **Keterbatasan**

Pada penelitian yang dilakukan saat ini tentu tidak lepas dari kekurangan yang menjadi keterbatasan penelitian salah satunya adalah, selama proses penelitian dilakukan di saat pandemik *Covid-19*, akibatnya penyebaran kuesioner tidak semuanya dilakukan secara langsung melalui *hardfile* tetapi lebih banyak dilakukan secara *online* melalui *Google*

*form* yang menyebabkan peneliti kurang dapat berinteraksi dengan para UMKM *marketing online* yang ada di Sidoarjo, sehingga besar kemungkinan jawaban tidak sesuai fakta yang ada. Selain itu juga berdampak pada terbatasnya dalam memperoleh responden.

### **Saran**

Sesuai keterbatasan dalam penelitian ini, maka untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah metode wawancara secara langsung dengan responden agar jawaban yang didapatkan lebih objektif sesuai yang terjadi dilapangan dan berdasar pemahaman responden. Kemudian saran yang kedua yaitu agar peneliti selanjutnya untuk lebih memperpanjang periode penelitian.

### **DAFTAR RUJUKAN**

- Ahyuna, Hamzah, M. D., & HM, M. N. 2013. "Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran". *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 2(1), 30–40.
- Agung, M. 2007. *Teori dan Aplikasi Perpajakan Indonesia*. Dinamika Ilmu, Jakarta.
- Ajzen, I. 1991. *The Theory Of Planned Behavior. Organizational Behavior And Human Decision Processes*. 50: 179-211.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi Vi*. Rineka Apta, Jakarta.
- Asih, D.T., dan Kautsar Riza S. 2011. "Studi Kepatuhan Wajib Pajak Dari Aspek Pengetahuan, Persepsi, Dan Sistem Administrasi". *The Indonesian Accounting Review*. 1(1), 45-58.
- Ayuba, Augustine. 2016. "Perceived Service Orientation, Economic Factors, Psychological Factors And Tax Compliance: Evidence From

- Nigerian SMSs*". *Malaysian Management Journal*. Vol. 20, 41-57.
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo. 2020. Data Koperasi dan UMKM Kabupaten Sidoarjo. (<http://ditakopum.sidoarjokab.go.id/umkm>, diakses pada 11 November 2020).
- Direktorat Jenderal Pajak. 2020. Membangun Kesadaran dan Kepedulian Sukarela Wajib Pajak. (<https://www.pajak.go.id>, diakses pada 10 April 2020).
- Direktorat Jenderal Pajak. 2020. Menakar Kadar Kepatuhan Wajib Pajak. (<https://www.pajak.go.id>, diakses pada 10 April 2020).
- Direktorat Jenderal Pajak. 2020. Redefinisi Self Assessment System. (<https://www.pajak.go.id>, diakses pada 10 April 2020).
- Direktorat Jenderal Pajak. 2020. Sudah Cukupkah Kepatuhan Pajak Kita. (<https://www.pajak.go.id>, diakses pada 10 April 2020).
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo. ([diskopda.sidoarjokab.go.id](http://diskopda.sidoarjokab.go.id), diakses pada 10 April 2020).
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi 5). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, N. A., Ibrahim, N. A., Ariffin, N., Taharin, R., & Jelani, F. A. 2019. "Factors Affecting Tax Compliance among Malaysian SMEs in E-Commerce Business". *International Journal of Asian Social Science*, 9(1), 74-85.
- Handayani, K. R., & Tambun, S. 2019. "Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Sebagai Variabel Moderating". *Journal UTA45JAKARTA*, 1(2), 59-73.
- Handayani, O., & Woro Damayanti, T. 2018. "Determinants of Individual Taxpayers Compliance in Indonesia: A Meta-Analysis". *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 21(1), 1-22.
- Handayani, K. R., dan Sihar Tambun. 2016. "Pengaruh Penerapan Sistem E-filing dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Sosialisasi sebagai Variabel Moderating (Survei pada Perkantoran Sunrise Gaarden di Wilayah Kedoya, Jakarta Barat)". *Media Akuntansi Perpajakan*. 1(2), 59-73.
- Hardiningsih, P., Januarti, I., Oktaviani, R. M., & Srimindarti, C. 2020. "The Determinants of Taxpayer Compliance with Tax Awareness as a Mediation and Education for Moderation". *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 15(1), 49-60.
- Hardiningsih, P., & Yulianawati, N. 2011. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak". *Dinamika Keuangan Dan Perbankan*, 3(1), 126-142.
- Idha, F. 2018. "Calculation of Income Tax (VAT) Agency 2014 in the International Hotel by Law Number 36/2008". *Journal of Applied Accounting and Taxation (JAAT)*, 3(1), 84-88.

- Imam, G. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jansen, B.J. 2006. *An Examination Of Searcher's Perceptions Of Nonsponsored And Sponsored Links During E-commerce Web*.
- Kakunsi, E., Pangemanan, S., & Pontoh, W. 2017. "Pengaruh Gender Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Wilayah Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tahuna". *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2), 391–400.
- Kementerian Keuangan. Volume XII/NO.114/Maret 2017 Tentang Reformasi Perpajakan Maksimalkan Penerimaan (www.kemenkeu.go.id)
- Kemp, S. 2017. Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019 – We Are Social. (<https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>, diakses pada 04 April 2020).
- Lianty, R. A. M., Hapsari, D. W., & Kurnia. 2017. "Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Dan Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak". *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer (JRAK)*, 9(2), 55–65.
- Liputan6. 2020. 206 ribu UKM Sidoarjo Bakal Jadi Sasaran Program UMKM GoOnline (<http://m.liputan6/bisnis/read/3155874/206-ribu-ukm-sidoarjobakal-jadi-sasaran-program-umkm-go-online>, diakses pada 27 Oktober 2020).
- Ofiafah, Eiya., O.J. Ilaboya., A. Francis Okoye. 2016. "Religiosity And Tax Compliance: Empirical Evidence From Nigeria". *Igbinedion University Journal of Accounting*. Vol. 1.
- Oladipupo, A. O., & Obazee, U. 2016. "Tax Knowledge, Penalties and Tax Compliance in Small and Medium Scale Enterprises in Nigeria". *IBusiness*, 08(1), 1–9.
- Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 9 Tahun 2018 (9/PMK.03/2018) Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 243/PMK.03/2014 Tentang Surat Pemberitahuan (SPT).
- Radar Surabaya. UMKM Sidoarjo Harus Mandiri Dalam Memasarkan Produk ([radarsurabaya.jawapos.com](http://radarsurabaya.jawapos.com), diakses pada 23 Oktober 2020)
- Rao, L. 2011. J.P. Morgan: *Global E-Commerce Revenue To Grow By 19 Percent In 2011 To \$680B*. Retrieved from <https://techcrunch.com> website: <https://techcrunch.com>
- Republika.co.id. Pemda Sidoarjo Pastikan Kemudahan Izin UMKM (diakses pada 23 Oktober 2020)
- Resmi, S. 2016. *Perpajakan: Teori dan Kasus*. Salemba Empat. Jakarta.
- S. Areo, O., Gershon, O., & Osabuohien, E. 2020. "Improved Public Services and Tax Compliance of Small and Medium Scale Enterprises in Nigeria: A Generalised Ordered Logistic Regression". *Asian Economic and Financial Review*, 10(7), 833–860.
- Sari. 2013. *Konsep Dasar Perpajakan*. Bandung : PT.Refika Aditama.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian bersifat: eksploratif, enterpretif, inetraktif dan konstruktif*. Bandung: Alfabeta.

- Supriyati. 2011. "Pengaruh Pengetahuan Pajak Dan Persepsi Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak". *The International Accounting Review*, 1(1), 27–36.
- Susuawu, D., Ofori-Boateng, K., & Amoh, J. K. 2020. "Does Service Quality Influence Tax Compliance Behaviour of Smes? a New Perspective From Ghana". *International Journal of Economics and Financial Issues*, 10(November), 50–56.
- Suyono, N. A. 2016. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Wonosobo". Ppkm I (2016) 1-10 Fakultas Ekonomi Universitas Sains Al Qur'an Wonosobo, 1–10.
- Tibahary, A. R. 2019. Analisis Yuridis Terhadap Laporan Pajak Terutang Atas Transaksi E-Commerce Dalam Rangka Mewujudkan Kepastian Hukum. February.
- Twum, K. K. 2020. "Tax Knowledge And Tax Compliance Of Small And Medium Enterprises In Ghana". *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*. 21(5),222-231.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- Wardani, D, K., dan Erma Wati. 2018. "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Kebumen)". *Jurnal Nominal*. 7(1), 33-54.
- Yanuswari, F. V. 2016. "Analisis Perilaku Wajib Pajak Sektor Dagang dan Jasa Terhadap Penerapan Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013". *Jurnal Akuntansi UBHARA*, 46, 1–17.
- Yoeanda, Q., Afifudin, dan Muhammad Cholid Mawardi. 2018. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak OP Pelaku E-commerce di Kota Malang)". *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*. 7(8), 52-64.