

PENGARUH SOSIALISASI PERATURAN PERPAJAKAN DAN PEMAHAMAN PERATURAN PERPAJAKAN TENTANG INSENTIF PAJAK UMKM TERHADAP KEMAUAN MENJALANKAN KEWAJIBAN PERPAJAKAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus pada Mitra Driver Ojek Online di Daerah Depok)

Jumalil Syahroni¹, Rahadi Pratomo Singgih^{2*}

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Indonesia

Email : jumalilisyahroni@gmail.com¹, rahadipratomo@gmail.com²

*Corresponding Author

ARTICLE INFO

Keywords

tax regulation campaign, understanding of tax regulations, willingness to carry out tax obligations

ABSTRACT

The phenomenon behind this research is problems related to the willingness to carry out tax obligations, which are related to tax regulations campaigns and understanding tax regulations for MSME taxpayers. In this study the author used a quantitative approach to produce accurate data. Quantitative methods are used because this study aims to measure variables, conduct a sampling process, and prove the hypothesis statistically. Based on the results of the study, it is known that the regression coefficient value of the tax regulation campaign variable is positive, i.e. +0.108. The results of the T-test found $t_{count} < t_{table}$ ($0.689 < 1.988$) with sig value ($0.493 > 0.05$), which means that the tax regulation campaign on MSME tax incentives has a positive but not significant effect on the willingness to carry out MSME tax obligations during the Covid-19 pandemic among online ojek (motorcycle taxi) driver partners in the Depok area. The regression coefficient value of the understanding of tax regulations is positive, i.e. +0.312. The results of the T-test found $t_{count} < t_{table}$ ($2.096 < 1.988$) with sig value ($0.493 > 0.05$), which means that understanding of tax regulations regarding MSME tax incentives has a positive and significant effect on willingness to carry out MSME tax obligations during the Covid-19 pandemic among ojek driver partners in the Depok area. Meanwhile, the F-count test produced a value of 6.011, which is greater than the F-table ($6.011 > 3.105$), and a significance value of 0.004, where $p < 0.05$ ($0.004 < 0.05$). This means that the campaign and understanding of tax regulations regarding MSME tax incentives simultaneously affect the willingness to carry out MSME tax obligations during the Covid-19 pandemic among ojek driver partners in the Depok area.

PENDAHULUAN

Telah banyak jenis insentif pajak yang telah dirilis Direktorat Jenderal Pajak (DJP) demi membangkitkan banyak sektor perekonomian di Indonesia, salah satunya sebagaimana tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia yang telah beberapa kali mengalami perubahan dan terakhir kali adalah Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 82/PMK.03/2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 9/PMK.03/2021 tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019, antara

lain : PPh Pasal 21 DTP, PPh Final UMKM DTP, PPh Final atas Jasa Konstruksi, Pembebasan PPh Pasal 22 Impor, Pengurangan Angsuran PPh Pasal 25 dan percepatan restitusi PPN. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan persentase WP PP 23 belum memanfaatkan fasilitas insentif pajak dari pemerintah, antara lain kurangnya sosialisasi dan kurangnya pemahaman WP PP 23 tentang peraturan perpajakan.

Dari segi sosialisasi, pelaku UMKM khususnya mitra driver masih minim mendapatkan sosialisasi peraturan perpajakan, karena kurangnya optimalisasi sosialisasi yang dilakukan oleh DJP akibat adanya pembatasan sosial yang dilakukan oleh pemerintah, sehingga saat ini sosialisasi peraturan perpajakan yang dilakukan oleh DJP hanya sebatas memberikan informasi melalui website dan media sosial. Hal tersebut dibenarkan oleh beberapa mitra driver ojek online, dimana mereka selama ini belum mendapatkan sosialisasi dari DJP maupun penyedia jasa transportasi online secara tatap muka dengan intensif terkait peraturan perpajakan yang berlaku.

Dari segi pemahaman, karena kurangnya mendapatkan sosialisasi peraturan perpajakan maka mengakibatkan kurangnya pemahaman mitra driver online tentang peraturan perpajakan yang berlaku. Selain itu juga didukung oleh rata-rata tingkat pendidikan driver ojek online yang tergolong menengah ke bawah. Hal tersebut dibenarkan oleh beberapa driver ojek online, saat ini mereka belum memahami tentang peraturan perpajakan yang berlaku.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris **“PENGARUH SOSIALISASI PERATURAN PERPAJAKAN DAN PEMAHAMAN PERATURAN PERPAJAKAN TENTANG INSENTIF PAJAK UMKM TERHADAP KEMAUAN MENJALANKAN KEWAJIBAN PERPAJAKAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19” (Studi Kasus pada Mitra Driver Ojek Online di Daerah Depok).”**

KAJIAN PUSTAKA

1. **Administrasi pajak** : Menurut Anjalia (2012:22) : adalah segala urusan administrasi perpajakan sebagai salah satu instrument pelaksanaan di bidang perpajakan dalam rangka menjalankan fungsi pelayanan masyarakat, pengawasan masyarakat dalam rangka pelaksanaan kewajiban perpajakan, dan pembinaan dari pelaksanaan pengawasan tersebut.
2. **Teori atribusi** : Menurut Heider (dalam Mulyani & Hasna, 2020:170) didefinisikan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh kombinasi antara kekuatan internal dan kekuatan eksternal. Kekuatan internal adalah perilaku yang diyakini oleh kendali seorang individu, sedangkan kekuatan eksternal adalah perilaku yang berasal dari sebab-sebab luar.
3. **Pajak** : Menurut Mardiasmo (2016:3) : Pajak merupakan iuran yang dibayarkan oleh rakyat kepada negara yang masuk dalam kas negara yang melaksanakan pada undang-undang serta pelaksanaannya dapat dipaksakan tanpa adanya balas jasa. Iuran tersebut digunakan oleh negara untuk melakukan pembayaran atas kepentingan umum.
4. **Sosialisasi perpajakan** : Menurut Rimawati, 2013: adalah upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat.
5. **Pemahaman Perpajakan** : Untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak dapat diperoleh melalui pengalaman sendiri ataupun pengalaman orang lain yang diceritakan dan diamati wajib pajak. Pemahaman adalah suatu proses untuk mengetahui sesuatu hal. Menurut Resmi (dalam

Purnaditya, 2015:19), pemahaman peraturan perpajakan adalah proses wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak.

6. **Kemauan menjalankan kewajiban perpajakan** : Menurut Nurlaela, 2013 : merupakan suatu nilai dimana seseorang dengan sukarela membayar, melaporkan perpajakan yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum negara dengan tidak mendapat jasa timbal balik secara langsung.
7. **Wajib pajak** : Menurut Thomas Sumarsan (2017:9) adalah sebagai berikut: Wajib pajak adalah orang pribadi ataupun badan, meliputi pembayaran pajak, pemotongan pajak, dan pemungutan pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
8. **Insentif pajak** : sendiri berarti bahwa suatu perangsang yang ditawarkan kepada wajib pajak, dengan harapan wajib pajak termotivasi untuk patuh terhadap ketentuan pajak. Macam insentif pajak diantaranya adalah pembebasan pajak (tax holiday) dan pemotongan pajak (tax allowance) (Tierya, 2012:16). Pandemi virus Covid-19 merupakan bencana nasional yang mempengaruhi stabilitas ekonomi dan produktivitas masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah memberikan insentif pajak untuk mendukung penanggulangan dampak virus Covid-19 bagi UMKM. Insentif tersebut pada awalnya diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 23/PMK.03/2020 dan saat ini telah mengalami beberapa kali perubahan sebagaimana perubahan terakhir yaitu Peraturan Menteri Keuangan Nomor 149/PMK.03/2021. Insentif pajak penghasilan (PPh) final diberikan kepada wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 yang dikenai PPh final sebesar 0,5% (nol koma lima persen) dari jumlah peredaran bruto.

Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Sosialisasi Peraturan Perpajakan terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan

Sosialisasi perpajakan dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) baik melalui penyuluhan secara langsung oleh dirjen pajak maupun melalui tidak langsung seperti media sosial. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai peraturan perpajakan, khususnya yang mengatur tentang insentif pajak penghasilan final yang terutang oleh pemerintah bagi wajib pajak UMKM sesuai kriteria PP Nomor 23 Tahun 2018 yang terdampak pandemi Covid-19. Sosialisasi yang semakin gencar dan intensif akan menjadikan wajib pajak mengerti akan kewajibannya sehingga bersedia untuk menjalankan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan

Wajib pajak yang mengerti dan memahami sebuah peraturan maka akan melaksanakan peraturan tersebut selama tidak bersifat merugikan. Pemerintah memberikan insentif pajak tentunya bertujuan untuk meringankan beban ekonomi wajib pajak UMKM dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya. Insentif PPh final terutang diberikan kepada wajib pajak sesuai kriteria PP Nomor 23 Tahun 2018 yang terdampak pandemi Covid-19. Wajib Pajak mengajukan permohonan surat keterangan PP 23/2018 kepada DJP terlebih dahulu secara online setelah itu wajib pajak dapat memanfaatkan insentif PPh DTP tersebut. Peraturan yang mudah dipahami dan diterapkan, menjadikan Wajib Pajak bersedia untuk menjalankan kewajiban perpajakannya.

3. Pengaruh secara simultan antara Sosialisasi dan Pemahaman Peraturan Perpajakan terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan

Sosialisasi yang semakin gencar dan intensif sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh Wajib Pajak akan menjadikan Wajib Pajak bersedia untuk menjalankan kewajiban perpajakannya.

Indikator Sosialisasi Perpajakan	Indikator Pemahaman Perpajakan	Indikator Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan
1. Tata Cara Sosialisasi 2. Frekuensi Sosialisasi 3. Kejelasan Sosialisasi 4. Pengetahuan Perpajakan	1. Memahami cara menghitung penghasilan terutang pajak 2. Memahami tata cara pembayaran pajak 3. Memahami cara mengisi SPT 4. Memahami cara penyampaian SPT	1. Kemauan secara sukarela mendaftarkan diri dan melaporkan usaha 2. Kemauan secara sukarela membuat pembukuan atau pencatatan 3. Kemauan secara sukarela membayar dan menyetor pajak 4. Kemauan secara sukarela mengisi dan menyampaikan SPT

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif, yaitu tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Keunggulan dari penelitian kausal komparatif adalah memungkinkan peneliti untuk meneliti sejumlah variabel yang tidak bisa diteliti secara eksperimen serta memudahkan dalam identifikasi variabel (Mudrajat Kuncoro, 2013:277). Peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa sebagai variabel yang dipengaruhi (dependent) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi (independent) variabel tersebut (Indriantoro & Supomo, 2011:27). Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif karena data yang disajikan berhubungan dengan angka atau scoring. Data-data tersebut lalu dianalisis dan diolah ke dalam bentuk analisis statistik untuk menguji hipotesis yang menjelaskan hubungan antar variabel yang digunakan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penulis melakukan penyebaran kuesioner dengan cara membuat google form terlebih dahulu dan kemudian membagikan link kuesioner kepada mitra driver melalui aplikasi whatsapp. Penyebaran kuesioner tersebut dibagikan kepada beberapa mitra driver dan selanjutnya diteruskan ke whatsapp grup perkumpulan-perkumpulan driver ojek online yang ada di wilayah kota Depok. Sebanyak 100 kuesioner yang disebar, jumlah kuesioner yang direspon adalah sebanyak 87 kuesioner atau 87% dan kuesioner yang tidak direspon sebanyak 13 kuesioner atau 13%.

Kuesioner yang dapat digunakan sebagai sampel sebanyak 87 kuesioner atau 100% dari kuesioner yang direspon. Sedangkan kuesioner yang tidak sesuai kualifikasi sejumlah 0 kuesioner atau 0% dari kuesioner yang direspon. Dari table diatas dapat dilihat bahwa kuesioner yang direspon sebanyak 87 kuesioner dapat seluruhnya dijadikan sampel, dikarenakan seluruh kuesioner yang merespon telah memenuhi kualifikasi yang telah ditentukan.

Statistik deskriptif dalam penelitian ini akan memberikan informasi mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu untuk variabel independent adalah sosialisasi peraturan perpajakan dan pemahaman peraturan perpajakan, serta variabel dependen kemauan menjalankan kewajiban perpajakan dengan jumlah (N) adalah 87 responden. Data yang telah diolah dilihat dari nilai minimum, maksimum, nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Hasil pengujian statistik deskriptif ini disajikan pada tabel IV.10. Minimum adalah nilai terkecil pada suatu rangkaian pengamatan, maksimum adalah nilai terbesar dalam suatu rangkaian pengamatan, sedangkan mean adalah nilai rata-rata pada rangkaian pengamatan atau merupakan pembagian nilai seluruh data dengan jumlah data yang diamati. Standar deviasi merupakan akar dari jumlah kuadrat dari nilai selisih data dengan nilai rata-rata dibagi dengan banyaknya data.

Berdasarkan hasil olahan data realibilitas, dinyatakan bahwa data yang di uji memiliki nilai variabel realibilitas yang baik karena secara keseluruhan nilai Cronbach Alpha (α) menunjukkan hasil yang lebih besar dari batas kritis yang ditentukan yaitu 0,70. Dari hasil pada tabel diatas dapat dilihat nilai realibilitas variabel sosialisasi peraturan perpajakan (X1) sebesar 0,706, nilai realibilitas variabel pemahaman peraturan perpajakan (X2) sebesar 0,702 dan nilai realibilitas variabel kemauan menjalankan kewajiban perpajakan (Y) sebesar 0,724.

Dari analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara umum kuesioner yang telah dibuat sudah memenuhi aturan dan asumsi valid dan reliabel, artinya pernyataan-pernyataan yang ada pada kolom Uji Reliabilitas tepat untuk digunakan dalam meneliti pengaruh sosialisasi peraturan perpajakan dan pemahaman peraturan perpajakan terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan.

Pembahasan

1. Pengaruh Sosialisasi Peraturan Perpajakan terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan

Hasil penelitian dengan menggunakan regresi linier berganda diperoleh Nilai koefisien regresi variabel sosialisasi peraturan perpajakan (X1) sebesar +0.108 (mempunyai hubungan positif terhadap variabel Y - kemauan menjalankan kewajiban perpajakan). Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 poin pada variabel sosialisasi peraturan perpajakan akan menyebabkan kenaikan sebesar 0.108 pada variabel kemauan menjalankan kewajiban perpajakan. Dari pengujian hipotesis secara parsial (uji T) menunjukkan variabel sosialisasi peraturan perpajakan (X1) memiliki thitung sebesar 0,689 dengan signifikansi 0,493 dan ttabel adalah sebesar 1,988. Karena thitung <ttabel yaitu 0,689<1,988 atau nilai sig t(0,493)> α (0,05), berarti hipotesis ditolak. Artinya hal ini menunjukkan bahwa Sosialisasi Peraturan Perpajakan (X1) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan (Y).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi peraturan perpajakan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan. Artinya

sosialisasi peraturan perpajakan dan kemauan menjalankan kewajiban perpajakan berbanding lurus. Jika sosialisasi peraturan perpajakan terus ditingkatkan maka wajib pajak akan meningkatkan kemauan menjalankan kewajiban perpajakan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Guntur Jati Wijayanto (2016) yang menjelaskan pada penelitian tersebut bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

2. Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan

Hasil penelitian dengan menggunakan regresi linier berganda diperoleh Nilai koefisien regresi variabel pemahaman peraturan perpajakan (X₂) sebesar 0,312 (mempunyai hubungan positif terhadap variabel Y – kemauan menjalankan kewajiban perpajakan). Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 poin pada variabel pemahaman peraturan perpajakan akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,312 pada variabel kemauan menjalankan kewajiban perpajakan. Dari pengujian hipotesis secara parsial (uji T) menunjukkan variabel pemahaman peraturan perpajakan (X₂) memiliki thitung sebesar 2,096 dengan nilai signifikansi 0,039 dan t tabel adalah sebesar 1,988. Karena t hitung > t tabel yaitu 2,096 > 1,988 atau nilai sig T (0,039) < α(0,05), berarti hipotesis diterima. Artinya hal ini menunjukkan bahwa Pemahaman Peraturan Perpajakan (X₂) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan (Y).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman peraturan perpajakan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan. Jika wajib pajak memiliki pemahaman peraturan perpajakan yang baik maka akan meningkatkan kemauan menjalankan kewajiban perpajakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Guntur Jati Wijayanto (2016) yang menjelaskan pada penelitian tersebut bahwa pemahaman prosedur perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah dkk (2018), Yunita (2017) yang menjelaskan pada penelitian tersebut bahwa pemahaman perpajakan tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak.

3. Pengaruh Secara Simultan Sosialisasi Peraturan Perpajakan dan Pemahaman Peraturan Perpajakan terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan

Hipotesis ketiga adalah secara simultan terdapat pengaruh positif antara Sosialisasi Peraturan Perpajakan dan Pemahaman Peraturan Perpajakan terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji F) yang dilakukan diketahui bahwa F-hitung memiliki nilai sebesar 6,011 yakni lebih besar daripada F-tabel yang sebesar 3,105 (6,011 > 3,105), dan nilai signifikan 0,004 dimana $p < 0,05$ (0,004 < 0,05), sehingga berdasarkan hasil uji F dapat dinyatakan bahwa variabel sosialisasi peraturan perpajakan dan variabel pemahaman peraturan perpajakan secara simultan berpengaruh terhadap variabel kemauan menjalankan kewajiban perpajakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Guntur Jati Wijayanto (2016) yang menjelaskan pada penelitian tersebut bahwa terdapat pengaruh antara sosialisasi perpajakan dan pemahaman prosedur perpajakan secara bersama-sama terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh sosialisasi peraturan perpajakan dan pemahaman peraturan perpajakan tentang insentif pajak UMKM terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan UMKM di masa pandemi Covid-19. Responden dalam penelitian ini adalah berjumlah 87 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel sosialisasi peraturan perpajakan bernilai positif sebesar +0.108, serta berdasarkan uji T thitung $<$ ttabel yaitu $0,689 < 1,988$ atau nilai sig t $(0,493) > \alpha (0,05)$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sosialisasi peraturan perpajakan tentang peraturan insentif pajak UMKM berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan UMKM dimasa pandemi Covid-19 pada mitra driver ojek online di daerah Depok.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel pemahaman peraturan perpajakan bernilai positif sebesar +0.312, serta berdasarkan uji T thitung $<$ ttabel yaitu $2,096 < 1,988$ atau nilai sig t $(0,493) > \alpha (0,05)$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pemahaman peraturan perpajakan tentang peraturan insentif pajak UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan UMKM dimasa pandemi Covid-19 pada mitra driver ojek online di daerah Depok.
3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa F-hitung memiliki nilai sebesar 6,011 yakni lebih besar daripada F-tabel yang sebesar 3,105 ($6,011 > 3,105$), dan nilai signifikan 0,004 dimana $p < 0,05$ ($0,004 < 0,05$), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sosialisasi dan pemahaman peraturan perpajakan tentang peraturan insentif pajak UMKM berpengaruh secara simultan terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan UMKM dimasa pandemi Covid-19 pada mitra driver ojek online di daerah Depok.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25.

Yogyakarta: Universitas Diponegoro,

Indriantoro, & Supomo. (2011). Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Yogyakarta: BPFE.

Mardiasmo. (2016). Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2016. Yogyakarta: Andi. Mudrajat Kuncoro. (2013). Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 4. Jakarta:

Penerbit Erlangga.

Prof Dr. P.J.A. Andriani. (2014). Teori Perpajakan. Jakarta: Salemba Empat.

Rahayu, S. K. (2017). Perpajakan Konsep dan Aspek Formal. Bandung: Rekayasa Sains. Resmi, S. (2017). Perpajakan. Jakarta: Salemba Empat.

Resmi, S. (2019). Perpajakan Teori & Kasus. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sumarsan, T. (2017). Perpajakan Indonesia. Jakarta : Indeks.

Jurnal :

Ali, I., Mursalim, & Nasaruddin, F. (2020). Several factors influence the willingness to Pay taxes, 57-70.

Anjelia, R. (2012). Dampak Reformasi Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Pada KPP Pratama Payakumbuh). Padang: Universitas Andalas.

Arif, A., Susilo, H., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Pengetahuan Tentang Sistem Administrasi Perpajakan dan Modernisasi Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Pada KPP Pratama Singosari Kabupaten Malang). Jurnal Perpajakan (JEJAK)| Vol. 10 No. 1, 2.

Arum, H. P. (2012). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan

Usaha dan Pekerjaan Bebas (Studi di Wilayah KPP Pratama Cilacap). Semarang: Universitas Diponegoro.

Herryanto, M., & Toly, A. A. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, dan Pemeriksaan Pajak terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan di KPP Pratama Surabaya Sawahan, TAX & ACCOUNTING REVIEW, VOL.1, NO.1.

Istiqomah, Nurlaela, S., & Wijayanti, A. (2018). FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAUAN MEMBAYAR PAJAK WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI YANG MELAKUKAN PEKERJAAN BEBAS DI KPP SUKOHARJO, Vol. 19 No.2.

LESMANA, D., PANJAITAN, D., & MAIMUNAH, M. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAUAN KALANGAN PROFESI YANG MELAKUKAN PEKERJAAN BEBAS UNTUK MEMBAYAR PAJAK.

Manuaba, I. C., & Gayatri. (2017). PENGARUH PENGETAHUAN PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, PELAYANAN FISKUS, PERSEPSI EFEKTIVITAS SISTEM PERPAJAKAN TERHADAP KEMAUAN MEMBAYAR PAJAK. E-Jurnal Akuntansi

Universitas Udayana Vol.19.2. Mei.

Mulyani, U. R., & H. M. (2020). PENGARUH SOSIALISASI DAN PEMAHAMAN PERATURAN MENTERI KEUANGAN NOMOR 86 TAHUN 2020 TERHADAP KEMAUAN MENJALANKAN KEWAJIBAN PERPAJAKAN PADA MASA COVID-19 (PADA UMKM ORANG PRIBADI SEKTOR PERDAGANGAN DI KUDUS). ACCOUNTING GLOBAL JOURNAL.

Nurlaela, S. (2013). Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman, Kesadaran, Persepsi Terhadap Kemauan Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas, 89-101.

Pradnyana, I. G., & Astakoni, I. P. (2018). Kesadaran, Pengetahuan dan Pemahaman serta Persepsi Wajib Pajak Sebagai Determinan Kemauan Membayar Pajak.

Purnaditya, R. R. (2015). Pengaruh Pemahaman Pajak, Kualitas Pelayanan Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak (Studi Empiris Pada Wp Op Yang Melakukan Kegiatan Usaha Di Kpp Pratama Semarang Candisari). Semarang: Universitas Diponegoro.

Puspitasari, P. A. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAUAN MEMBAYAR PAJAK ORANG PRIBADI DALAM MEMBAYAR PAJAK PENGHASILAN. Surabaya: SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS.

Rimawati. (2013). Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Tngkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas pada KPP Pratama Gresik Utara), 3.

Rosok, H. R. (2019). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Gubeng Surabaya. 20191: Universitas Katolik Darma Cendika.

Rusmawanti, S., & Wardani, D. K. (2015). Pengaruh Pemahaman Pajak, Sanksi Pajak dan Sensus Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi Yang Memiliki Usaha.

Jurnal Akuntansi Volume 3 Nomor 2.

S. F, S. (2013). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Medan Timur. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera.

Tiearya, I. R. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba Sebagai Respon Atas Perubahan Tarif Pajak Penghasilan Badan 2008 di Indonesia. Semarang: Universitas Diponegoro.

Wijayanto, G. J. (2016). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Prosedur Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Memenuhi Kewajiban Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB P2) di Kota Magelang Tahun 2015. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Wijayanto, G. J. (2016). PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN PEMAHAMAN PROSEDUR PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM MEMENUHI KEWAJIBAN PAJAK BUMI DAN BANGUNAN PERDESAAN DAN

PERKOTAAN (PBB P2) DI KOTA MAGELANG TAHUN 2015. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Yogatama, A. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi di Wilayah KPP Pratama Semarang Candisari). Semarang.

Yunita, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Melaksanakan Kewajiban Perpajakan Oleh Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas UMKM di Kota Pekanbaru, Vol. 4 No. 1.