

Pengaruh Kesadaran, Pemahaman Dan Sanksi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di Kota Bekasi Tahun 2024

Victor Yudistira Antoro ¹, Hartono ^{2*}

^{1,2} Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

¹ victoryyudistira1991@gmail.com, ² hartono@stiami.ac.id

* Corresponding author

ARTICLE INFO

Keywords

Taxpayer Awareness;
Understanding;
Tax Sanctions and Taxpayer;
Compliance Advertisements.

ABSTRACT

Billboard Tax Compliance refers to the level of awareness, adherence, and compliance of individuals or business entities with tax obligations related to billboard installation in accordance with applicable regulations. Billboard tax is levied on advertising activities, typically including the placement of advertisements or promotional media in public spaces. The aim of this study is to analyze and measure the influence of taxpayer awareness, understanding, and sanctions on billboard tax compliance in the city of Bekasi. The research adopts a quantitative approach using a survey method with a simple random sampling technique. Data were collected from 100 respondents through questionnaires. Data analysis was performed using SPSS version 25.0. This study examines the relationship between independent variables (Awareness, Understanding, and Sanctions) and the dependent variable (Compliance) through hypothesis testing. The analysis prerequisites involve multiple linear regression to determine the degree of correlation (simultaneous) between two or more independent variables (X) and the dependent variable (Y). The findings of this study demonstrate a significant positive influence of taxpayer awareness, understanding, and sanctions on billboard tax compliance in Bekasi, both partially and simultaneously. Partial Analysis: Awareness (X1) has a significant positive effect on Compliance (Y) with a t-value of 1.890, which is less than the critical t-value (t-table, df=97) of 1.985. Understanding (X2) also has a significant positive effect on Compliance (Y), with a t-value of 1.090, which is less than the critical t-value (t-table, df=97) of 1.985. Sanctions (X3) have a significant positive effect on Compliance (Y), with a t-value of 0.770, which is less than the critical t-value (t-table, df=97) of 1.090. Simultaneous Analysis: It is concluded that Awareness (X1), Understanding (X2), and Sanctions (X3) collectively influence Compliance (Y) since the significance value is 0.00, which is less than 0.05, and the calculated F-value (F-Calculated) is 5069.186, which is greater than the critical F-value (F-Table) of 3.09.

PENDAHULUAN

Pajak adalah salah satu sumber pendapatan utama negara yang digunakan untuk membiayai berbagai program pembangunan, pelayanan publik, dan kebutuhan negara lainnya. Keputusan wajib pajak merujuk pada peraturan atau ketentuan yang mewajibkan setiap individu maupun badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu untuk membayar pajak sesuai ketentuan yang berlaku. Pemahaman yang baik tentang keputusan wajib pajak sangat penting untuk menciptakan kesadaran dan kepatuhan dalam menjalankan kewajiban tersebut. Menurut data dari Kementerian Keuangan RI Direktorat Jenderal Perbendaharaan bahwa kinerja APBN 2023 jauh lebih baik dari yang sudah didesain dan diperkirakan atau ahead the curve, artinya mampu menyehatkan APBN sendiri, dan pada saat yang bersamaan mampu menyehatkan ekonomi dan melindungi masyarakat. Mulai dari pendapatan negara mencapai 112,64 persen dari target APBN 2023, belanja negara yang tumbuh 0,83 persen (yoy), hingga keseimbangan primer yang bernilai positif setelah surplus terakhir di tahun 2011. Pajak reklame merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang signifikan dalam menopang pembangunan di berbagai wilayah Indonesia. Pajak ini dikenakan atas penyelenggaraan reklame, baik dalam bentuk visual, audio, maupun kombinasi keduanya, yang bertujuan untuk mempromosikan produk, layanan, atau pesan tertentu kepada masyarakat. Namun, meskipun pajak reklame memiliki potensi besar sebagai sumber penerimaan daerah, kesadaran masyarakat terhadap kepatuhan membayar pajak

reklame masih perlu ditingkatkan.

Tabel 1.1
Rekapitulasi Target dan Realisasi Penerimaan Pendapatan Pajak Reklame Kota Bekasi Tahun 2022-2024

TAHUN	Target Penerimaan Pajak (Rp)	Realisasi Penerimaan Pajak (Rp)	Persentase Penerimaan Pajak (%)
2020	46.700.000.000,00	63.304.686.910,00	136%
2021	63.271.044.786,00	66.492.734.480,00	105%
2022	74.534.522.738,00	73.363.634.362,00	98%
2023	87.181.000.000,00	72.907.672.387,00	84%
Sept-2024	78.376.184.629,00	56.289.244.997,00	72%

Sumber: Simpatda Kota Bekasi (2024)

Tabel 1.1, menunjukkan realisasi pendapatan daerah dari sektor pajak reklame mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan di tahun 2020 sedangkan tidak mencapai target pada tahun 2023, sedangkan di tahun 2024 tidak dihitung sebagai penurunan karena perhitungannya hingga bulan September. Sedangkan pada table 1.2 tentang jumlah Surat Ketetapan Pajak Daerah Pajak Reklame dari tahun 2019 hingga 2023 terjadi peningkatan di tahun 2022 dengan total 13.736. Tingkat kepatuhan terhadap pajak reklame dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya pengetahuan masyarakat tentang Peraturan Pajak. Banyak masyarakat, khususnya pelaku usaha, yang belum memahami secara rinci tentang kewajiban membayar pajak reklame. Kurangnya sosialisasi dan edukasi dari pihak pemerintah daerah menyebabkan kebingungan tentang jenis reklame yang dikenakan pajak dan prosedur pembayarannya. Tingkat kesadaran hukum masyarakat juga berperan penting. Sebagian besar wajib pajak reklame mungkin tidak menyadari bahwa pemasangan reklame tanpa membayar pajak adalah pelanggaran hukum yang dapat dikenakan sanksi. Lemahnya pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelanggaran pemasangan reklame tanpa izin atau tanpa membayar pajak juga menjadi salah satu alasan mengapa banyak pihak yang tidak mematuhi kewajiban pajak ini. Untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat terhadap pajak reklame, diperlukan beberapa langkah konkret yang dapat dilakukan oleh pemerintah daerah. Salah satu cara paling efektif untuk meningkatkan kesadaran adalah dengan melakukan sosialisasi secara luas mengenai pentingnya membayar pajak reklame. Kampanye publik melalui media massa, seminar, dan pelatihan dapat membantu masyarakat memahami peraturan yang berlaku. Ketika kesadaran dan kepatuhan terhadap pajak reklame meningkat, berbagai dampak positif dapat dirasakan, baik oleh pemerintah daerah maupun masyarakat luas. Beberapa di antaranya adalah peningkatan kepatuhan pajak reklame akan langsung berdampak pada peningkatan pendapatan asli daerah yang bisa digunakan untuk berbagai program pembangunan, seperti perbaikan infrastruktur, layanan kesehatan, dan pendidikan. Fenomena yang terjadi dari pengaruh kesadaran, pemahaman, dan sanksi terhadap kepatuhan wajib pajak reklame adalah kesadaran wajib pajak berkaitan dengan pemahaman bahwa membayar pajak adalah kewajiban sebagai bagian dari kontribusi terhadap pembangunan negara.

Fenomena umum yang terjadi adalah kurangnya informasi. Ketidapahaman sering muncul karena minimnya informasi atau sosialisasi dari otoritas pajak. Kompleksitas aturan, jika aturan perpajakan terlalu rumit, wajib pajak cenderung bingung dan akhirnya mengabaikan kewajibannya. Peran pihak ketiga. Dalam banyak kasus, pengelolaan reklame sering dilakukan oleh pihak ketiga (vendor reklame), sehingga pemilik reklame mungkin tidak sepenuhnya memahami kewajiban perpajakan mereka. Sanksi adalah upaya untuk memberikan efek jera kepada wajib pajak yang tidak patuh. Pengaruh sanksi terhadap kepatuhan sering kali bersifat psikologis dan hukum: Jenis Sanksi dapat berupa denda administratif, pembongkaran reklame ilegal, hingga tuntutan pidana. Fenomena secara umum biasanya adalah kurangnya pengawasan. Jika otoritas pajak tidak aktif dalam memantau dan menegakkan sanksi, maka pelanggaran pajak reklame cenderung meningkat. Korupsi atau

kompromi, dalam beberapa kasus, pemberlakuan sanksi tidak berjalan efektif karena adanya kompromi atau praktik tidak etis antara wajib pajak dan petugas.

KAJIAN LITERATUR

Pajak adalah kontribusi wajib yang dibayarkan oleh individu atau badan hukum kepada negara berdasarkan undang-undang, tanpa imbalan langsung yang dirasakan, yang digunakan untuk membiayai kebutuhan publik dan pembangunan negara. Pajak bersifat memaksa, artinya setiap orang atau entitas yang memenuhi syarat harus membayarnya, dan hasilnya digunakan untuk kepentingan bersama. Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan), tanpa mendapat jasa timbal balik secara langsung. Pajak dipergunakan untuk membiayai penyelenggaraan negara dan kesejahteraan umum (Rochmat Soemitro, 2011). Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, yang merupakan perbaruan dari Undang-Undang KUP: Pajak diartikan 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. Definisi ini menekankan bahwa pajak adalah kewajiban hukum yang mengikat dan ditujukan untuk kesejahteraan publik, mendukung pembangunan nasional, dan memenuhi kebutuhan umum.

Menurut Waluyo (2017). Pajak adalah kontribusi wajib dari wajib pajak kepada negara berdasarkan undang-undang, yang tidak mendapat imbalan langsung, dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Waluyo menekankan bahwa pajak bersifat memaksa dan harus dibayar oleh wajib pajak sesuai ketentuan yang berlaku. Selain itu, pajak tidak memberikan balasan langsung kepada individu yang membayar, tetapi manfaatnya kembali ke masyarakat dalam bentuk program pemerintah. Kesadaran adalah kondisi mental yang memungkinkan seseorang untuk memahami, mengenali, dan merespons lingkungan, serta dirinya sendiri. Istilah ini sering digunakan dalam berbagai disiplin ilmu, seperti psikologi, filsafat, dan sosiologi, dan memiliki definisi yang beragam. Menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2020 tentang Ketentuan Umum Pajak dan Retribusi Daerah (yang mengacu pada kesadaran dalam konteks hukum perpajakan): Dalam konteks hukum perpajakan, kesadaran pajak didefinisikan sebagai kesadaran individu atau badan hukum dalam memenuhi kewajiban pajak secara mandiri dan sukarela. Kesadaran ini mengacu pada pemahaman dan tanggung jawab seseorang terhadap peraturan perpajakan yang berlaku, dan melibatkan pemahaman mengenai manfaat pajak bagi masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara, penyebaran kuesioner dan studi (Sugiyono, 2017).

Menurut (Sugiyono, 2020) populasi adalah sekelompok konsumen yang mempunyai karakteristik tertentu. Dengan demikian, peneliti harus membuat sebuah perwakilan populasi yang disebut sebagai sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat sebagai wajib pajak yang berkunjung ke kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Bekasi. Menurut (Sujarweni, 2019). Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun kriteria populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak yang berkunjung ke kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Bekasi sebanyak 133 orang.

Menurut Sugiyono dalam (Sujarweni, 2019). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi. Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap

unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *simple random sampling*, menurut Sugiyono (2017) *Simple Random Sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data kuantitatif. Menurut Kuncoro (2013). Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka), yang dapat dibedakan menjadi data interval dan data rasio.

2. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survei, yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan pernyataan kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2020). Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung untuk kemudian diisi oleh responden (Wajib Pajak).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kesadaran (X1) Terhadap Kepatuhan (Y).

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi, pengaruh Kesadaran terhadap Kepatuhan terlihat pada hasil kuesioner yang semua pernyataannya dinyatakan valid. Dapat dilihat dari uji validitas bahwa $r_{Hitung} > t_{Hitung}$. Sedangkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Kesadaran (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepatuhan (Y). Ini menggambarkan bahwa semakin tinggi budaya kesadaran yang dimiliki wajib pajak maka akan semakin tinggi pula kepatuhan untuk membayar pajak. Dapat dilihat dari $t_{Hitung} > t_{Tabel}$ atau $sig. 0.00 > 0.05$. (Pengaruh dari Kesadaran (X1) terhadap Kepatuhan (Y) secara parsial dan signifikan dengan t_{hitung} sebesar 1,890 ($t_{hitung} < t_{tabel} (df=97) = 1,985$).

2. Pengaruh Pemahaman (X2) Terhadap Kepatuhan (Y).

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi, pengaruh Pemahaman terhadap Kepatuhan terlihat pada hasil kuesioner yang semua pernyataannya dinyatakan valid. Dapat dilihat dari uji validitas bahwa $r_{Hitung} > t_{Hitung}$. Sedangkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Pemahaman (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepatuhan (Y). Ini menggambarkan bahwa semakin tinggi budaya kesadaran yang dimiliki wajib pajak maka akan semakin tinggi pula kepatuhan untuk membayar pajak. Dapat dilihat dari $t_{Hitung} > t_{Tabel}$ atau $sig. 0.00 > 0.05$. (Pengaruh dari Pemahaman (X2) terhadap Kepatuhan (Y) secara parsial dan signifikan dengan t_{hitung} sebesar 1,090 ($t_{hitung} < t_{tabel} (df=97) = 1,985$).

3. Pengaruh Sanksi (X3) Terhadap Kepatuhan (Y).

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi, pengaruh Sanksi terhadap Kepatuhan, dari 9 item pernyataan hanya satu yang tidak valid atau drop yaitu pernyataan Melaksanakan kewajiban dengan sukarela mencerminkan sikap tanggung jawab yang dapat meningkatkan Tingkat kepatuhan di kalangan wajib pajak. Selebihnya pada hasil kuesioner dinyatakan valid. Dapat dilihat dari uji validitas bahwa $r_{Hitung} > t_{Hitung}$.

Sedangkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Sanksi (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepatuhan (Y). Ini menggambarkan bahwa semakin besar sanksi yang diberikan pada wajib pajak yang lalai maka akan semakin besar pula kepatuhan untuk membayar pajak. Dapat dilihat dari $t_{Hitung} > t_{Tabel}$ atau $sig. 0.00 > 0.05$. (Pengaruh dari Sanksi (X3) terhadap Kepatuhan (Y) secara parsial dan signifikan dengan t_{hitung} sebesar 0,770 ($t_{hitung} < t_{tabel} (df=97) = 1,090$).

4. Pengaruh Kesadaran (X1), Pemahaman (X2) dan Sanksi (X3) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Kepatuhan(Y).

Dapat dilihat juga dari pengolahan data yang telah dilakukan bahwa variable variable kesadaran, pemahaman dan sanksi berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karena nilai sig sebesar $0.00 < 0.05$ dan nilai F Hitung $5069.186 >$ dari nilai F Tabel yaitu 3.09.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Untuk Tingkat hubungan (Koefisien Koralasi) Kesadaran (X1), Pemahaman (X2) dan Sanksi (X3) terhadap Kepatuhan (X3) diperoleh nilai R sebesar 0.897 atau 89% yang dapat diartikan terdapat hubunganyang sangat kuat.
2. Untuk pengaruh variabel Kesadaran (X1) secara parsial terhadap Keputusan (Y), diperoleh nilai (tHitung) sebesar 1.890. Artinya berpengaruh positif dan signifikan karena lebih kecil dari 1,985 (tTabel).
3. Untuk pengaruh variabel Pemahaman (X2) secara parsial terhadap Keputusan (Y), diperoleh nilai (tHitung) sebesar 1,090. Artinya berpengaruh positif dan signifikan karena lebih kecil dari 1,985 (tTabel).
4. Untuk pengaruh variabel Sanksi (X3) secara parsial terhadap Keputusan (Y), diperoleh nilai (tHitung) sebesar 0,770. Artinya berpengaruh positif dan signifikan karena lebih kecil dari 1,985 (tTabel).
5. Untuk pengaruh secara simultan (Bersama) variable Kesadaran (X1), Pemahaman (X2) dan Sanksi (X3) terhadap Keputusan (Y) mempunyai pengaruh positif dan signifikan karena nilai sig sebesar $0.00 < 0.05$ dan nilai F Hitung $5069.186 >$ dari nilai F Tabel yaitu 3.09.
6. Besarnya pengaruh Kesadaran (X1), Pemahaman (X2) dan Sanksi (X3) terhadap Kepatuhan (Y) adalah 0.804 atau 80% sedangkan sisanya sebesar 20% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Saran

Terdapat beberapa saran dalam penelitian ini yang akan dikemukakan terkait dengan judul penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk Tingkat hubungan (Koefisien Koralasi) Kesadaran (X1), Pemahaman (X2) dan Sanksi (X3) terhadap Kepatuhan (X3) yaitu sebesar 89% atau terdapat hubungan yang sangat kuat. Hal ini perlu dipertahankan.
2. Untuk pengaruh variabel Kesadaran (X1) secara parsial terhadap Keputusan (Y), diperoleh nilai (tHitung) sebesar 1.890. Artinya berpengaruh positif dan signifikan karena lebih kecil dari 1,985 (tTabel). Pernyataan item 4 pada kuesioner variable Kesadaran (X1) mempunyai nilai yang paling tinggi, artinya wajib pajak sebenarnya telah menyadari bahwa pajak berperan sebagai sumber pendapatan terbesar bagi Negara. Untuk itu maka Bapenda Kota Bekasi agar melakukan edukasi pajak sejak dini, memberikan insentif dan penghargaan.
3. Untuk pengaruh variabel Pemahaman (X2) secara parsial terhadap Keputusan (Y), diperoleh nilai (tHitung) sebesar 1,090. Artinya berpengaruh positif dan signifikan karena lebih kecil dari 1,985 (tTabel). Pernyataan item 3 pada kuesioner variable Pemahaman (X2) mempunyai nilai yang paling tinggi, yaitu wajib pajak memahami akan hak-hak perpajakan dan memberikan perlindungan bagi wajib pajak. Untuk itu, Bapenda Kota Bekasi agar lebih meningkatkan kepatuhan pajak secara suka rela dengan penekanan rasa aman dalam membayar pajak.
4. Untuk pengaruh variabel Sanksi (X3) secara parsial terhadap Keputusan (Y), diperoleh nilai (tHitung) sebesar 0,770. Artinya berpengaruh positif dan signifikan karena lebih kecil dari 1,985 (tTabel). Pernyataan item 5 pada kuesioner variable Sanksi (X3) mempunyai nilai yang paling tinggi, yaitu sanksi yang dikenakan terhadap wajib pajak sebaiknya seimbang agar dapat menjamin

keadilan seluruh wajib pajak. Untuk itu, Bapenda Kota Bekasi agar tidak terbang pilih terhadap wajib pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: RinekaCipta. 2019
- Erly Suandy. 2016. Perencanaan Pajak, Edisi 6. Jakarta: Penerbit SalembaEmpat
- Gardina, Trisia dan Haryanto Dedy. 2016. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak. Modus, Vol 18, No.1, hh 10- 28.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- James, & Nobes. (1997). The Economics of Taxation: Principles, Policy and Practice (6th ed.). Prentice Hall.
- Khairani, dkk. (2019). Studi Meta-Analisis pengaruh Video Pembelajaran terhadap hasil belajar siswa. Jurnal BIOLOKUS. 2(1): halaman 158- 166.
- Kuncoro, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Penerbit, Erlangga, Jakarta
- Mardiasmo. (2018). Perpajakan Edisi Terbaru. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Nurmantu, Safri (2014) Pengantar Perpajakan, Edisi Revisi, Jakarta, Granit
- Purba et al. 2021. The Effect of Cash Turnover and Accounts Receivable Turnover on Return On Asset. Indonesian College of Economics. STEI. Jakarta
- Rahayu, Siti Kurnia (2015) Perpajakan : Konsep Teori dan Isu. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rahayu, Siti Kurnia (2017), Perpajakan Indonesia: Konsep & Aspek Formal, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Resmi, Siti. 2019, Perpajakan: Teori dan Kasus, Jakarta, Salemba Empat
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kombinasi Mixed Met Cetak Bandung: Alfabeta. 2020
- Sujarweni, V. Wiratna. SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019
- Sukardji. 2014. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) : PT. Grafindo Persada.
- Sumarsan, Thomas. (2017). Perpajakan Indonesia Edisi Kelima. Jakarta: Indeks
- Waluyo. 2017. Perpajakan Indonesia edisi 12 buku 1. Jakarta: Salemba Empat.