

**PENGARUH LITERASI PERPAJAKAN, KESADARAN PAJAK,
SOSIALISASI PERPAJAKAN, DIGITALISASI LAYANAN PAJAK DAN
PEMANFAATAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* TERHADAP KEPATUHAN
WAJIB PAJAK UMKM**

TESIS



Diajukan Oleh

Praptomaningsih

22919021

**PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2025

**PENGARUH LITERASI PERPAJAKAN, KESADARAN PAJAK,
SOSIALISASI PERPAJAKAN, DIGITALISASI LAYANAN PAJAK DAN
PEMANFAATAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* TERHADAP KEPATUHAN
WAJIB PAJAK UMKM**

TESIS

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat
Magister Strata 2 Program Studi Magister Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Islam Indonesia



Oleh:

Nama : Praptomaningsih

No. Mahasiswa : 22919021

**PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman /sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 25 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Praptomaningsih

HALAMAN PERSETUJUAN

TESIS

PENGARUH LITERASI PERPAJAKAN, KESADARAN PAJAK, SOSIALISASI
PERPAJAKAN, DIGITALISASI LAYANAN PAJAK DAN PEMANFAATAN
FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM

Oleh :

Praptomaningsih

NIM 22919021

Telah disetujui dengan baik oleh:

Yogyakarta, Oktober 2025

Dosen Pembimbing



Ayu Chairina Laksmi, S.E., M.App.Com., M.Res., Ph.D., Ak., CA

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Kamis tanggal 2 Oktober 2025 Program Studi Akuntansi Program Magister, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tesis yang disusun oleh :

PRAPTOMANINGSIH

No. Mhs. : 22919021

Konsentrasi : Perpajakan

Dengan Judul:

PENGARUH LITERASI PERPAJAKAN, KESADARAN PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN, DIGITALISASI LAYANAN PAJAK DAN PEMANFAATAN FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM

Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji,
maka tesis tersebut dinyatakan **LULUS**



Penguji I

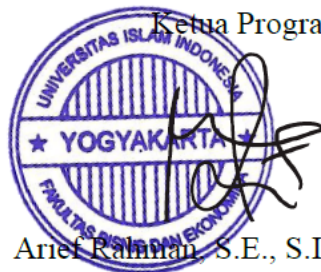
Ayu Chairina Laksmi, SE., M.AppCom., M.Res., Ph.D., Ak., CA.

Penguji II

Dra. Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D.

Mengetahui

Ketua Program Studi,



Arief Rahman, S.E., S.I.P., M.Com., Ph.D.

HALAMAN PENGESAHAN



Yogyakarta, 17 Oktober 2025

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Chairina', is written over a horizontal line.

Ayu Chairina Laksmi, S.E., M.App.Com., M.Res., Ph.D., Ak., CA

HALAMAN PESEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk keluarga tercinta (Suami, Putri kecilku, Bapak dan Emak). Terima kasih atas segala do'a , cinta, kasih sayang dan dukungan yang tak terhingga. Perjalanan ini memang tidak mudah, tapi berkat kalian semua terasa mudah.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr Wb.

Alhamdulillahirabbilalamin, puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan tugas akhir tesis yang berjudul "**Pengaruh Literasi Perpajakan, Kesadaran Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Digitalisasi Layanan Pajak dan Pemanfaatan *Financial Technology* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**" dapat selesai dengan baik. Penyusunan tesis ini tidak lepas dari doa, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Keluarga tercinta, suami, malaikat kecilku dan kedua orang tua yang selalu memberikan do'a, cinta, dan dukungan yang tak terhingga.
2. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., selaku rektor Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., C.FrA., Cert.IPSAS selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Drs. Dekar Urumsah, S.E., S.Si., M.Com(IS)., Ph.D., CFrA selaku Ketua Jurusan Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Arief Rahman, S.E., S.I.P., M.Com., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Akuntansi Universitas Islam Indonesia.

6. Ibu Ayu Chairina Laksmi, S.E., M.App.Com., M.Res., Ph.D., Ak., CA selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan banyak: ilmu, masukan, dan motivasi dengan penuh kesabaran kepada penulis selama proses penyusunan penelitian ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Jurusan Magister Akuntansi, yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
8. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
9. Teman-teman seperjuangan, Magister Akuntansi Angkatan 25 yang senantiasa saling memberikan dukungan dan semangat
10. Serta segenap pihak yang tidak dapat disebut satu per satu, yang telah memberikan doa, bantuan dan motivasi.

Penulis menyadari dalam penyusunan tesis ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran guna menyempurnakan tesis ini. Penulis berharap tesis ini dapat memberikan kontribusi pemikiran dan memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 25 Agustus 2025


Praptomaningsih

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
BERITA ACARA UJIAN TESIS	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7

1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	10
2.1.2 Teori Atribusi	12
2.1.3 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	13
2.1.4 <i>Financial Technology</i>	18
2.1.5 <i>Payment Gateway</i>	24
2.1.6 Literasi Pajak.....	25
2.1.7 Kesadaran Pajak	27
2.1.8 Sosialisasi Perpajakan	28
2.1.9 Digitalisasi Layanan Pajak	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Hipotesis Penelitian	47
2.3.1 Literasi Pajak.....	47
2.3.2 Kesadaran Pajak	48

2.3.3 Sosialisai Perpajakan.....	50
2.3.4 Digitalisasi Layanan Pajak.....	51
2.3.5 <i>Financial Technology Payment Gateway</i>	52
2.4 Kerangka Model Penelitian	54

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	56
3.2 Populasi dan Sampel.....	56
3.3 Definisi Operasional Variabel	58
3.3.1 Literasi Perpajakan.....	58
3.3.2 Kesadaran Pajak	59
3.3.3 Sosialisai Perpajakan.....	60
3.3.4 Digitalisasi Layanan Pajak	61
3.3.5 <i>Financial Technology Payment Gateway</i>	62
3.3.6 Kepatuhan Wajib Pajak.....	64
3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	65
3.4.1 Sumber Data.....	65
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	65

3.5 Teknik Analisis Data	66
3.5.1 Alat Analisis Data	66
3.5.2 Model Pengukuran	66
3.5.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	68
3.5.4 Model Struktural	68
3.5.5 Uji hipotesis	70

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi responden	71
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	75
4.3 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	77
4.4 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	82
4.5 Uji Hipotesis	85
4.6 Pembahasan	88

BAB V PEBUTUP

5.1 Kesimpulan	96
5.3 Implikasi	97
5.3 Keterbatasan Penelitian	98

5.4 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Model Penelitian.....	55
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penerimaan Negara Tahun 2019 – 2023	1
Tabel 1.2 Data UMKM Tahun 2018 - 2023.....	2
Tabel 1.3 Jumlah Wajib Pajak UMKM yang Melakukan Pembayaran Pajak	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Indikator Variabel Literasi Pajak	58
Tabel 3.2 Indikator Variabel Kesadaran Pajak	59
Tabel 3.3 Indikator Variabel Sosialisasi Perpajakan.....	60
Tabel 3.4 Indikator Variabel Digitalisasi Layanan Pajak	62
Tabel 3.5 Indikator Variabel Pemanfaatan Financial Technology Payment Gateway	63
Tabel 3.6 Indikator Variabel Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	64
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Owner UMKM	71
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia Owner UMKM.....	72
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Owner UMKM.....	72
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	73
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Lama Beroperasi	74
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	74

Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	75
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Outer Loading</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Awal... 77	
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Outer Loading</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Akhir.. 79	
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i> ... 81	
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	82
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>R-Square (R²)</i> atau Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas (VIF).....	85
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis (Hubungan Antar Konstruk).....	86

ABSTRAK

Kepatuhan wajib pajak merupakan ketaatan individu dalam menjalankan hak dan kewajiban perpajakannya sesuai dengan aturan yang berlaku di suatu wilayah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi perpajakan, kesadaran pajak, sosialisasi perpajakan, digitalisasi layanan pajak dan pemanfaatan *financial technology* terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM DIY serta memiliki NPWP, sedangkan sampel dalam ini berjumlah 123 UMKM. Alat analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan uji statistik *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi perpajakan, kesadaran pajak, digitalisasi layanan pajak dan pemanfaatan *financial technology payment gateway* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, sedangkan sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Kata kunci : literasi perpajakan, kesadaran pajak, sosialisasi perpajakan, digitalisasi layanan pajak dan pemanfaatan *financial technology, payment gateway*, kepatuhan wajib pajak, UMKM

ABSTRACT

Taxpayer compliance is an individual's obedience in carrying out their tax rights and obligations in accordance with applicable regulations in a region. This study aims to determine the effect of tax literacy, tax awareness, tax socialization, digitalization of tax services and the use of financial technology on taxpayer compliance of micro, small and medium enterprises (MSMEs). The population in this study were MSMEs registered with the DIY Cooperative and MSME Office and had a Taxpayer Identification Number (NPWP), while the sample in this study amounted to 123 MSMEs. The data analysis tool in this study used the Structural Equation Model (SEM) statistical test approach using the Partial Least Square (PLS) method with the help of SmartPLS 4.0. The results of the study indicate that tax literacy, tax awareness, digitalization of tax services and the use of financial technology payment gateways have a positive and significant effect on taxpayer compliance of MSMEs, while tax socialization has no effect on taxpayer compliance of MSMEs.

Keywords: tax literacy, tax awareness, tax socialization, digitalization of tax services and utilization of financial technology, payment gateway, taxpayer compliance, MSMEs

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu sumber pendapatan pemerintah yang berasal dari iuran masyarakat yang digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah dan pembangunan adalah pajak. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan disebutkan bahwa pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh 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. Jika melihat definisi tersebut maka salah satu fungsi pajak adalah fungsi penerimaan (*budgetair*). Hal ini bermakna bahwa pajak merupakan sumber utama bagi negara untuk mendanai Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara, adapun penerimaan diuraikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Penerimaan Negara Tahun 2019 – 2023 (milyar rupiah)

Tahun	Penerimaan Pajak	Penerimaan Bukan Pajak	Jumlah	Prosentase Penerimaan Pajak
2019	1.546.141,9	408.994,3	1.955.136,2	79 %
2020	1.285.136,32	343.814,21	1.628.950,53	79 %
2021	1.547.841,1	458.493	2.006.334	77 %
2022	2.034.552,5	595.594,5	2.630.147	77%
2023	2.118.348	515.800,9	2.634.148,9	83%

Sumber: bps.go.id

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan sumber penerimaan terbesar bagi negara. Pemerintah dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak terus berupaya untuk memaksimalkan penerimaan pajak mengingat akan besarnya peranan pajak untuk menggerakkan roda pemerintah dan pembangunan sehingga tentu saja hal ini harus didukung oleh peran serta Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Salah satu sektor yang menjadi perhatian Direktorat Jenderal Pajak terkait kepatuhan pajak adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah karena sektor ini belum mencapai tingkat kepatuhan yang diharapkan dan belum mendorong efisiensi perpajakan. Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, seperti tersaji dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.2
Data UMKM Tahun 2018 – 2023

Tahun	Jumlah UMKM (Juta)	Pertumbuhan
2018	64,19	-
2019	65,47	1,99%
2020	64	-2,25%
2021	65,46	2,28%
2022	66	0,83%
2023	67	1,52%

Sumber: Kadin.id

Besarnya jumlah peningkatan UMKM tentunya dapat dimanfaatkan sebagai sumber yang potensial untuk penerimaan pajak. Namun, peningkatan jumlah UMKM

di Indonesia belum selaras dengan kontribusinya terhadap penerimaan pajak yang dapat dikatakan masih tergolong rendah. Salah satunya dapat terlihat pada penerimaan pajak dari UMKM yang apabila dibandingkan dengan total realisasi penerimaan pajak yang didapatkan setiap tahunnya, maka jumlah pajak yang berasal dari kontribusi UMKM masih sangat sedikit. Adapun jumlah Wajib Pajak UMKM dalam pembayaran pajak tersaji dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.3
Jumlah Wajib Pajak UMKM yang Melakukan Pembayaran Pajak

Tahun	Jumlah WP Bayar	Jumlah Bayar (Rp)
2020	8.164	20.062.142.691
2021	5.680	14.592.470.126
2022	5.614	18.237.761.732
2023	3.564	17.157.530.794

Sumber: KPP Pratama

PPh atau Pajak Penghasilan merupakan pengenaan pajak kepada wajib pajak orang pribadi maupun badan atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam satu tahun pajak. Sumber penerimaan PPh berasal dari banyak sektor salah satunya berasal dari sektor UMKM yang dikenakan PPh Final. Hingga tahun 2021, Kemenkop UMKM telah mencatat 64,2 juta pelaku UMKM di seluruh Indonesia dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 Triliun (Rivai, 2022). Namun dari 64,2 juta pelaku UMKM tersebut, hanya 2,3 juta

UMKM yang telah memiliki NPWP. Bahkan dari UMKM yang telah memiliki NPWP tersebut, tidak semua dari mereka yang rutin membayar pajak (Nurhidayah, 2021).

Pada 2021, Kementerian Koperasi dan UKM juga menilai jika kontribusi UMKM terhadap pembayaran pajak masih perlu diperbesar. Deputi Bidang Usaha Kecil dan Menengah Kementerian Koperasi dan UKM Hanung Harimba Rochman mengatakan kontribusi UMKM terhadap domestik bruto (PDB) memang tercatat lebih dari 60%, tetapi setoran pajaknya masih tergolong sangat kecil (Tommy, 2021).

Penerimaan pajak dari kontribusi UMKM terhadap PDB yang sebesar 60% hanya sebesar Rp 2 triliun. Beberapa aspek yang menyebabkan pembayaran pajak dari UMKM tergolong rendah salah satunya adalah banyaknya UMKM yang masih belum bisa menyusun laporan keuangan sehingga tidak bisa menyusun laporan keuangan dan akhirnya tidak bisa melaksanakan kewajiban pajaknya dengan baik (Tommy, 2021).

Dari yang telah disebutkan di atas, kita dapat menarik kesimpulan jika UMKM di Indonesia masihlah rendah tingkat kesadaran pajaknya. Pada 2020 hanya terdapat 2 juta UMKM yang terdaftar sebagai wajib pajak, sedangkan banyaknya UMKM di Indonesia terdapat 60 Juta. Kontribusi UMKM terhadap pajak pada 2021 tergolong sangat kecil. Hanya Rp 2 triliun, padahal kontribusinya terhadap PDB sebesar 60% (Tommy, 2021).

Upaya meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak tidaklah mudah untuk dilakukan walaupun sistem perpajakan di Indonesia telah menganut *self-assessment system* yaitu sebuah sistem yang mengharuskan Wajib Pajak untuk mendaftar, menghitung, membayar serta melaporkan sendiri jumlah pajak terutang yang menjadi kewajiban

mereka (Supadmi, 2019). Kepatuhan pajak merupakan masalah yang meluas dan terus-menerus terjadi di banyak negara berkembang (Abdu & Adem, 2023). Salah satu penyebab rendahnya kepatuhan Wajib Pajak adalah rendahnya literasi masyarakat di bidang perpajakan. Menurut Saputro (2018) literasi berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam membaca informasi, memahami informasi dan menindaklanjuti informasi melalui suatu keputusan yang berguna dalam hidup. Maka dari itu, diperlukan cara-cara yang strategis dalam rangka peningkatan kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM, untuk mengatasi kendala tersebut dapat diupayakan dengan membekali pengetahuan pelaku UMKM mengenai pengetahuan perpajakan (Saputro, 2018).

Sosialisasi perpajakan merupakan suatu langkah yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak pada masyarakat melalui jajaran aparatnya untuk memberikan pengertian, informasi dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan Wajib Pajak pada khususnya, mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan peraturan perundang-undangan perpajakan (Pangestu & Iswara, 2022). Selain itu, cara untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak pelaku UMKM salah satunya dengan memanfaatkan teknologi.

Pemanfaatan teknologi yang dikembangkan oleh Direktorat Jenderal Pajak yaitu berkaitan dengan digitalisasi layanan pajak. DJP telah melakukan berbagai transformasi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pelayanan perpajakan. DJP memberikan layanan baru untuk memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya yaitu dengan layanan berbasis *online*. Menurut

Tambun dan Ananda (2022) digitalisasi layanan pajak dapat mempermudah wajib pajak untuk menghitung dan melaporkan pajaknya sendiri. Dengan demikian kepatuhan Wajib Pajak juga akan meningkat.

Perkembangan teknologi telah banyak mempengaruhi gaya hidup saat ini, seperti pengembangan bisnis berbasis teknologi. Hadirnya inovasi teknologi keuangan yang biasa disebut dengan “*fintech*” berasal dari perubahan gaya hidup masyarakat yang mana penyerapan teknologi informasi menjadi lebih cepat dan efisien. *Fintech* adalah inovasi di bidang jasa keuangan. *Fintech* diciptakan disebabkan adanya fenomena teknologi, di mana teknologi ini dapat mempermudah transaksi keuangan baik dari pembayaran dan mengajukan pinjaman dana. *Fintech* sudah menjadi salah satu inovasi terpenting dalam bidang keuangan global. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara masyarakat bertransaksi, tetapi juga berdampak signifikan pada penerimaan negara, khususnya dalam perpajakan dan efisiensi sistem keuangan. Menteri Keuangan Sri Mulyani menyatakan bahwa industri *fintech* adalah sasaran baru untuk penerimaan pajak. Untuk mengoptimalkan potensi ini, koordinasi dengan lembaga lain dilakukan untuk mengembangkan layanan keuangan berbasis teknologi digital secara maksimal (Raspati dkk., 2024).

Dalam penggunaannya, *fintech* memiliki beberapa klasifikasi diantaranya *crowdfunding*, *micro financing*, *peer to peer lending*, *market comparison*, dan *payment gateway*. Jenis layanan *fintech* yang sangat terkenal dan paling sering digunakan baik oleh masyarakat maupun pelaku bisnis yaitu *payment gateway*. Sampai hari ini penggunaan *fintech* semakin banyak ditemukan dalam aktivitas sehari-hari, namun

masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkannya dengan maksimal. Ketersediaan *financial technology* yang memadai dinilai mampu meningkatkan legislasi perpajakan karena akses informasi yang disediakan oleh teknologi ini dan kemudahan pembayaran *financial* (Akbar & Apollo, 2020). Penggunaan *fintech payment gateway* dapat meningkatkan kesadaran individu tentang kewajiban pajak dan konsekuensinya melalui informasi yang diberikan oleh *platform* atau aplikasi *fintech*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak?
2. Apakah kesadaran pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak?
3. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak?
4. Apakah digitalisasi layanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak?
5. Apakah *financial technology payment gateway* berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
3. Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
4. Untuk mengetahui pengaruh digitalisasi layanan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
5. Untuk mengetahui pengaruh *financial technology payment gateway* terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan akademisi dan menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya. memberikan bukti empiris pengaruh literasi perpajakan, kesadaran pajak, sosialisasi perpajakan, digitalisasi layanan pajak, dan *financial technology payment gateway* terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
2. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam membuat kebijakan maupun bahan evaluasi terkait dengan fenomena kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar pajak yang dipengaruhi

oleh literasi perpajakan, kesadaran pajak, sosialisasi perpajakan, digitalisasi layanan pajak, dan *financial technology payment gateway*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*. Dalam *Theory of Reasoned Action* diasumsikan bahwa perilaku seseorang berada dalam kendali individu itu sendiri untuk melakukan tindakan tersebut. *Theory of Planned Behavior* menambahkan konstruk yang bertujuan untuk mengatasi masalah serta kekurangan dalam TRA. *Theory of Planned Behavior* juga menguraikan bahwa niat seseorang dalam bertindak dapat memperkirakan terjadinya tindakan itu (Dian & Rinaldi, 2020). Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, Ajzen (1991), terdapat tiga faktor dasar yang memengaruhi niat berperilaku, yaitu: *Behavioral belief*, yang merupakan keyakinan mengenai dampak dari perilaku serta penilaian terhadap dampak tersebut. *Normative belief*, yaitu kepercayaan individu terhadap harapan normatif dari orang-orang di sekitarnya (seperti keluarga, teman, petugas pajak, konsultan pajak) yang mendorong individu untuk memenuhi harapan tersebut. *Control belief* adalah pandangan individu mengenai keberadaan faktor-faktor yang mendukung atau menghalangi perilakunya serta persepsi tentang seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap perilakunya (Saputra, 2019).

Theory of Planned Behaviour memiliki 3 faktor yang mempengaruhi niat individu untuk berperilaku, yaitu keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol perilaku. Penjelasan dari 3 faktor tersebut, sebagai berikut:

- a. Keyakinan sikap (*behavioral belief*) yaitu bentuk dari keyakinan individu terkait konsekuensi dari sikap yang diambil untuk melakukan suatu perilaku. Keyakinan sikap akan muncul ketika kita memprediksi suatu perilaku akan memberikan manfaat atau kerugian jika kita melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Sehingga keyakinan ini akan memperkuat sikap untuk berperilaku berdasarkan hasil evaluasi manfaat dan kerugian tersebut yang dapat memberikan keuntungan bagi pelakunya.
- b. Keyakinan normatif (*normative belief*) yaitu bentuk dari keyakinan individu yang berdasarkan harapan dari orang-orang disekitarnya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Artinya keyakinan tersebut didapat dari tekanan sosial yang dihadapi oleh individu di sekitarnya untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut.
- c. Keyakinan kontrol perilaku (*control belief*) yaitu suatu bentuk keyakinan dari individu terkait prediksi terhadap kuatnya peran dan ketersediaan sumber daya tersebut, apakah akan mendukung atau menghambat dalam mewujudkan perilaku tersebut. Kuatnya keyakinan individu terhadap peran dan ketersediaan sumber daya serta adanya kesempatan yang dimiliki untuk mewujudkan perilaku tersebut, maka akan menciptakan persepsi kontrol individu terhadap perilaku tersebut. Tingginya persepsi kontrol individu akan

mendorong dan terus berusaha meraih keberhasilan, karena adanya keyakinan terhadap sumber daya dan kesempatan yang dimiliki, sehingga dapat mengatasi kesulitan yang dihadapi.

Theory of Planned Behavior ini relevan untuk menguraikan tindakan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan motivasi yang mendasarinya. Faktor yang dapat mempengaruhi niat individu untuk patuh terhadap perpajakan, seperti konsekuensi dari sikap yang diambil untuk patuh terhadap pajak, tekanan sosial yang membuat individu untuk patuh terhadap perpajakan, dan kontrol perilaku yang menunjukkan kemudahan atau kesulitan untuk patuh terhadap pajak.

2.1.2 Teori Atribusi

Teori atribusi yang dikenalkan oleh Heider (1958) menjelaskan tentang penilaian kita terhadap penyebab perilaku orang lain. Proses atribusi ini yang akan digunakan untuk memahami alasan suatu peristiwa atau perilaku tersebut terjadi apakah dikarenakan situasional (keadaan eksternal) atau disposisional (karakteristik internal) (Hopper, 2018). Menurut Heider (1958), perilaku merupakan produk dari kapasitas dan motivasi. Kapasitas ini mengacu pada kemampuan individu dalam melakukan suatu perilaku tertentu apakah karena karakteristik yang melekat, serta lingkungan sekitar yang mendukung perilaku tersebut. Motivasi mengacu pada niat individu seperti seberapa banyak upaya yang

dusahakan individu tersebut. Sehingga kapasitas dan motivasi diperlukan agar perilaku tertentu terjadi (Hopper, 2018).

Teori atribusi mendefinisikan sebuah pemahaman akan reaksi seseorang terhadap peristiwa yang bisa dilihat dari lingkungan sekitar mereka, dengan cara mengetahui alasan mereka atas kejadian yang dialami. Teori atribusi juga terdapat perilaku yang berhubungan dengan sikap dan keistimewaan yang dimiliki oleh seseorang, maka dapat dikatakan bahwa hanya dengan melihat perilakunya dapat diketahui sikap atau karakteristik orang tersebut serta dapat juga mentafsir perilaku seseorang dalam menyikapi kondisi tertentu.

Teori atribusi ini relevan untuk menjelaskan kepatuhan wajib pajak bahwa untuk menentukan penyebab perilaku patuh atau tidaknya wajib pajak dalam membayar kewajiban dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal yang ada. Faktor internal berasal dari diri wajib pajak itu sendiri sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan sekitar mereka. Dalam penelitian ini variabel yang termasuk dalam faktor internal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah literasi perpajakan dan kesadaran perpajakan, faktor eksternal yaitu sosialisasi perpajakan.

2.1.3 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989) yang memodifikasi dari kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), intensitas (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior*

relationship) yang mengadopsi dari komponen - komponen *Theory of Reason Actioned* (TRA). Tujuan dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu untuk menerangkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi yang berbasis informasi secara umum. Di samping itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) mampu menjelaskan perilaku pengguna akhir terkait teknologi informasi dengan variasi yang beragam serta populasi pengguna yang dapat memberikan landasan untuk memahami pengaruh faktor eksternal terhadap dasar psikologis. *Technology Acceptance Model* (TAM) sering dipakai untuk menyelidiki cara individu mengadopsi teknologi baru dan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pemilihan, pengakuan, serta niat dalam menggunakan inovasi (Purwanto & Budman, 2020). Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) juga menyatakan bahwa niat untuk menggunakan teknologi tertentu menentukan kesediaan seseorang untuk mau menggunakan teknologi atau tidak (Tumsifu dkk., 2020).

Keyakinan *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah teori yang dapat menjadi landasan untuk mengembangkan penelitian empiris mengenai kesiapan dalam memanfaatkan teknologi baru. Hingga kini, teori *Technology Acceptance Model* (TAM) masih dianggap sebagai teori yang paling tepat untuk meramalkan minat dan kesiapan dalam mengadopsi suatu teknologi, hal ini disebabkan oleh *Technology Acceptance Model* (TAM) telah banyak digunakan dengan berbagai penelitian maupun yang telah diverifikasi oleh beberapa situasi, kondisi dan objek yang penelitian yang berbeda-beda untuk mengkaji perilaku penerimaan teknologi

individu dalam berbagai konstruksi sistem informasi (Setiawan & Sulistiowati, 2017). *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki kelebihan yang penting diantaranya, model ini adalah model yang parsimoni, yakni model yang *simple* namun sah. Oleh karena itu, hingga kini teori *Technology Acceptance Model* (TAM) tetap relevan untuk menggambarkan kesiapan pengguna dalam menggunakan teknologi informasi

Technology Acceptance Model (TAM) menyoroti elemen-elemen yang memengaruhi keinginan individu untuk mengadopsi teknologi baru. Model ini juga mengindikasikan bahwa adanya faktor-faktor tertentu dapat memengaruhi individu dalam membuat keputusan tentang bagaimana dan mengapa mereka ingin menggunakan teknologi baru tersebut. Beberapa faktor tersebut diantaranya *perceived usefulness* (PEU) dan *perceived ease of use* (PEO).

2.1.3.1 *Perceived Usefulness* (PEU)

Berdasarkan teori yang diajukan oleh Davis (1989), *perceived usefulness* adalah sejauh mana pemanfaatan suatu teknologi dipercaya dapat mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Menurut Purnamasari, dkk (2021) mengartikan bahwa kegunaan yang dirasakan adalah evaluasi dari harapan positif yang datang dari persepsi individu ketika menggunakan suatu aplikasi tertentu, yang mampu meningkatkan kinerja dan kualitas hidup seseorang serta memberikan keyakinan bahwa aplikasi tersebut dapat memperbaiki kinerjanya. Teori Davis (1989) juga mengemukakan beberapa indikator mengenai *perceived*

usefulness yaitu dapat mempercepat pekerjaan seseorang (*work more quickly*), mengembangkan prestasi kinerja (*improve job performance*), memberikan efektivitas (*effectiveness*), meningkatkan produktivitas (*increase productivity*), membuat pekerjaan seseorang menjadi lebih mudah (*makes job easier*) dan kegunaan (*useful*).

Berdasarkan beberapa definisi dan indikator di atas, dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa teknologi informasi dapat memperbaiki kinerjanya. Persepsi mengenai manfaat tersebut dapat membangun kepercayaan individu dalam memutuskan apakah pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan performa atau tidak. Asumsinya jika individu meyakini bahwa sistem itu dapat berguna atau bermanfaat, maka mereka akan memanfaatkannya. Namun, jika seseorang ragu akan kegunaan sistem tersebut, maka orang itu tidak akan memanfaatkannya (Alexander & Suhendry, 2024).

2.1.3.2 *Perceived Ease of Use (PEOU)*

Davis (1989) mendefinisikan bahwa *Perceived Ease of Use (PEOU)* merupakan suatu tingkatan dimana ketika seseorang meyakini bahwa suatu sistem informasi memberikan kemudahan dan tidak memerlukan usaha yang keras dari seseorang untuk dapat menggunakannya. Teori Davis (1989) yang telah dikembangkan juga memberikan persepsi bahwa kemudahan dalam penggunaan memiliki peranan yang lebih kompleks, hal ini disebabkan pada persepsi

kemudahan akses seseorang dalam memberikan penilaian terhadap kemudahan akses (*perceived ease of use*) dan kemudahan untuk dipelajari (*easy of learning*) dari suatu teknologi informasi (Farrasari & Amaliah, 2023).

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), faktor persepsi mengenai kemudahan dalam menggunakan teknologi serta pandangan terhadap kegunaan sebuah teknologi akan berkaitan dengan sikap individu terhadap pemakaian teknologi itu. Jika sikap terhadap penggunaan produk atau layanan baru adalah sikap suka atau tidak suka, maka sikap ini dapat digunakan untuk memperkirakan niat seseorang dalam menggunakan produk tersebut atau tidak menggunakannya (Farrasari & Amaliah, 2023).

Teori yang dikemukakan oleh Davis (1989) menyediakan sejumlah indikator terkait *perceived ease of use* seperti mudah dipahami atau dipelajari (*ease of learn*), mudah untuk dikendalikan (*controllable*), memiliki kejelasan dan dapat dimengerti (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi mahir (*easy to become skillful*) dan gampang digunakan (*ease to use*). Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *perceived ease of use* merupakan suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa dengan adanya teknologi atau sistem aplikasi yang mudah digunakan, mudah dimengerti, mudah dipelajari, dan dapat digunakan secara fleksibel maka seseorang akan menggunakan sistem tersebut.

Teori *Technology Acceptance Model* ini sangat relevan dalam menjelaskan penggunaan *financial technology*, model ini memberikan reaksi dan persepsi

pengguna teknologi informasi dalam mempengaruhi penggunaan aktual terhadap teknologi tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan layanan *financial technology* menjadikan tindakan atau perilaku seseorang sebagai alat ukur dalam penerimaan sebuah teknologi (Widasari, dkk., 2018). Keuntungan yang diperoleh ketika menggunakan layanan *financial technology*, meliputi: 1) Tidak memerlukan usaha yang besar dalam pengoperasiannya karena dengan layanan *fintech lending* bisa digunakan dimana saja; 2) Dalam menggunakan layanan *fintech lending* tidak terikat oleh tempat dan waktu karena layanan ini dapat dijalankan kapan pun dan dimanapun berada; 3) Berkas administrasi yang harus diserahkan oleh individu tidak terlalu ketat (Dewi, dkk., 2022).

2.1.4 *Financial Technology*

Financial technology merupakan sebuah sektor baru dalam bidang jasa keuangan yang menggabungkan teknologi yang digunakan dalam keuangan untuk memfasilitasi perusahaan, perdagangan, maupun melakukan interaksi atau memberikan jasa kepada penggunanya (Schueffel, 2018). Leong dan Sung (2018) mendefinisikan *fintech* sebagai *subyek cross-disciplinary* sebagai kombinasi dari *finance*, manajemen teknologi, dan manajemen inovasi untuk membuat proses atas jasa keuangan menjadi semakin efektif (Rahadi, 2020). Bank Indonesia mendefinisikan *fintech* sebagai teknologi yang dapat memberikan dampak baik

kepada stabilitas moneter, sistem keuangan, keandalan sistem pembayaran, efisiensi, kelancaran dan juga keamanan namun dapat mengganggu sistem keuangan di Indonesia jika tidak diantisipasi.

Perkembangan *fintech* sangat berhubungan erat dengan perkembangan teknologi. Menurut Leong dan Sung (2018), *fintech* dapat dibagi ke dalam tiga fase yakni *Fintech 1.0* yang ditandai dengan penemuan telegraf dan kabel translatik yang menjadi infrastruktur dasar perkembangan *fintech*; *Fintech 2.0* yang ditandai dengan perkembangan teknologi digital seperti SWIFT dan ATM; dan *Fintech 3.0* yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi keuangan (Rahadi, 2020).

Fintech merupakan inovasi dalam sistem layanan keuangan yang memberikan berbagai keuntungan, ada beberapa alasan dalam mendukung keberadaan *fintech*, yaitu sebagai berikut (Rahadi, 2020):

1. *Unblinding*: secara historis, lembaga keuangan berfungsi sebagai toko serba ada yang menyediakan kebutuhan keuangan nasabah. Semakin banyak kebutuhan nasabah yang dapat dilayani oleh perbankan, akan membuat nasabah menjadi nyaman.
2. Menciptakan produk dan layanan yang lebih baik dan lebih inovatif. *Startup fintech* memiliki peluang untuk menciptakan produk dan layanan yang lebih baik dari yang sudah ada sebelumnya.
3. Merubah pengalaman pelanggan menjadi lebih baik: lembaga keuangan tradisional perlu melakukan perubahan untuk mempertahankan nasabah loyal. Salah satunya dengan menggunakan *fintech* sebagai terobosan

baru dalam memberikan pelayanan. Belajar dari pengalaman nasabah terdahulu memberikan inovasi dalam penciptaan *fintech*.

4. Menawarkan harga yang lebih baik dibandingkan perbankan konvensional dan memberikan harga yang lebih menarik.
5. Menargetkan pasar yang tidak terlayani: banyak *startup fintech* berharap tidak hanya untuk membangun bisnis yang melayani pasar yang kurang terlayani tetapi juga untuk memanfaatkannya sebagai pijakan untuk ekspansi selanjutnya ke pasar lain.
6. Menggunakan solusi inovatif: berkat penggunaan teknologi canggih dan proses pembelajaran, Perusahaan *fintech* dapat memberikan layanan menarik ke berbagai segmen pasar.

Bank Indonesia mengklasifikasikan *fintech* menjadi 4 kategori yaitu sebagai berikut (Rahadi, 2020):

1. *Crowdfunding dan Peer to Peer Lending*

Fintech kategori ini berfungsi untuk mempertemukan para investor dengan pencari modal. *Crowdfunding* dapat digunakan untuk menggalang dana dengan tujuan sosial, seperti korban bencana alam, pendanaan karya dan sebagainya secara *online*. *Peer to Peer Lending* adalah layanan untuk membantu permodalan bagi pelaku UMKM supaya dapat meminjam dana walaupun belum memiliki rekening bank.

2. *Market Aggregator*

Fintech berperan sebagai pembanding berbagai produk keuangan. Di mana *fintech* akan mengumpulkan dana finansial sebagai referensi oleh pengguna. Misalnya, jika seorang konsumen ingin mencari produk asuransi, konsumen tersebut dapat memberikan data finansial pribadi ke *platform fintech* dan *platform* tersebut akan mencocokkan data konsumen dengan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhannya.

3. *Risk and Investment Management*

Fintech yang bergerak di bidang ini berfungsi untuk membantu konsumen melakukan perencanaan keuangan digital. Selain manajemen risiko dan investasi, terdapat juga manajemen aset yang mengurus operasional suatu usaha agar lebih praktis

4. *Payment, Settlement and Clearing*

Jenis *fintech* yang terolong dalam kategori ini adalah pembayaran (*payment*) seperti *payment gateway* dan *e-wallet*. *Payment gateway* merupakan penghubung antara pelanggan dan *e-commerce* yang difokuskan pada sistem pembayaran. Kemudian ada uang elektronik yang merupakan instrumen pembayaran belanja, tagihan dan lainnya dalam bentuk aplikasi.

Fintech dapat dibedakan atas dasar keterlibatan dalam pembiayaan, pengelolaan asset, pembayaran, dan fungsi lainnya. Adapun klasifikasinya adalah sebagai berikut (Rahadi, 2020):

1. Segmen pembiayaan (*financing*)

Segmen pembiayaan ini menyediakan pembiayaan bagi individu dan bisnis. Segmen ini dapat dibagi menjadi *fintech* yang penawarannya didasarkan pada partisipasi sejumlah besar kontributor (subsektor *crowdfunding*) dan menawarkan layanan anjak piutang atau kredit tanpa partisipasi orang banyak (subsektor kredit dan anjak piutang).

2. Segmen manajemen asset (*asset management*)

Segmen ini mencakup *fintech* yang menawarkan saran, pengelolaan asset, dan indikator agregat dari *personal wealth*. Segmen ini juga dibagi menjadi subsegmen, yaitu:

a. Subsegmen perdagangan sosial

Subsegmen ini merupakan bentuk investasi yang investornya dapat mengamati, mendiskusikan, dan menyalin strategi investasi atau portofolio dari anggota jaringan sosial lainnya.

b. Subsegment *robo-advice*

Subsegmen ini mengacu pada sistem manajemen portofolio yang memberikan saran investasi berbasis algoritma dan sebagian besar otomatis, serta membuat Keputusan investasi.

c. Subsegmen pengelolaan keuangan pribadi

Dalam subsegmen ini menawarkan perencanaan keuangan pribadi, khususnya administrasi dan penyajian data keuangan

yang menggunakan perangkat lunak atau menggunakan layanan berbasis aplikasi.

3. Segmen Pembayaran (*payments*)

Dalam segmen ini aplikasi dan layanannya menyangkut transaksi pembayaran nasional dan internasional. Dalam segmen ini dibagi menjadi beberapa subsegmen yaitu: Subsegmen *blockchain* dan *cryptocurrency*, ini mencakup *fintech* yang menawarkan mata uang virtual (*cryptocurrency*) sebagai alternatif dari uang fiat biasa, seperti cara pembayaran legal yang dimungkinkan untuk menyimpan, menggunakan, dan menukar kripto. Bank tidak berfungsi sebagai perantara. Salah satu kripto yang paling terkenal adalah *bitcoin*.

4. Segmen *fintech* lainnya

Dalam segmen *fintech* lainnya menawarkan asuransi *peer to peer* yaitu sekelompok pemegang polis berkumpul dan menganggap tanggung jawab kolektif dalam kasus kerusakan. Jika tidak ada kerugian terjadi di dalam kelompok, ada penggantian sebagian atas premi asuransi. *Fintech* dari mesin pencari dan situs perbandingan subsegmen yang memungkinkan pencarian berbasis internet dan perbandingan produk keuangan atau layanan keuangan termasuk di dalam *fintech* lainnya. *Fintech* yang menyediakan solusi teknis untuk penyedia jasa keuangan termasuk dalam sub sektor teknologi, IT dan infrastruktur.

Beberapa manfaat *fintech* bagi masyarakat yang kemudian menyebabkan perubahan gaya hidup, yaitu sebagai berikut (Rahadi, 2020):

1. Membantu perkembangan perusahaan *startup*
2. Meningkatkan taraf hidup
3. Merangsang angka perkembangan *bitcoin*
4. Mengurangi jumlah pinjaman yang berbunga tinggi
5. Kemudahan layanan dan fasilitas
6. Membantu UMKM mendapatkan modal usaha dengan bunga rendah
7. Mendukung inklusi keuangan
8. Meningkatkan bisnis wirausahawan muda

2.1.5 Payment Gateway

Fintech merupakan sebuah sektor baru dalam bidang jasa keuangan yang menggabungkan teknologi yang digunakan dalam keuangan untuk memfasilitasi perusahaan, perdagangan, maupun melakukan interaksi atau memberikan jasa kepada penggunanya (Schueffel, 2018). Jenis *fintech payment gateway* sangat bermanfaat di dunia *e-commerce*, karena dalam *e-commerce* diperlukan proses transaksi yang cepat dan aman antara penjual dan pembeli. Kehadiran layanan *payment gateway* sangat memudahkan proses transaksi, karena memungkinkan pengguna untuk memilih berbagai metode pembayaran yang menghubungkan *e-commerce* dengan berbagai bank. Di Indonesia, sebagian besar perusahaan *fintech* didominasi oleh (Rahadi, 2020):

1. Perusahaan pembayaran: veritrans, doku, kartuku, ipay88, easypay, mcpayment, padipay, knerjapay.com, truemoney, faspay, fasapay, xendit, espay, wallez, cashlez, mimopay, indopay, firstpay, ipaymu.com, ovo, nicepay, hellopay, kesles
2. *Mobile payment company* seperti sakuku BCA, dompetku indosat Ooredoo, uangku smartfren, dino, mynt, matchmove
3. *Gift card*: GCI Indonesia
4. *Bitcoin*: bitx.co
5. *Electronic money*: sepulsa.com, davestrapay.com, gopay, indomog, kudo, ayopop
6. Bebas transfer; kliring.co.id, sudah transfer, Flip
7. Bebas tagihan: paybill.id, satuloket.com
8. Lainnya: Ainosi

Dalam implementasinya di Indonesia, perusahaan *fintech* pembayaran digital berkolaborasi dengan berbagai pihak seperti perusahaan telekomunikasi, toko serba ada, *merchant*, dan bank-bank tradisional untuk menawarkan layanan transaksi *online* yang lebih beragam

2.1.6 Literasi Pajak

Literasi pajak dapat didefinisikan sebagai pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam membaca informasi terkait pajak, memahami informasi itu, dan menindaklanjutinya dengan pengambilan keputusan. Pengetahuan mencakup

konsep dan ketentuan pajak umum, jenis-jenis pajak, serta kemampuan untuk menghitung, mencatat, dan melaporkan pajak (Sari, 2019). Pelaksanaan literasi pajak pada dasarnya sejalan dengan program edukasi kesadaran pajak yang telah dicetuskan oleh DJP. Dengan literasi pajak, individu akan memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang peraturan perpajakan yang dapat memunculkan kesadaran terhadap pajak (Ibda, 2019).

Literasi pajak merupakan suatu tahap mengembangkan secara dinamis mengenai pengetahuan dan rasa percaya diri guna sadar dan tahu faktor yang dapat mengakibatkan tingkat kepatuhan Wajib Pajak serta memanfaatkan pemahaman guna membuat suatu keputusan sehubungan dengan transaksi berdasarkan informasi yang diperoleh (Bornman & Wassermann, 2020).

Pengamatan Bornman dan Wassermann (2020) menyatakan bahwa banyak operator berbagi rumah bahkan tidak menyadari bahwa pajak harus dibayar menyiratkan bahwa ada risiko ketidakpatuhan oleh individu-individu. Sebelumnya telah dikemukakan bahwa para pelaku usaha ini mungkin menganggap transaksi dalam ekonomi berbagi sebagai sesuatu yang singkat, tunggal, dan bersifat pribadi dan oleh karena itu tidak dikenakan pajak, aktivitas yang menghasilkan pendapatan yang dilakukan melalui internet, misalnya pendapatan dari saluran *YouTube*, mungkin dianggap bersifat pribadi dan individu sehingga berpikir bahwa pendapatan tersebut tidak harus diumumkan untuk tujuan perpajakan.

Aspek lain dari pengetahuan prosedural perpajakan yang menimbulkan risiko kepatuhan perpajakan adalah terkait dengan pencatatan untuk keperluan

perpajakan. Ketika arsip disimpan dalam format digital, terdapat risiko bahwa informasi tersebut akan hilang jika seseorang tidak memiliki kompetensi yang diperlukan untuk menyimpan dan mengambil arsip tersebut. Individu juga mungkin tidak mengetahui catatan mana yang harus disimpan dan catatan mana yang harus dibuat ketika menyerahkan laporannya (Bornman & Wassermann, 2020).

Selain itu, secara logis dapat disimpulkan bahwa individu yang tidak mengetahui siapa yang bertanggung jawab membayar pajak mungkin juga tidak mengetahui bagaimana transaksi-transaksi tersebut dan kewajiban perpajakan yang diakibatkannya harus dilaporkan (Bornman & Wassermann, 2020).

2.1.7 Kesadaran Pajak

Kesadaran dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia merupakan keadaan dimana pelaku mengetahui, mengerti dan merasa. Dalam pajak, kesadaran merupakan kondisi yang membuat wajib pajak merasa sadar dalam membayar, melaporkan, mengetahui fungsi pajak dan memahami kewajiban akan pajak yang harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan seperti menghitung, membayar, dan melaporkan pajak secara benar (Hapsari & Kholis, 2020). Menurut Mansur dkk. (2021) kesadaran untuk membayar pajak dapat diartikan sebagai sikap positif yang memberikan kontribusi kepada negara dalam mendukung pembangunan dan berusaha untuk mematuhi seluruh peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah serta dapat diterapkan kepada wajib pajak. Kepatuhan dalam pendaftaran,

pelaporan, penghitungan, dan pembayaran pajak yang terutang serta pelunasan tunggakan pajak adalah kewajiban yang harus dipatuhi oleh wajib pajak.

2.1.8 Sosialisasi Perpajakan

Menurut Maxuel dan Primastiwi (2021) Sosialisasi tentang pajak dalam sektor perpajakan adalah hal yang krusial untuk meningkatkan kepatuhan para wajib pajak. Sosialisasi pajak adalah usaha Direktorat Jenderal Pajak untuk menyampaikan pemahaman, informasi, dan bimbingan kepada masyarakat luas dan Wajib Pajak secara khusus tentang segala hal yang berkaitan dengan pajak dan hukum yang berlaku. Sosialisasi ini dapat dilakukan lewat saluran komunikasi, baik media cetak seperti koran, majalah maupun media audio visual seperti radio atau televisi.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melaksanakan sosialisasi perpajakan, yaitu sebagai berikut (Mansyur dkk., 2023):

1. Waktu. Sosialisasi perpajakan dilakukan setiap kali ada kesempatan, baik dengan mengunjungi rumah warga, lokasi usaha wajib pajak, atau saat WP datang ke kantor pajak.
2. Media. Sosialisasi perpajakan dapat memanfaatkan berbagai pilihan media yang beragam contohnya media cetak dan media elektronik (koran, majalah, televisi, radio), media *flyer* (spanduk serta poster), media *billboard* dan media internet. Sosialisasi dengan cara tatap muka juga dapat ditempuh oleh DJP seperti dengan melakukan penyuluhan, seminar, diskusi

3. Materi. Materi sosialisasi pada masyarakat dimulai dengan fokus manfaat pajak, manfaat NPWP, kemudian dilanjutkan materi yg lebih mendalam.
4. Kualitas informasi. Informasi perpajakan yang disampaikan kepada masyarakat memakai bahasa yang sesederhana mungkin serta bukan bersifat teknis namun mengusung nilai-nilai yang terkandung pada peraturan perpajakan, dengan demikian warga memahaminya.
5. Tujuan dan manfaat. Program yang dilaksanakan DJP melalui kegiatan sosialisasi diharapkan dapat meningkatkan pemahaman pajak dari aspek yang sederhana sampai yang memerlukan kriteria khusus.
6. Pengetahuan Wajib Pajak. Sosialisasi mengenai perpajakan diharapkan mampu meningkatkan kesadaran wajib pajak terhadap pentingnya membayar pajak untuk mendukung pembangunan negara dan kesejahteraan masyarakat.

Dengan demikian sosialisasi perpajakan dapat menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan Wajib Pajak.

2.1.9 Digitalisasi Layanan Pajak

Digitalisasi layanan pajak merupakan salah satu struktur layanan yang dibuat oleh DJP terhadap Wajib Pajak dan calon Wajib Pajak untuk memberikan kemudahan dalam jasa layanan dan edukasi pajak bagi Wajib Pajak di masa depan. Layanan ini merupakan sistem layanan digital yang disediakan Direktorat Jendral Pajak untuk memenuhi kebutuhan wajib pajak dalam mempermudah pelayanan. Pelayanan digitalisasi perpajakan yang berhubungan dengan pemanfaatan

kemajuan teknologi dan informasi akan mempermudah sistem pelayanan karena diawasi oleh DJP dan calon Wajib Pajak untuk memberikan edukasi yang lebih relevan dengan perkembangan saat ini (Darmian, 2021).

Menurut Tambunan dkk., (2020) digitalisasi di sektor perpajakan terutama yang berkaitan dengan administrasi pajak, menyebabkan berbagai perubahan seperti transisi dari sistem pajak tradisional ke sistem elektronik dan digital. Bentuk digitalisasi layanan pajak yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak berupa penyediaan sarana elektronik untuk meningkatkan pelayanan yang mempermudah Wajib Pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakan antara lain melalui penerapan program *e-System* yang meliputi *e-registration*, *e-SPT*, dan *e-filing*. Tujuan implementasi program *e-System* adalah untuk mempermudah Wajib Pajak dalam mendaftar, menghitung, membayar, serta melaporkan karena terdapat aplikasi yang dirancang semudah mungkin untuk dipahami oleh Wajib Pajak. (Rofiyanti dkk., 2022).

Digitalisasi dalam sektor pajak, atau kebijakan pajak di era digital, mengacu pada penerapan pajak kepada bisnis atau individu yang beroperasi dengan memanfaatkan teknologi berbasis internet (Fitria dkk., 2022) . Digitalisasi layanan pajak membuat semua prosedur pajak mempunyai jejak digital (*digital traces*) yang akan meningkatkan pengawasan dalam setiap proses (Yosefin & Anjelika, 2022). Upaya pemerintah dalam melakukan reformasi digitalisasi sistem layanan pajak terus dilakukan hingga saat ini untuk melahirkan sistem perpajakan yang lebih efisien. Dengan adanya sistem administrasi perpajakan yang lebih efisien

dapat memudahkan wajib pajak dalam memahami sistem perpajakan sehingga peningkatan kepatuhan wajib pajak akan timbul (Muvidah & Andriani, 2022).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan yang dianggap relevan dengan pembahasan pada penelitian ini. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kusumadewi dan Dyarini (2022) bertujuan untuk menguji dan menganalisis dampak literasi pajak, modernisasi sistem administrasi, insentif pajak dan moral pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Populasi penelitian ini yaitu wajib pajak UMKM di Kota Tangerang Selatan, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan alat pengolah data berupa SPSS. Hasil secara parsial menunjukkan bahwa literasi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa literasi pajak, modernisasi sistem administrasi, insentif perpajakan, dan semangat perpajakan mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Penelitian yang dilakukan Arifin dan Sriyono (2022) bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Populasi dalam penelitian tersebut berjumlah 878 jenis UMKM yang tersebar di 18 kecamatan di Kabupaten Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi pajak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Dalam penelitian yang dilakukan Madjojo dan Baharudin (2022) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran Wajib Pajak dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Kepulauan Tidore baik secara parsial maupun simultan. Teknik pengambilan sampel yaitu *Non-Probability Sampling* dengan metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dan jumlah sampel sebanyak 150 UMKM dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa kesadaran Wajib Pajak dan pelayanan fiskus berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Kepulauan Tidore. Penelitian lain yang dilakukan oleh Yulianti (2022) bertujuan untuk melihat pengaruh sosialisasi perpajakan dan kesadaran Wajib Pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM pada derajat tertentu selama masa pandemic Covid-19. Sumber data yang digunakan yaitu data primer. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan dan kesadaran Wajib Pajak memiliki pengaruh positioning terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Pada penelitian Azary, Yuesti, dan Bhegawati (2022) bertujuan untuk menguji pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Badan pada KPP Pratama Denpasar Timur. Pengambilan sampel dalam penelitian tersebut yaitu dengan menggunakan metode *insidental sampling* dengan menggunakan rumus Slovin, diperoleh sampel sebanyak 99 Wajib Pajak Badan. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa sosialisasi

perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak Badan pasal 25 di KPP Pratama Denpasar Timur. Sedangkan penelitian yang dilakukan Mansyur, Sjarlis, dan Abidin (2023) bertujuan untuk menguji dan menganalisis dampak sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak di Makassar, Sulawesi Selatan. Metode pengambilan sampel menggunakan formula Hair dan diperoleh 360 sampel. Metode yang diterapkan untuk analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak berdampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak di Kota Makassar.

Pada penelitian Tambun dan Ananda (2022) bertujuan untuk menguji pengaruh digitalisasi layanan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Pengambilan sampel dalam penelitian tersebut yaitu dengan menggunakan metode *random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Metode pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan model struktural. *Structural Equation Model* (SEM) berbasis varian dengan alternatif PLS (*Partial Least Square*). Hasil analisis menunjukkan bahwa digitalisasi layanan pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan Fitrianti, Ustman, dan Marsum (2024) bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak KPP Pratama Pamekasan dengan variabel moderasi Gen Z. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* dan diperoleh 100 sampel. Metode analisis yang diterapkan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini

membuktikan bahwa digitalisasi perpajakan berupa layanan *e-filing* sistem, pemahaman perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yang dilakukan oleh Gen-Z semakin baik. Dengan demikian, digitalisasi perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan dalam pelaporan SPT tahunan, khususnya bagi masyarakat pelaku UMKM Gen-Z.

Dalam penelitian yang dilakukan Pirri, Pasanda dan Halik (2023) bertujuan untuk menguji pengaruh pemanfaatan *financial technology* terhadap kepatuhan Wajib Pajak Pebisnis Online di Makasar. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menyatakan bahwa pemanfaatan *financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak. Pada penelitian yang dilakukan Erdi dan Astuti (2023) bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi perpajakan dan kesadaran perpajakan terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor dengan *financial technology* sebagai mediator. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 178 responden. Penelitian ini memanfaatkan analisis statistik deskriptif demografi dan PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor, *financial technology* sebagai mediator berperan dalam memperkuat hubungan literasi perpajakan terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor.

Dalam penelitian yang dilakukan Atifa, Afifudin dan Anwar (2023) bertujuan untuk menguji dan menganalisis literasi pajak, sosialisasi perpajakan, dan pemanfaatan *financial technology* terhadap kepatuhan wajib pajak. Jumlah sampel sebanyak 88

responden. data dianalisis dengan SPSS 26. Hasil temuan menunjukkan bahwa literasi pajak dan sosialisasi pajak memiliki dampak terhadap Wajib Pajak kepatuhan, sedangkan pemanfaatan *financial technology* tidak memiliki dampak terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Tabel 2.1 berikut menyajikan ringkasan penelitian-penelitian terdahulu.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel Penelitian	Metode, Sampel, dan Alat Analisis dan Teori	Hasil Penelitian
1.	Kusumadewi dan Dyarini (2022)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Literasi pajak - Modernisasi sistem administrasi - Insentif pajak - Moral pajak <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kepatuhan wajib pajak UMKM 	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel: 100 UMKM di Kota Tangerang Selatan - Alat Analisis: uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda - Teori: <i>Theory of Planned Behavior</i> dan teori atribusi 	<ul style="list-style-type: none"> - Literasi pajak memiliki dampak negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM. - Literasi pajak, modernisasi sistem administrasi, insentif pajak, dan moral pajak secara simultan berdampak positif signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.
2.	Putra dan Risti (2022)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Literasi keuangan - <i>Pemanfaatan fintech</i> <p>Dependen:</p> <p>Kepatuhan pajak</p> <p>Moderasi:</p> <p>Digitalisasi perpajakan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Pendekatan kuantitatif dengan rancangan penelitian korelasional - Sampel: 150 responden. - Alat Analisis: Analisis regresi linear berganda dan uji Moderated Regression Analysis (MRA) 	<ul style="list-style-type: none"> - Literasi keuangan tidak berdampak signifikan terhadap kepatuhan pajak pada pebisnis <i>online</i> di Jabodetabek. - Pemanfaatan <i>financial technology</i> memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak pada pebisnis <i>online</i> di Jabodetabek - Digitalisasi perpajakan mampu memoderasi dengan memperkuat dampak pemanfaatan <i>financial technology</i> terhadap kepatuhan pajak pada pebisnis online di Jabodetabek.

No.	Peneliti	Variabel Penelitian	Metode, Sampel, dan Alat Analisis dan Teori	Hasil Penelitian
3.	Annisah dan Susanti (2021)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pemanfaatan teknologi informasi - Pengetahuan perpajakan - Sanksi pajak <p>Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel: 40 orang - Alat Analisis: Regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pengaruh yang diberikan oleh pengetahuan perpajakan secara parsial terhadap tingkat patuh WP Orang Pribadi - Terdapat pengaruh secara simultan pemanfaatan teknologi informasi, pengetahuan perpajakan, dan sanksi pajak terhadap tingkat patuh WP Orang Pribadi
4.	Pirri, Pasanda dan Halik (2023)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Literasi Keuangan - Pemanfaatan <i>financial technology</i> <p>Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik korelasi sederhana - Sampel: 40 pelaku bisnis online - Alat Analisis: SPSS versi 25 dengan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji hipotesis - Teori: <i>Theory of planned behaviour</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Literasi keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak - Pemanfaatan <i>fintech</i> terhadap kepatuhan Wajib Pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan
5.	Utari dan Sofya (2023)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan perpajakan - Sosialisasi perpajakan - Sanksi pajak <p>Dependen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel: 100 responden - Alat Analisis: uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji hipotesis 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM. - Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

No.	Peneliti	Variabel Penelitian	Metode, Sampel, dan Alat Analisis dan Teori	Hasil Penelitian
		Kepatuhan wajib pajak		
6.	Negara dan Purnamasari (2018)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan perpajakan - Kesadaran Wajib Pajak <p>Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel: 163 responden - Alat Analisis: pilot test, uji hipotesis 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada pengaruh dari variabel pengetahuan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak
7.	Arifin dan Sriyono (2022)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Literasi pajak - Kualitas pelayanan pegawai pajak - Sikap keuangan - Pemahaman pajak <p>Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif dengan pendekatan asosiatif - Sampel: 164 - Alat Analisis: Structural Equation Modeling Partial Least Percent (SEM-PLS) - Teori : <i>Theory of planned behaviour</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Literasi pajak memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak
8.	Atifa, Afifudin dan Anwar (2023)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Literasi pajak - Sosialisasi perpajakan - Pemanfaatan <i>financial technology</i> <p>Dependen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel: 88 responden - Alat Analisis: instrumen, uji normalitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, <i>moderated regression analysis</i>, dan uji hipotesis - Teori: Teori atribusi dan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Literasi pajak memiliki dampak terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi - Pemanfaatan <i>financial technology</i> tidak memiliki dampak terhadap kepatuhan Wajib Pajak

No.	Peneliti	Variabel Penelitian	Metode, Sampel, dan Alat Analisis dan Teori	Hasil Penelitian
		Kepatuhan Wajib Pajak Moderasi: Digitalisasi perpajakan		<ul style="list-style-type: none"> - Digitalisasi perpajakan dapat memoderasi pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak - Digitalisasi perpajakan tidak dapat memoderasi pemanfaatan <i>financial technology</i> terhadap kepatuhan Wajib Pajak
9.	Erdi dan Astuti (2023)	Independen: <ul style="list-style-type: none"> - Literasi pajak - Kesadaran perpajakan Dependen: Kepatuhan pajak Moderasi: <i>Financial Technology</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel: 178 responden - Alat Analisis: PLS-SEM - Teori: <i>Theory of Planned Behavior</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Literasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor - <i>Financial technology</i> sebagai mediator berperan dalam memperkuat hubungan literasi perpajakan terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor.
10.	Kristanto dan Noreen (2021)	Independen: Kompleksitas pajak Dependen: Kepatuhan pajak Moderasi: Tingkat literasi	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel: 52 Negara - Alat Analisis: <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Literasi tidak dapat menjadi variabel pemoderasi dalam hubungan antara kompleksitas terhadap kepatuhan pajak

No.	Peneliti	Variabel Penelitian	Metode, Sampel, dan Alat Analisis dan Teori	Hasil Penelitian
		Kontrol: Penegakan hukum		
11.	Mat Jusoh, Mansor, Razak, dan Noor (2021)	Independen: - Pengetahuan perpajakan - Kompleksitas perpajakan Dependen: Kepatuhan pajak	- Metode: Kuantitatif - Sampel: 156 - Alat Analisis: <i>Partial Least Square (PLS)</i> Teori: <i>Theory of Planned Behavior</i>	- Pengetahuan pajak, kompleksitas, dan moral perpajakan terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku kepatuhan pajak
12.	Naitili, Hambali, dan Nurofik (2022)	Independen: - Literasi pajak Dependen: Kepatuhan pajak Moderasi: Literasi pajak	- Metode: Kuantitatif - Sampel: 180 UMKM - Alat Analisis: Analisis regresi Teori: <i>Theory of Planned Behavior</i>	- Literasi pajak meningkatkan kepatuhan pajak pelaku UMKM
13.	Nugroho (2020)	Independen: - Sosialisasi perpajakan Dependen : Kepatuhan wajib pajak	- Metode: Kuantitatif - Sampel: 100 responden - Alat Analisis: Analisis regresi berganda - Teori: <i>Theory of Planned Behavior</i>	- Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

No.	Peneliti	Variabel Penelitian	Metode, Sampel, dan Alat Analisis dan Teori	Hasil Penelitian
14.	Azary, Yuesti, dan Bhegawati (2022)	Independen: - Sosialisasi peraturan perpajakan Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak	- Metode: Kuantitatif - Sampel: 99 responden - Alat Analisis: Analisis regresi berganda - Teori: <i>Compliance Theory</i>)	- Sosialisasi peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak
15.	Wirawan, Budiadnyani, dan Dewi (2020)	Independen: - Insentif Pajak Dependen: Kepatuhan pajak UMKM Moderasi: Sosialisasi pajak	- Metode: Kuantitatif - Sampel: 100 wajib pajak - Alat Analisis: Analisis regresi berganda - Teori: <i>Theory of Planned Behavior</i>	- Sosialisasi pajak memperlemah pengaruh insentif pajak pada kepatuhan Wajib Pajak
16.	Pratama dan Fadli (2023)	Independen: - Sosialisasi perpajakan Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	- Metode: Kuantitatif - Sampel: 100 UMKM - Alat Analisis: Analisis regresi	- Sosialisasi perpajakan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM
17.	Mansyur, Sjarlis, dan Abidin (2023)	Independen: - Sosialisasi perpajakan	- Metode: Kuantitatif - Sampel: 360 responden - Alat Analisis: Analisis regresi linier berganda	- Sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak

No.	Peneliti	Variabel Penelitian	Metode, Sampel, dan Alat Analisis dan Teori	Hasil Penelitian
		Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak	- Teori: <i>Theory of Planned Behavior</i>	
18.	Kilay, Simamora, dan Putra (2022)	Independen: - <i>E-Payment</i> - <i>E-Commerce Services</i> Dependen: <i>Supply Chain Performance</i>	- Metode: Kuantitatif - Sampel: 164 UMKM di Indonesia - Alat Analisis: Analisis regresi linier berganda	- Penggunaan layanan pembayaran elektronik mempunyai pengaruh positif yang signifikan secara statistik terhadap kinerja rantai pasok UMKM di Indonesia. - Penggunaan layanan <i>e-commerce</i> mempunyai pengaruh positif yang signifikan secara statistik terhadap kinerja rantai pasok UMKM di Indonesia.
19.	Owusu, Bekoe, dan Mintah (2021)	Independen: Sosialisasi perpajakan Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak	- Metode: Kuantitatif - Sampel: 725 responden - Teori: <i>Theory of Planned Behavior</i>	- Sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak
20.	Tambun dan Ananda (2022)	Independen: Digitalisasi layanan pajak Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak Variabel Moderasi :	- Metode: Kuantitatif - Sampel: 100 responden - Alat Analisis: Analisis regresi linier berganda - Teori: Teori kepatuhan Wajib Pajak	- Digitalisasi layanan pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

No.	Peneliti	Variabel Penelitian	Metode, Sampel, dan Alat Analisis dan Teori	Hasil Penelitian
		Nasionalisme		
21.	Muvidah dan Andriani (2022)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan perpajakan - Digitalisasi perpajakan <p>Dependen: <i>Voluntary tax compliance</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel: 264 responden - Alat Analisis: Analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap <i>voluntary tax compliance</i> - Digitalisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap <i>voluntary tax compliance</i>
24.	Fitria, Fionasari, dan Sari (2022)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kebijakan insentif pajak - Digitalisasi pajak - Sanksi pajak <p>Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak UMKM</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel: 100 wajib pajak UMKM - Teori: Teori atribusi - Alat Analisis: Analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> - Digitalisasi pajak memiliki dampak positif dan signifikan pada kepatuhan Wajib Pajak
25.	Fitrianti, Ustman, dan Marsum (2024)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pemahaman perpajakan - Digitalisasi perpajakan <p>Dependen :</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel: 100 responden - Alat Analisis: Analisis regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemahaman perpajakan berdampak positif signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM - Digitalisasi perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

No.	Peneliti	Variabel Penelitian	Metode, Sampel, dan Alat Analisis dan Teori	Hasil Penelitian
		Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Variabel Moderasi: Genn Z		
26.	Wulandari (2021)	Independen: - Digitalisasi sistem administrasi perpajakan - Biaya kepatuhan pajak Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi	- Metode: Kuantitatif - Sampel: 100 responden - Alat Analisis: Analisis regresi linier berganda - Teori: <i>Theory of Planned Behavior</i>	- Penerapan <i>e-filing</i> berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. - Penerapan <i>e-billing</i> tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak. - Penerapan <i>e-faktur</i> berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. - Biaya kepatuhan pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan Wajib Pajak
27.	Sinuhaji, Purba, dan Hutapea (2024)	Independen: - Digitalisasi perpajakan - Pemahaman perpajakan Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak Variabel Moderasi : Sosialisasi perpajakan	- Metode: Kuantitatif - Sampel: 109 responden - Alat Analisis: Analisis regresi linier berganda	- Digitalisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak - Pemahaman perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak - Sosialisasi perpajakan kurang berdampak pada tingkat kepatuhan Wajib Pajak.

No.	Peneliti	Variabel Penelitian	Metode, Sampel, dan Alat Analisis dan Teori	Hasil Penelitian
28.	Hapsari dan Ramayanti (2022)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan perpajakan - Kesadaran Wajib Pajak <p>Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak UMKM</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel: 74 UMKM - Alat Analisis: Analisis Regresi - Teori: Teori Kepatuhan - Software : SmartPLS version 3.3.3 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan perpajakan dan ketegasan sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak <i>UMKM e-commerce</i> khususnya pada platform gojek - Kesadaran Wajib Pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak <i>UMKM e-commerce</i> khususnya pada platform gojek
29.	Madjojo dan Baharudin (2022)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kesadaran Wajib Pajak - Pelayanan fiskus <p>Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak UMKM</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel: 150 UMKM - Alat Analisis: Regresi linier berganda - Teori: Teori kepatuhan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kesadaran Wajib Pajak dan pelayanan fiskus memiliki dampak yang signifikan dan positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Kepulauan Tidore
30.	Yulianti (2022)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi perpajakan - Kesadaran Wajib Pajak <p>Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Alat Analisis: Regresi linier berganda - Teori: <i>Theory Planned of Behavior</i> dan Teori Atribusi 	<ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak - Kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak

No.	Peneliti	Variabel Penelitian	Metode, Sampel, dan Alat Analisis dan Teori	Hasil Penelitian
31.	Yulia, Wijaya, Sari, dan Adawi (2020)	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan perpajakan - Kesadaran Wajib Pajak - Sosialisasi perpajakan <p>Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak UMKM</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Metode: Kuantitatif - Sampel : 93 responden - Alat Analisis: Regresi linier berganda - Teori: Teori kepatuhan 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan perpajakan dan sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak - Kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Literasi Pajak

Literasi perpajakan mengacu pada kemampuan individu atau masyarakat untuk memahami dan mengelola aspek-aspek yang terkait dengan pajak. Ini termasuk pengetahuan tentang sistem perpajakan, pemahaman tentang kewajiban perpajakan, pemahaman tentang pajak yang berbeda, dan kemampuan untuk memenuhi tanggung jawab perpajakan. Masyarakat yang memiliki tingkat literasi pajak yang baik juga akan cenderung memenuhi kewajiban perpajakannya dengan baik (Erdi & Astuti, 2023). Alexander dkk (2023), Bornman dan Wassermann (2020), (Mat Jusoh dkk., 2021), dan Naitili dkk (2022), menemukan bahwa literasi perpajakan dapat mempengaruhi kepatuhan pajak individu. Semakin baik tingkat literasi perpajakan yang dimiliki seseorang akan meningkatkan pemahaman atas fungsi dan manfaat pajak, yang menyebabkan wajib pajak patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Kristanto dan Noreen (2021) menyatakan tinggi rendahnya literasi, pemahaman dan pengetahuan perpajakan seorang wajib tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak jika tidak didasari dengan niat dan kesadaran dalam membayar pajak (Kristanto & Noreen, 2021). Di dalam TPB, literasi perpajakan berkaitan dengan sikap (*attitude*), literasi perpajakan dapat mempengaruhi sikap individu terhadap pajak. Melalui pemahaman tentang pentingnya pajak bagi pembangunan negara dan pendapatan pajak digunakan untuk kepentingan umum, masyarakat yang paham pajak seringkali memiliki sikap positif terhadap pajak. Sikap positif ini akan mempengaruhi kepatuhan mereka

terhadap kewajiban perpajakannya. Dalam teori atribusi, literasi perpajakan merupakan faktor internal yang ada dalam diri seseorang, dengan adanya kemampuan individu atau masyarakat untuk memahami dan mengelola aspek-aspek yang terkait dengan pajak membuat semakin naiknya tingkat pembayaran pajak atau kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis di dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Literasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM

2.3.2 Kesadaran Pajak

Konsep ini didasarkan pada *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *is based on the assumption that human beings usually behave in a sensible manner; that they take account of available information and implicitly or explicitly consider the implications of their actions.* Konsisten dengan fokusnya pada perilaku, teori ini menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan (atau tidak melakukan) suatu perilaku merupakan penentu langsung dari tindakan tersebut. Kecuali terjadi peristiwa yang tidak terduga, orang diharapkan bertindak sesuai dengan niat mereka. Namun, niat dapat berubah seiring waktu; semakin lama, semakin besar kemungkinan peristiwa yang tidak terduga akan menghasilkan perubahan niat. Termasuk di antara mereka yang dipengaruhi adalah para pembayar pajak, yang responnya dapat dibentuk oleh rangsangan dari luar. Dengan hanya

meningkatkan pemahaman para pembayar pajak, tingkat kepatuhan para pelaku UMKM di negeri ini terhadap norma-norma perpajakan diharapkan akan naik.

Di dalam *Theory Planned of Behavior*, kesadaran pajak berkaitan dengan sikap (*attitude*), kesadaran pajak dapat mempengaruhi sikap individu terhadap pajak. Melalui pemahaman tentang pentingnya pajak bagi pembangunan negara dan pendapatan pajak digunakan untuk kepentingan umum, masyarakat yang paham pajak seringkali memiliki sikap positif terhadap pajak. Sikap positif ini akan mempengaruhi kepatuhan mereka terhadap kewajiban perpajakannya.

Kesadaran wajib pajak adalah faktor internal dari teori atribusi yang mencerminkan motivasi internal untuk bertindak taat, yang dibentuk oleh pemahaman perpajakan, pandangan positif tentang pajak, serta sifat-sifat wajib pajak. Karena kesadaran untuk membayar pajak muncul dari diri sendiri tanpa adanya tekanan dari orang lain. Didukung oleh penelitian sebelumnya (Madjodjo & Baharuddin, 2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, sehingga kesadaran pajak yang dimodelkan dalam (X_2) yang bertanda positif menunjukkan semakin tinggi kesadaran pajak, maka semakin tinggi kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis di dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H2: Kesadaran pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM

2.3.3 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan langkah yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak yang bertujuan untuk memberikan beberapa pengetahuan Wajib Pajak untuk mengetahui tentang berbagai hal yang berkaitan dengan perpajakan baik peraturan perpajakan dan juga tata cara perpajakan. Sosialisasi perpajakan sangat penting karena Wajib Pajak dapat memperoleh informasi perpajakan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga Wajib Pajak menjadi paham mengenai aturan dan sistem perpajakan. Informasi perpajakan yang disampaikan dengan baik, maka Wajib Pajak akan dengan mudah memahami pada saat melakukan kewajiban membayar pajaknya, oleh karena itu Wajib Pajak merasa puas dan dapat meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak (Nugroho, 2020). Kegiatan sosialisasi perpajakan diduga sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak. Semakin banyaknya kegiatan sosialisasi peraturan perpajakan yang dilakukan, maka mampu meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak.

Di dalam *Theory Planned of Behavior*, sosialisasi perpajakan dapat dikaitkan dengan *normatif belief* yang merupakan keinginan yang dipersepsikan satu orang atau lebih dalam menyetujui tindakannya dan memberikan motivasi orang lain dalam memenuhi kewajibannya (Perdana & Dwirandara, 2020). Dengan sosialisasi yang memadai, akan mempermudah wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya. Pemberian sosialisasi dengan memberikan pengetahuan perpajakan adalah segala bentuk upaya pengajaran dan pelatihan yang dapat dilakukan oleh pemerintah.

Sosialisasi perpajakan dalam teori atribusi merupakan faktor eksternal yaitu perilaku seseorang timbul karena disebabkan oleh keadaan atau lingkungan di luar diri orang yang bersangkutan khususnya terkait dengan kepatuhan pajak yang akan dilakukannya. Wajib pajak akan merespon bahwa sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh otoritas pajak di suatu negara merupakan faktor eksternal yang mendorong wajib pajak untuk berperilaku patuh atau tidak dalam kewajiban perpajakannya. Sosialisasi pajak merupakan usaha pemerintah khususnya otoritas perpajakan dalam memberikan informasi, pengetahuan, dan gambaran serta pemahaman pajak kepada wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis di dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H3: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM

2.3.4 Digitalisasi Layanan Pajak

Digitalisasi layanan pajak merupakan aplikasi layanan digital yang disediakan Direktorat Jenderal Pajak yang bertujuan untuk memudahkan Wajib Pajak dalam pendaftaran, perhitungan, pembayaran, maupun pelaporan melalui penyediaan aplikasi yang dirancang semudah mungkin untuk dipahami oleh Wajib Pajak (Rofiyanti dkk., 2022). Upaya pemerintah dalam melakukan reformasi digitalisasi sistem layanan pajak terus dilakukan hingga saat ini untuk melahirkan sistem perpajakan yang lebih efisien. Dengan adanya sistem administrasi perpajakan yang lebih efisien dapat memudahkan wajib pajak dalam memahami

sistem perpajakan sehingga peningkatan kepatuhan wajib pajak akan timbul (Muvidah & Andriani, 2022). Digitalisasi layanan pajak diduga sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak. Semakin mudah dan efisien layanan digital yang disediakan, maka mampu meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, wajib pajak dalam melakukan kewajiban membayar pajak dipengaruhi oleh niat dari individu itu sendiri dan persepsi mengenai penggunaan sistem digitalisasi layanan perpajakan yang memudahkan wajib pajak. Berdasarkan teori atribusi, digitalisasi layanan pajak merupakan penyebab eksternal yang dapat mempengaruhi persepsi wajib pajak dalam membuat keputusan perilaku kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan (Ndalu & Wahyudi, 2022). Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis di dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H4: Digitalisasi layanan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM

2.3.5 Financial Technology Payment Gateway

Tipe *fintech payment gateway* sangat penting dalam dunia *e-commerce*, karena pada *e-commerce* diperlukan proses transaksi yang cepat dan aman antara penjual dan pembeli. kehadiran layanan *payment gateway* akan sangat mendukung dalam mempermudah proses transaksi, karena dapat memilih berbagai metode pembayaran yang ada yang menghubungkan *e-commerce* dengan beragam bank.

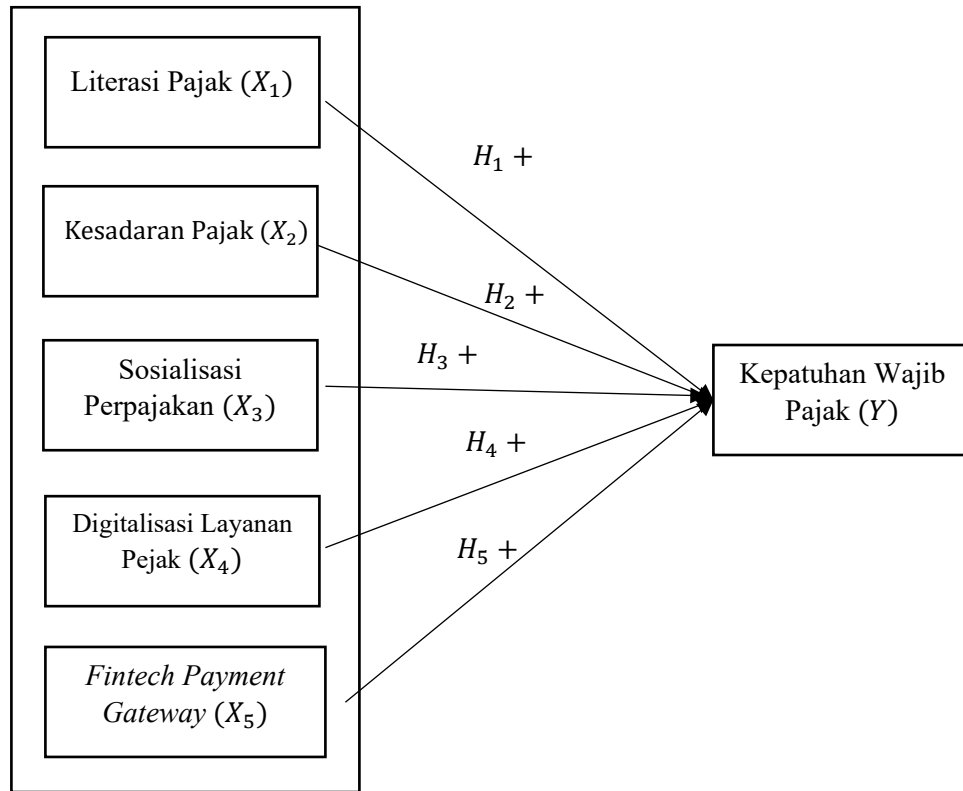
Fintech memberikan peran penting dalam peningkatan kepatuhan pajak (Erdi & Astuti, 2023). Ketersediaan *financial technology* yang memadai dinilai mampu meningkatkan legislasi perpajakan karena akses informasi yang disediakan oleh teknologi ini dan kemudahan pembayaran *financial* (Akbar & Apollo, 2020). Penggunaan *fintech payment gateway* dapat meningkatkan kesadaran individu tentang kewajiban pajak dan konsekuensinya melalui informasi yang diberikan oleh *platform* atau aplikasi *fintech*. Selain itu, *fintech payment gateway* juga dapat mempengaruhi sikap individu terhadap pajak dengan memberikan pengalaman yang lebih positif dalam melaporkan dan membayar pajak, serta menyediakan kemudahan dan transparansi dalam proses perpajakan.

Technology Acceptance Model memberikan reaksi dan persepsi pengguna teknologi informasi dalam mempengaruhi penggunaan aktual terhadap teknologi tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan layanan *financial technology* menjadikan tindakan atau perilaku seseorang sebagai alat ukur dalam penerimaan sebuah teknologi (Widasari dkk., 2018). Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis di dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H5: Pemanfaatan *Financial Technology Payment Gateway* berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM

2.4 Kerangka Model Penelitian

Berdasarkan tinjauan dan kelemahan penelitian terdahulu, maka peneliti termotivasi untuk membuat arah penelitian baru terkait kepatuhan wajib pajak dengan mengembangkan penelitian terdahulu. Selain itu, peneliti akan menggunakan *Theory of Planned Behavior* untuk menjelaskan perilaku Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya yang menambahkan konstruk berupa keyakinan kontrol perilaku (*perceived behavioural control*) dengan asumsi bahwa persepsi individu dapat dikendalikan dalam melakukan suatu tindakan. Peneliti juga akan menggunakan teori atribusi untuk menjelaskan kepatuhan Wajib Pajak bahwa untuk menentukan penyebab perilaku patuh atau tidaknya wajib pajak dalam membayar kewajiban dipengaruhi oleh faktor internal yaitu literasi perpajakan dan kesadaran pajak sedangkan faktor eksternalnya yaitu sosialisasi perpajakan dan digitalisasi layanan pajak. Pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang digunakan menyatakan bahwa ketika teknologi menawarkan keuntungan dan kenyamanan dalam menggunakannya maka akan meningkatkan kinerja dan kepatuhan. Teori TAM yang menjadi dasar penelitian ini menyatakan bahwa pelaku UMKM yang menggunakan *financial technology* akan menuai keuntungan dan kemudahan yang akan memungkinkan mereka untuk menumbuhkan kepatuhan dalam membayar pajak (Aryana dkk., 2024). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat digambarkan hubungan atau keterkaitan antar variabel yang satu dengan variabel yang lain sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menghasilkan temuan yang dapat dicapai dengan menggunakan beberapa prosedur statistik (Jaya, 2020). Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian (Arikunto, 2019). Menurut Saunders, dkk (2023) populasi adalah “*the complete set of cases or group members*”. Populasi dari penelitian ini sejumlah 15.335 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki NPWP.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2019). Sampel adalah subkelompok atau bagian dari populasi (Saunders dkk., 2023). Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana peluang atau

probabilitas setiap kasus yang dipilih tidak diketahui (Saunders dkk., 2023). Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik penarikan sampel dimana penilaian peneliti digunakan untuk memilih kasus-kasus yang menjadi sampel (Saunders dkk., 2023). Adapun pertimbangan tertentu dalam penentuan sampel penelitian ini yaitu UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta dan memiliki NPWP.

Untuk menentukan jumlah minimal sampel, penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yaitu

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana

n = ukuran sampel

N = total populasi

e = batas toleransi kesalahan (e sebesar 10%)

$$n = \frac{15.335}{1+15.335 (0,01)^2}$$

$$n = \frac{15.335}{1+15.335 (0,01)}$$

$$n = \frac{15.335}{1+153,35}$$

$$n = \frac{15.335}{154,35}$$

$$n = 99,35$$

Dengan demikian jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

3.3. Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Literasi Perpajakan

Literasi perpajakan mengacu pada kemampuan individu atau masyarakat untuk memahami dan mengelola aspek-aspek yang terkait dengan pajak. Ini termasuk pengetahuan tentang sistem perpajakan, pemahaman tentang kewajiban perpajakan, pemahaman tentang pajak yang berbeda, dan kemampuan untuk memenuhi tanggung jawab perpajakan. Masyarakat yang memiliki tingkat literasi pajak yang baik juga akan cenderung memenuhi kewajiban perpajakannya dengan baik (Erdi & Astuti, 2023).

Tabel 3.1
Indikator Variabel Literasi Pajak

No.	Indikator	Pernyataan
1.	Pengetahuan dan pemahaman tentang NPWP	Setiap Wajib Pajak harus memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak.
2.	Mengetahui fungsi membayar pajak	Salah satu fungsi pajak adalah sebagai sumber dana bagi negara untuk membiayai pengeluaran rutin.
3.	Mengetahui peraturan pajak terbaru	Saya mengetahui dalam sistem perpajakan yang digunakan saat ini (menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri).
4.	Mengetahui sanksi perpajakan	Saya mengetahui bahwa dalam UU Perpajakan, bagi Wajib Pajak yang terlambat atau tidak membayar pajak dapat

No.	Indikator	Pernyataan
		diberikan sanksi administrasi (denda) atau sanksi pidana (penjara).
5.	Mengetahui PTKP, PKP dan tarif pajak	Saya mengetahui besarnya Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP), Pengusaha Kena Pajak (PKP) dan tarif pajak yang saya bayarkan.
6.	Mengetahui waktu membayar dan melapor pajak	Saya mengetahui waktu membayar dan melapor pajak.

Sumber: Erdi dan Astuti (2023)

3.3.2 Kesadaran Pajak

Kesadaran merupakan suatu keadaan mengerti atau mengetahui. Dalam hal ini kesadaran wajib pajak adalah suatu keadaan di mana wajib pajak mengerti atau mengetahui hak dan kewajiban perpajakannya. Kesadaran wajib pajak atas besarnya peranan yang diemban sektor perpajakan sebagai sumber pembiayaan negara sangat diperlukan guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Wiharsianti & Hidayatulloh, 2023). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Manik menemukan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pelaporan pajak (Nugroho & Hidayatulloh, 2023).

Tabel 3.2
Indikator Variabel Kesadaran Pajak

No.	Indikator	Pernyataan
1.	Mengetahui adanya undang-undang dan ketentuan perpajakan	Saya mengetahui adanya UU dan ketentuan dalam perpajakan
2.	Mengetahui fungsi pajak untuk pembiayaan negara	Saya mengetahui bahwa pajak merupakan partisipasi dalam menunjang pembiayaan negara

No.	Indikator	Pernyataan
3.	Memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku	Saya memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
4.	Dorongan untuk membayar pajak secara sukarela	Saya mempunyai kewajiban membayar pajak dengan Ikhlas tanpa adanya unsur paksaan

Sumber: Nugroho dan Hidayatulloh (2023)

3.3.3 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan merupakan hal penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Maxuel & Primastiwi, 2021). Sosialisasi perpajakan dilakukan untuk meningkatkan kesadaran Wajib Pajak terhadap norma perpajakan yang wajib ditaati oleh setiap wajib pajak. Sosialisasi perpajakan dilakukan oleh petugas pajak melalui media yang mudah diakses oleh Wajib Pajak seperti pada *broadcasting* di media cetak, radio, televisi, dan internet. Dengan menyampaikan pentingnya membayar pajak serta manfaat pajak untuk pembangunan daerah diharapkan keyakinan normatif individu mampu meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak (Mansyur dkk., 2023).

Tabel 3.3

Indikator Variabel Sosialisasi Perpajakan

No.	Indikator	Pernyataan
1.	Tujuan sosialisasi perpajakan	Sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh pemerintah yang ditujukan kepada wajib pajak dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman pajak yang memadai.

No.	Indikator	Pernyataan
2.	Frekuensi sosialisasi perpajakan	Saya merasa sosialisasi pajak yang dilakukan secara teratur dapat memberikan informasi yang terbaru tentang perpajakan.
3.		Sosialisasi pajak yang dilakukan dengan rutin dapat meminimalisir kesalahan saat menjalankan kewajiban pajak.
4.	Media sosialisasi perpajakan	Petugas pajak memberikan informasi kepada Wajib Pajak dengan melengkapi penjelasan melalui brosur dan iklan.
5.		Pemasangan <i>billboard</i> atau spanduk tentang perpajakan, mudah dimengerti dan menarik sehingga dapat menambah pengetahuan perpajakan lebih luas untuk Masyarakat.
6.	Kejelasan materi sosialisasi perpajakan	Sosialisasi pajak yang disampaikan sudah sangat jelas sehingga informasi yang diberikan mudah dipahami.
7.	Kualitas informasi yang diberikan	Informasi perpajakan yang diberikan dalam sosialisasi menggunakan bahasa yang sederhana dan dapat dipahami sehingga memudahkan dalam menjalankan kewajiban perpajakan.

Sumber: Mansyur dkk (2023)

3.3.4 Digitalisasi Layanan Pajak

Digitalisasi layanan pajak adalah sarana yang disediakan Direktorat Jenderal Pajak dan pemerintah yang dapat diakses secara daring oleh masyarakat untuk kepentingan layanan perpajakan, sehingga Wajib Pajak dapat dengan mudah mengakses layanan pajak secara daring. Pemerintah menyediakan fasilitas layanan pajak *online* melalui *single login* yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat

terkait dengan kewajibannya sebagai wajib pajak. Dengan adanya kemudahan akses akan perpajakan diharapkan meminimalisir terjadinya penghindaran pajak oleh wajib pajak (Tambun dkk., 2020).

Tabel 3.4
Indikator Variabel Digitalisasi Layanan Pajak

No.	Indikator	Pernyataan
1.	Layanan pajak berbasis digital	Sistem digitalisasi layanan pajak yang dihadirkan oleh pemerintah berupa aplikasi/ <i>website</i> .
2.	Kemudahan akses informasi pajak	Panduan digitalisasi layanan pajak (<i>efiling, e-billing, e-registration</i>) mudah untuk dipahami dan dipelajari.
3.		Digitalisasi layanan pajak (<i>e-filing, e-billing, e-registration, e-tracking</i>) mudah diakses dan digunakan
4.	Kemudahan pengguna	Aplikasi pajak <i>online</i> mudah digunakan dalam melaksanakan pendaftaran, pembayaran maupun proses pelaporan pajak secara <i>online</i> .
5.	Inovasi layanan digital	Fitur-fitur yang dihadirkan di dalam aplikasi pajak <i>online</i> sangat mendukung proses pengurusan pajak.

Sumber: Tambun dkk. (2020)

3.3.5 *Financial Technology Payment Gateway*

Fintech adalah industri keuangan baru yang menerapkan teknologi untuk meningkatkan aktivitas keuangan (Schueffel, 2018). Jenis *fintech payment gateway* sangat penting dalam dunia *e-commerce*, sebab pada *e-commerce*

diperlukan proses transaksi yang cepat dan aman antara penjual dan pembeli. Keberadaan layanan *payment gateway* sangat mendukung kelancaran transaksi, sebab memungkinkan untuk memilih berbagai metode pembayaran yang menghubungkan *e-commerce* dengan berbagai bank. Pemanfaatan *financial technology* di era digitalisasi perpajakan memberikan pelayanan dan lebih efisien bagi wajib pajak dalam peningkatan kepatuhan pajak (Atifa dkk., 2023)

Tabel 3.5
Indikator Variabel Pemanfaatan *Financial Technology Payment Gateway*

No.	Indikator	Pernyataan
1.	Kemudahan dalam pengoperasian	Aplikasi <i>payment gateway</i> mudah dioperasikan.
2.	Keamanan data	Aplikasi <i>payment gateway</i> menjamin keamanan data <i>privacy</i> .
3.	Menghemat waktu	Aplikasi <i>payment gateway</i> dapat menghemat waktu.
4.	Mempermudah pekerjaan	Aplikasi <i>payment gateway</i> dapat mempermudah pekerjaan.
5.	Kemudahan penggunaan	Aplikasi <i>payment gateway</i> lebih mudah digunakan dibandingkan dengan pembayaran manual.
6.	Tagihan sesuai dengan jadwal dan ketentuan	Aplikasi <i>payment gateway</i> menampilkan tagihan sesuai dengan jadwal dan ketentuan.

Sumber: Atifa dkk. (2023)

3.3.6 Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan pajak diartikan sebagai tindakan Wajib Pajak yang menunjukkan perilaku taat terhadap pajak dengan memenuhi seluruh kewajiban perpajakan yakni pelaporan dan pembayaran pajak serta menjalankan hak perpajakan yang dimiliki (Purnamasari dkk., 2018). Kepatuhan pajak adalah kepatuhan individu sebagai anggota masyarakat dengan tingkat pendapatan tertentu dalam menjalankan hak dan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan yang berlaku di suatu wilayah maupun Negara (Peprah dkk., 2020). Wajib Pajak berkomitmen untuk melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan yang berlaku tanpa perlu dilakukannya pemeriksaan secara mendetail, peringatan, maupun ancaman pada penerapan sanksi hukum ataupun administrasi (Akbar & Apollo, 2020). Wajib pajak harus memiliki pemahaman yang baik tentang undang-undang perpajakan terkait dengan pemenuhan hak dan kewajiban perpajakannya (Sofianti & Wahyudi, 2022).

Tabel 3.6

Indikator Variabel Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

No.	Indikator	Pernyataan
1.	Mendaftar sebagai wajib pajak (NPWP)	Saya sudah mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
2.	Melaksanakan pencatatan atau pembukuan	Saya sudah melaksanakan pencatatan atau pembukuan keuangan
3.	Melaporkan usaha sebagai Pengusaha Kena Pajak	Saya melaporkan usaha sebagai Pengusaha Kena Pajak

No.	Indikator	Pernyataan
4.	Melakukan perhitungan dan pembayaran pajak dengan benar	Saya sudah menghitung pajak terutang secara jujur dan benar
5.	Menyampaikan SPT tepat waktu	Saya sudah menyampaikan SPT tepat waktu
6.	Memenuhi kewajiban keterlambatan pembayaran pajak	Saya memenuhi kewajiban saat melunasi denda keterlambatan pembayaran pajak

Sumber: Sofianti & Wahyudi (2022)

3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti di lapangan melalui responden dengan cara pengisian angket.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan angket atau kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Skala yang digunakan yaitu skala likert yaitu sebagai berikut :

- a. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)

- c. Skor 3 untuk jawaban Netral (N)
- d. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
- e. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Alat Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sumber data primer menggunakan angket sebagai instrumen penelitian yang akan disebar dan diisi oleh responden. Data-data yang berasal dari instrumen kuesioner tersebut kemudian dianalisis, sedangkan pada pengujian hipotesis menggunakan analisis kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan uji statistik *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan SmartPLS 4.0 untuk menganalisis data.

3.5.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)

3.5.2.1 Uji Validitas Konvergen

Uji validitas sangat dibutuhkan sebagai penguji keabsahan instrumen penelitian sehingga bisa digunakan untuk alat menggali data pada saat melakukan penelitian. Menurut Arikunto (2019) sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan atau dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas diukur dengan nilai *loading factor*, dengan melihat korelasi antara nilai

item indikator dengan nilai konstruk. Nilai *loading factor* dianggap valid apabila memiliki nilai korelasi diatas 0,70 (Ghozali & Kusumadewi, 2023). Selain itu, pada uji validitas konvergen juga dilihat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE yang direkomendasikan harus lebih besar dari 0,50 (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

3.5.2.2 Uji Validitas Diskriminan

Pada uji validitas diskriminan terdapat model terbaru yang lebih sensitif terhadap varian dalam mendeteksi validitas diskriminan yaitu dengan melakukan pengujian *Heterotrait-Monotrait Ratio* atau HTMT (Henseler dkk., 2015).

3.5.2.3 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2019) reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas merupakan syarat pengujian validitas instrumen, oleh sebab itu instrumen yang *valid* umumnya pasti *reliabel*, tetapi pengujian reliabilitas perlu dilakukan. Pada uji reliabilitas, suatu konstruksi dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,70 (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

3.5.3 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi atas suatu data yang diperoleh. Analisis ini biasanya menggambarkan data dengan melihat nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, jumlah, *range*, kurtosis dan *skewness* atau kemencengan distribusi (Ghozali, 2018). Teknik tersebut memberikan penjelasan gambaran umum mengenai persepsi dari masing-masing responden terhadap suatu variabel penelitian.

3.5.4 Model Struktural (*Inner Model*)

3.5.4.1 Uji *R-Square* (R^2)

Uji *R-Square* (R^2) memungkinkan peneliti menilai pengaruh hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dan *path coefficients*. Tujuannya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model penelitian dalam menerapkan variasi variabel dependen (Ghozali & Kusumadewi, 2023). Nilai koefisien determinasi digunakan sebagai alat ukur seberapa baik persamaan regresi penelitian yang dilakukan. Apabila nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

3.5.4.2 Uji *Goodness of Fit* (GoF)

Uji *Goodness of Fit* (GoF) digunakan untuk mengetahui seberapa baik model yang ditentukan secara matematis antara matriks kovarian yang

diamati antar item indikator dengan yang diperkirakan (Hair dkk, 2019). Nilai GoF dapat diperoleh dari rata-rata komunalitas atau *average communalities* kemudian dikalikan dengan R^2 model. Rentang nilai GoF antara 0 sampai dengan 1 dengan rekomendasi nilai communality 0,50 dan nilai R^2 dengan interpretasi 0,10. Apabila nilai GoF 0,10 maka dikatakan kecil, nilai GoF 0,25 sedang dan nilai GoF 0,36 besar (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

3.5.4.3 Uji Multikolonieritas (VIF)

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model ditentukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent (Ghozali, 2018). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal, Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasinya antar sesama variabel independen sama dengan nol. Alat yang digunakan untuk menguji adanya gangguan multikolinearitas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Bila nilai $VIF < 10$ maka hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

3.5.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak dengan melihat nilai signifikansi *p-value* dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5%. Pada PLS estimasi pengukuran dan standar error tidak diperhitungkan dengan asumsi statistik, melainkan berdasarkan pengamatan empiris menggunakan metode *bootstrapping* (Ghozali & Kusumadewi, 2023). Pada penelitian ini, suatu hipotesis dapat dinyatakan diterima apabila nilai signifikansi *p-value* $< 0,05$. Sedangkan suatu hipotesis dapat dinyatakan ditolak jika nilai signifikansi *p-value* $> 0,05$ (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

BAB IV
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden

4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Jenjang Pendidikan *Owner* UMKM

Berdasarkan jenis kelamin, responden pada penelitian ini terdiri dari dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Informasi jenis kelamin responden pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin *Owner* UMKM

Jenis Kelamin	Jumlah UMKM	Prosentase (%)
Laki-laki	65	52.85%
Perempuan	58	47.15%
Total	123	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah responden *owner* UMKM berjenis kelamin laki-laki sebanyak 65 atau 52.85%, sedangkan jumlah responden *owner* UMKM berjenis kelamin perempuan sejumlah berjumlah 58 atau 47.15%.

Berdasarkan usia, responden *owner* UMKM dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia *Owner* UMKM

Kategori Usia	Jumlah	Prosentase (%)
< 26 tahun	0	0.00%

Kategori Usia	Jumlah	Prosentase (%)
26 – 35 Tahun	1	0.81%
36 – 45 Tahun	25	20.33%
46 – 55 Tahun	xw56	45.53%
> 55) Tahun	41	33.33%
Total	123	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden owner UMKM dalam penelitian ini berusia 46 sampai dengan 55 tahun sebanyak 56 orang atau sebesar 45.53 %.

Berdasarkan tingkat pendidikan, responden owner UMKM dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

**Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Owner
UMKM**

Keterangan	Jumlah	Prosentase (%)
SD	0	0.00%
SMP	3	2.44%
SMA/K	69	56.10%
S1/ D4	49	39.84%
S2/ S3	2	1.63%
Total	123	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, terlihat bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan SMA/K dengan jumlah sebesar 69 atau dengan tingkat persentase sebesar 56.10%.

4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Berdasarkan jenis usaha, responden dalam penelitian ini dikategorikan menjadi 5 kategori, yang dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Keterangan	Jumlah	Prosentase (%)
Kuliner	47	38.21%
Hasil Kerajinan	32	26.02%
Fashion dan Kecantikan	14	11.38%
Peternakan, Pertanian dan Perkebunan	8	6.50%
Lainnya	22	17.89%
Total	123	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, terlihat bahwa jenis usaha yang paling banyak dari responden adalah kuliner sejumlah 47 atau 38.21%.

4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Beroperasi

Berdasarkan lama beroperasi, responden dalam penelitian ini dikategorikan menjadi 4 kategori, yang dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Lama Beroperasi

Keterangan	Jumlah	Prosentase (%)
< 1 Tahun	0	0%
1 – 5 Tahun	2	1.63%
5 - 10 Tahun	45	36.59%
> 10 Tahun	76	61.79%
Total	123	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, lama beroperasi UMKM yaitu >10 Tahun atau sebesar 61.79%.

4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lokasi Usaha

Berdasarkan lokasi usaha, responden dalam penelitian ini dikategorikan menjadi 5 lokasi, yang dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Lokasi Usaha

Lokasi Usaha	Jumlah	Prosentase (%)
Sleman	60	48.78%
Bantul	25	20.33%
Kota Yogyakarta	25	20.33%
Kulonprogo	9	7.32%

Lokasi Usaha	Jumlah	Prosentase (%)
Gunung Kidul	4	3.25%
Total	123	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, lokasi UMKM yang digunakan sebagai responden paling banyak berlokasi di Sleman sejumlah 60 atau sebesar 48.78%.

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan penggambaran ringkas tentang variabel-variabel yang diteliti tanpa membandingkan atau menghubungkan dengan variabel lainnya. Pengukuran statistik dalam analisis ini adalah nilai rata-rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Dalam penelitian ini terdiri dari 6 variabel, yaitu variabel dependen Kepatuhan Wajib Pajak dan variabel independen antara lain Literasi Pajak, Kesadaran Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Digitalisasi Layanan Pajak dan *Financial Technology Payment Gateway*. Adapun hasil analisis statistik deskriptif pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Name	No.	Type	Missings	Mean	Median	Scale min	Scale max	Standard deviation
X1.1	1	MET	0	4.366	4	4	5	0.482
X1.2	2	MET	0	4.398	4	3	5	0.567

Name	No.	Type	Missings	Mean	Median	Scale min	Scale max	Standard deviation
X1.3	3	MET	0	4.13	4	3	5	0.584
X1.4	4	MET	0	4.382	4	3	5	0.578
X1.5	5	MET	0	4.098	4	2	5	0.703
X1.6	6	MET	0	4.195	4	2	5	0.565
X2.1	7	MET	0	3.569	3	1	5	1.013
X2.2	8	MET	0	4.114	4	2	5	0.653
X2.3	9	MET	0	4.073	4	3	5	0.627
X2.4	10	MET	0	3.659	4	2	5	1.081
X3.1	11	MET	0	4.415	4	3	5	0.624
X3.2	12	MET	0	4.171	4	3	5	0.608
X3.3	13	MET	0	4.081	4	2	5	0.645
X3.4	14	MET	0	4.13	4	2	5	0.674
X3.5	15	MET	0	4.065	4	3	5	0.659
X3.6	16	MET	0	3.211	3	2	5	0.886
X3.7	17	MET	0	4.398	4	3	5	0.634
X4.1	18	MET	0	3.829	4	2	5	1.095
X4.2	19	MET	0	3.211	3	1	5	0.877
X4.3	20	MET	0	3.382	3	1	5	1.31
X4.4	21	MET	0	3.228	3	1	5	0.872
X4.5	22	MET	0	3.707	4	2	5	1.139
X5.1	23	MET	0	4.463	5	3	5	0.602
X5.2	24	MET	0	3.87	4	2	5	0.54
X5.3	25	MET	0	4.48	5	3	5	0.561
X5.4	26	MET	0	3.886	4	2	5	0.544
X5.5	27	MET	0	4.504	5	3	5	0.547
X5.6	28	MET	0	4.244	4	3	5	0.546
Y1	29	MET	0	3.846	4	2	5	0.625
Y2	30	MET	0	4.252	4	3	5	0.55
Y3	31	MET	0	4.098	4	2	5	0.68
Y4	32	MET	0	4.106	4	2	5	0.66
Y5	33	MET	0	4.48	5	3	5	0.575
Y6	34	MET	0	4.374	4	3	5	0.547

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada tabel 4.7 di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil dari analisis deskriptif pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa jumlah butir pernyataan dalam kuesioner berjumlah 34 pernyataan.
2. Hasil nilai *missing value* 0, hal ini berarti bahwa semua data sudah terisi.
3. Nilai standar deviasi pada tabel tidak ada yang melebihi nilai *mean* artinya bahwa tidak ada data yang *outlier*.

4.3 Model Pengukuran (*Outer Model*)

4.3.1 Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen diukur dengan nilai *loading factor*, dengan melihat korelasi antara nilai item indikator dengan nilai konstruk. Nilai *loading factor* dianggap valid apabila memiliki nilai korelasi diatas 0,70 (Ghozali & Kusumadewi, 2023) dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0.50. Hasil pengujian validitas konvergen dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji *Outer Loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE) Awal

Variabel	Kode	Nilai <i>Factor Loading</i>	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
Literasi Pajak (X1)	X1.1	0.631	0.646
	X1.2	0.844	
	X1.3	0.737	
	X1.4	0.827	
	X1.5	0.870	
	X1.6	0.884	

Variabel	Kode	Nilai <i>Factor Loading</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Kesadaran Pajak (X2)	X2.1	0.790	0.670
	X2.2	0.839	
	X2.3	0.870	
	X2.4	0.770	
Sosialisasi Perpajakan (X3)	X3.1	0.836	0.581
	X3.2	0.740	
	X3.3	0.812	
	X3.4	0.731	
	X3.5	0.841	
	X3.6	0.554	
	X3.7	0.785	
Digitalisasi Layanan Pajak (X4)	X4.1	0.874	0.772
	X4.2	0.868	
	X4.3	0.901	
	X4.4	0.847	
	X4.5	0.901	
<i>Fintech Payment Gateway</i> (X5)	X5.1	0.886	0.697
	X5.2	0.788	
	X5.3	0.897	
	X5.4	0.784	
	X5.5	0.917	
	X5.6	0.719	
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y1	0.768	0.563
	Y2	0.788	
	Y3	0.716	

Variabel	Kode	Nilai <i>Factor Loading</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
	Y4	0.737	
	Y5	0.747	
	Y6	0.743	

Sumber: Data diolah (2025)

Pada hasil pengujian diketahui terdapat dua item indikator yang memiliki nilai *factor loading* di bawah 0,70 yaitu X1.1 dan X3.6 sehingga harus dihilangkan. Hal ini bertujuan supaya tidak mempengaruhi nilai akar *Average Variance Extracted (AVE)*. Selanjutnya setelah item yang tidak memenuhi syarat dihilangkan, maka dilakukan kembali pengujian validitas konvergen dengan hasil pada tabel pengujian validitas konvergen dengan hasil pada tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji *Outer Loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)* Akhir

Variabel	Kode	Nilai <i>Factor Loading</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Literasi Perpajakan (X1)	X1.2	0.874	0,712
	X1.3	0.728	
	X1.4	0.857	
	X1.5	0.885	
	X1.6	0.865	
Kesadaran Pajak (X2)	X2.1	0.790	0,670
	X2.2	0.839	

Variabel	Kode	Nilai <i>Factor Loading</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
	X2.3	0.870	
	X2.4	0.770	
Sosialisasi Perpajakan (X3)	X3.1	0.870	0,641
	X3.2	0.713	
	X3.3	0.796	
	X3.4	0.730	
	X3.5	0.854	
	X3.7	0.828	
Digitalisasi Layanan Pajak (X4)	X4.1	0.874	0,772
	X4.2	0.868	
	X4.3	0.901	
	X4.4	0.847	
	X4.5	0.901	
<i>Fintech Payment Gateway</i> (X5)	X5.1	0.886	0,697
	X5.2	0.788	
	X5.3	0.897	
	X5.4	0.784	
	X5.5	0.917	
	X5.6	0.719	
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y1	0.768	0.563
	Y2	0.788	
	Y3	0.716	
	Y4	0.738	

Variabel	Kode	Nilai <i>Factor Loading</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
	Y5	0.746	
	Y6	0.744	

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas diperoleh nilai *loading factor* > 0.70 dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* > 0.50 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data tersebut valid secara konvergen.

4.3.2 Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan diukur dengan dengan melakukan pengujian *Heterotrait-Monotrait Ratio* atau HTMT (Henseler dkk., 2015). Hasil uji validitas diskriminan dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji *Discriminant Validity Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*

Variabel	X1. LP	X2. KP	X3. SP	X4. DLP	X5. PG
Literasi Pajak (X1.LP)	-	-	-	-	-
Kesadaran Pajak (X2.KP)	0.647	-	-	-	-
Sosialisasi Perpajakan (X3.SP)	0.755	0.766	-	-	-
Digitalisasi Layanan Pajak (X4.DLP)	0.398	0.782	0.403	-	-
Fintech Payment Gateway (X5.PG)	0.816	0.449	0.706	0.211	-
Kepatuhan Wajib Pajak (Y.KWP)	0.984	0.757	0.771	0.488	0.945

Sumber: Data diolah (2025)

Pada pengujian HTMT, suatu varian dinyatakan valid apabila memiliki nilai < 1,00 (Henseler dkk., 2015). Berdasarkan tabel di atas, nilai

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) pada seluruh varian tidak melebihi 1,00 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel valid.

4.3.3 Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas, suatu konstruksi dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih besar dari 0,70 (Ghozali & Kusumadewi, 2023). Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Literasi Pajak (X1.LP)	0.897	0.925
Kesadaran Pajak (X2.KP)	0.838	0.890
Sosialisasi Perpajakan (X3.SP)	0.887	0.914
Digitalisasi Layanan Pajak (X4.DLP)	0.927	0.944
Fintech Payment Gateway (X5.PG)	0.911	0.932
Kepatuhan Wajib Pajak (Y.KWP)	0.845	0.885

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, semua konstruk memiliki nilai lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk pada penelitian ini memenuhi syarat atau reliabel.

4.4 Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian model structural (*inner model*) bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel yang telah dihipotesiskan (Ghozali & Kusumadewi,

2023). Pada pengujian ini akan diuji Uji *R-Square* (R^2) atau Koefisien Determinasi, Uji *Goodness of Fit* (GoF), dan Uji Multikolinieritas (VIF).

4.4.1 Uji *R-Square* (R^2) atau Koefisien Determinasi

Uji *R-Square* (R^2) atau Koefisien Determinasi digunakan untuk menilai pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Hasil pengujian *R-Square* (R^2) atau koefisien determinasi disajikan pada tabel 4.12 di bawah ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji *R-Square* (R^2) atau Koefisien Determinasi

Variabel	<i>R-square</i>	<i>Adjusted R-square</i>
Kepatuhan Wajib Pajak (KWP)	0.874	0.869

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *adjusted R-Square* sebesar 0,869 pada variabel kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa 86,9% perubahan variabel kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan oleh variabel literasi perpajakan, kesadaran pajak, sosialisasi perpajakan, digitalisasi layanan pajak, dan pemanfaatan *fintech payment gateway* dan sisanya sebesar 13,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.4.2 Uji *Goodness of Fit* (GoF)

Uji *Goodness of Fit* (GoF) dihitung dari perkalian pada akar kuadrat rata-rata nilai AVE dengan nilai *adjusted R-square*. Nilai AVE dan *adjusted R-square* ditunjukkan pada tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji *R-Square* (R^2) atau Koefisien Determinasi

Variabel	<i>Adjusted R-square</i>	AVE
Literasi Pajak (X1.LP)	0.869	0,712
Kesadaran Pajak (X2.KP)		0,670
Sosialisasi Perpajakan (X3.SP)		0,641
Digitalisasi Layanan Pajak (X4.DLP)		0,772
Fintech Payment Gateway (X5.PG)		0,697
Kepatuhan Wajib Pajak (Y.KWP)		0,563
Rata-rata		0.869

Sumber: Data diolah (2025)

Perhitungan GoF adalah sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{AVE} \times R^2$$

$$GoF = \sqrt{0,676} \times 0,869$$

$$GoF = 0,714$$

Nilai *Goodness of Fit* (GoF) yang diperoleh dari perhitungan adalah sebesar 0,714 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki kemampuan yang besar dalam menjelaskan data empiris yang ada. Semakin tinggi nilai GoF yang dimiliki maka akan semakin baik untuk diteliti.

4.4.3 Uji Multikolinieritas (VIF)

Uji multikolinieritas (VIF) bertujuan untuk menguji apakah model yang ditentukan memiliki korelasi antar variabel bebas (independen), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent (Ghozali, 2018). Alat yang digunakan untuk menguji adanya gangguan multikolinieritas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Bila nilai $VIF < 10$ maka hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas (VIF)

Variabel	Nilai VIF
Literasi Pajak (X1.LP)	2,952
Kesadaran Pajak (X2.KP)	3,166
Sosialisasi Perpajakan (X3.SP)	2,766
Digitalisasi Layanan Pajak (X4.DLP)	1,858
<i>Fintech Payment Gateway</i> (X5.PG)	2,612

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, diketahui bahwa nilai VIF dari kelima variabel independe < 10, maka menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

4.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak berdasarkan nilai signifikansi *p-value*. Pada PLS estimasi pengukuran dan *standar error* tidak dihitung dengan asumsi statistik, melainkan berdasarkan

pengamatan empiris melalui metode *bootstrapping* (Ghozali & Kusumadewi, 2023). Pada penelitian ini, suatu hipotesis dapat dinyatakan diterima apabila nilai signifikansi $p\text{-value} < 0,05$. Sedangkan suatu hipotesis dapat dinyatakan ditolak apabila nilai signifikansi $p\text{-value} > 0,05$ (Ghozali & Kusumadewi, 2023). Hasil uji hipotesis ditunjukkan pada tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis (Hubungan Antar Konstruk)

Hipotesis	Hubungan Antar Konstruk	<i>Original Sampel</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>	Keterangan
H ₁	X1. LP -> Y. KWP	0.397	4.123	0.000	Didukung
H ₂	X2. KP -> Y. KWP	0.213	3.047	0.002	Didukung
H ₃	X3. SP -> Y. KWP	-0.103	1.624	0.104	Tidak Didukung
H ₄	X4. DLP -> Y. KWP	0.096	2.191	0.028	Didukung
H ₅	X5. PG -> Y. KWP	0.503	5.46	0.000	Didukung

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menunjukkan hubungan antar konstruk berikut ini:

- a. Pengaruh variabel literasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak diketahui memperoleh nilai *t-statistic* sebesar $4,123 > 1,96$ dan *p-value* $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa literasi perpajakan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti semakin tinggi literasi perpajakan yang dimiliki seseorang maka dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak. Berdasarkan hal tersebut, maka **hipotesis pertama (H₁) didukung.**

- b. Pengaruh variabel kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak diketahui memperoleh nilai *t-statistic* sebesar $3,047 > 1,96$ dan *p-value* $0,002 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa kesadaran pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti semakin tinggi kesadaran pajak yang dimiliki seseorang maka dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak. Berdasarkan hal tersebut, maka **hipotesis kedua (H₂) didukung.**
- c. Pengaruh variabel sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak diketahui memperoleh nilai *t-statistic* sebesar $1,624 < 1,96$ dan *p-value* $0,104 > 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hal tersebut, maka **hipotesis ketiga (H₃) tidak didukung.**
- d. Pengaruh variabel digitalisasi layanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak diketahui memperoleh nilai *t-statistic* sebesar $2,191 > 1,96$ dan *p-value* $0,028 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa digitalisasi layanan pajak memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti semakin kuat digitalisasi layanan pajak yang dikenakan pemerintah kepada wajib pajak maka dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak. Berdasarkan hal tersebut, maka **hipotesis keempat (H₄) didukung.**
- e. Pengaruh variabel *financial technology payment gateway* terhadap kepatuhan wajib pajak diketahui memperoleh nilai *t-statistic* sebesar $5,460 > 1,96$ dan *p-*

value 0,000 <0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa *financial technology payment gateway* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti semakin tinggi *financial technology payment gateway* yang dimiliki seseorang maka dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak. Berdasarkan hal tersebut, maka **hipotesis kelima (H₅) didukung.**

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Literasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil pengujian hipotesis pertama (H₁) menunjukkan bahwa literasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kusumadewi dan Dyarini (2022), Arifin dan Sriyono (2022) serta Atifa, Afifudin dan Anwar (2023). Hasil penelitian ini juga mendukung *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang mengatakan bahwa intensi (niat) seseorang dalam berperilaku dibentuk oleh keyakinan sikap (*behavioral belief*). Dalam *behavioral belief* dijelaskan bahwa sebelum seseorang mengambil keputusan untuk melakukan sesuatu, individu tersebut akan memiliki keyakinan mengenai konsekuensi dari Tindakan yang diambilnya. Wajib pajak dengan literasi pajak yang baik tentu menyadari dan meyakini bahwa kontribusi pajaknya sangat vital untuk pendanaan dan pembiayaan

dan pembangunan nasional. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Naitili, Hambali dan Nurofik (2022) , semakin baik literasi perpajakan yang dimiliki seseorang maka dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak.

Dengan didukungnya hipotesis pertama (H_1), membenarkan teori atribusi (Heider, 1958) yang menentukan penyebab perilaku karena dipengaruhi oleh faktor internal yang berasal dari diri wajib pajak itu sendiri. Dalam rangka meningkatkan kepatuhan wajib pajak maka faktor internal dalam penelitian ini yaitu literasi perpajakan. Literasi perpajakan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Indikator yang digunakan mampu menampilkan bahwa seseorang yang memiliki literasi perpajakan yang baik maka dengan sendirinya akan timbul keinginan untuk memenuhi segala kewajiban perpajakannya, sehingga wajib pajak akan lebih mudah dalam menjalankan kewajibannya dengan baik, yaitu dengan selalu patuh membayar pajak. Masyarakat yang memiliki tingkat literasi pajak yang baik juga akan cenderung memenuhi kewajiban perpajakannya dengan baik (Erdi & Astuti, 2023).

4.6.2 Pengaruh Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil pengujian hipotesis kedua (H_2) yaitu kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM berpengaruh positif signifikan. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Madjojo &

Baharudin (2022) dan Yulianti (2022). Hasil penelitian ini juga mendukung *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yakni *behavioral belief*, dijelaskan bahwa sebelum seseorang memutuskan untuk melakukan suatu hal, seseorang tersebut akan memiliki keyakinan tentang hasil dari perilakunya. Wajib pajak dengan kesadaran pajak yang baik tentu mengetahui serta memiliki keyakinan bahwa pajak yang dibayarkannya sangatlah penting bagi pembiayaan dan pembangunan negara. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Hapsari dan Ramayanti (2022), Yulianti (2022) dan Yulia, dkk (2020), semakin baik kesadaran pajak yang dimiliki seseorang maka dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak.

Dengan didukungnya hipotesis kedua (H₂), membenarkan teori atribusi (Heider, 1958) yang menentukan penyebab perilaku karena dipengaruhi oleh faktor internal yang berasal dari diri wajib pajak itu sendiri. Dalam rangka meningkatkan kepatuhan wajib pajak maka faktor internal dalam penelitian ini yaitu kesadaran pajak. Kesadaran pajak merupakan suatu bentuk sikap lisan yang memberikan kontribusi kepada negara untuk mendukung pembangunan nasional dan berusaha mematuhi semua peraturan yang telah ditetapkan oleh negara serta dapat dipaksakan kepada wajib pajak. Kepatuhan dalam pendaftaran, pelaporan, penghitungan, dan pembayaran pajak yang harus dibayar serta pelunasan tunggakan pajak Adalah kewajiban yang harus dipatuhi oleh wajib pajak (Mansur dkk.,

2021). Jika wajib pajak menyadari tanggung jawabnya dalam membayar pajak, maka hal tersebut akan membuat wajib pajak mematuhi kewajibannya (Madjodjo & Baharuddin, 2022).

4.6.3 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H₃) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utari dan Sofya (2023), Pratama dan Fadli (2023), Mansyur, dkk (2023) dan Azary, dkk (2022) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Hasil yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM juga tidak sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). Hal ini mengindikasikan tinggi atau rendahnya tingkat sosialisasi perpajakan tidak dapat mempengaruhi sikap individu untuk patuh dalam memenuhi hak dan kewajiban perpajakannya. Berdasarkan hasil analisa, seringkali sosialisasi perpajakan dilakukan hanya saat ada program baru, *tax amnesty*, atau menjelang pelaporan SPT. Dalam sosialisasi perpajakan belum ada

pendekatan jangka panjang yang membangun budaya pajak secara terus-menerus atau berkelanjutan dan konsisten.

Untuk penelitian terdahulu, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Sinuhaji dkk (2024). Peran sosialisasi perpajakan terlihat minim dalam mempengaruhi hubungan antara faktor-faktor ini dengan kepatuhan pajak. Dengan kemajuan teknologi saat ini, masyarakat lebih sering menggunakan *gadget* sebagai media komunikasi tercepat ditambah *handphone* dilengkapi dengan media sosial akan memperoleh informasi melalui akun pajak tanpa mengikuti sosialisasi.

4.6.4 Pengaruh Digitalisasi Layanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil pengujian hipotesis keempat (H₄) menunjukkan bahwa digitalisasi layanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tambun dan Ananda (2022) dan Fitria (2022) yang mendapat cukup bukti empiris bahwa digitalisasi layanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) menyatakan bahwa keinginan seorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh keyakinan orang tersebut atas hasil evaluasi terhadap perilakunya, apabila wajib pajak mempunyai keyakinan

bahwa digitalisasi layanan pajak memiliki kualitas yang baik dan memberikan hasil yang positif maka akan berdampak pada penggunaan digitalisasi sebagai media untuk melakukan pelaporan wajib pajak. Penggunaan digitalisasi yang semakin meningkat maka akan berpengaruh pula terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil uji hipotesis keempat (H₄) juga sejalan dengan teori atribusi (Heider, 1958) yang menentukan penyebab perilaku karena dipengaruhi oleh faktor eksternal. Dalam rangka meningkatkan kepatuhan wajib pajak maka faktor eksternal dalam penelitian ini yaitu digitalisasi layanan pajak. Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Sinuhaji, dkk (2024) yang menyatakan bahwa digitalisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Adanya penerapan digitalisasi layanan pajak ini membuat wajib pajak mendapatkan banyak kemudahan dalam penyampaian pajak antara lain efisiensi waktu dan biaya.

4.6.5 Pengaruh *Financial Technology Payment Gateway* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil pengujian hipotesis kelima (H₅) menunjukkan bahwa *Financial Technology Payment Gateway* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Erdi dan Astuti (2023) serta Pirri, dkk (2023).

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menyatakan bahwa keinginan seorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh keyakinan orang tersebut atas hasil evaluasi terhadap perilakunya, apabila wajib pajak mempunyai keyakinan bahwa *financial technology payment gateway* memiliki kualitas yang baik dan memberikan hasil yang positif maka akan berdampak pada penggunaan *financial technology* sebagai media untuk melakukan pelaporan wajib pajak. Penggunaan *financial technology payment gateway* yang semakin meningkat maka akan berpengaruh pula terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dengan diterimanya hipotesis kelima (H_5), membenarkan teori atribusi (Heider, 1958) yang menentukan penyebab perilaku karena dipengaruhi oleh faktor eksternal. Dalam rangka meningkatkan kepatuhan wajib pajak maka faktor eksternal dalam penelitian ini yaitu *financial technology payment gateway*. Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian yang menyatakan bahwa Pirri dkk (2023) yang menyatakan bahwa pemanfaatan *financial technology* terhadap kepatuhan wajib pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan *financial technology* maka akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Hasil juga memperkuat penelitian sebelumnya bahwa *financial technology* yang memadai akan berdampak pada

peningkatan kepatuhan pajak akibat akses informasi dan kemudahan pembayaran yang disediakan teknologi ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Literasi perpajakan berbanding lurus dengan kepatuhan wajib pajak, apabila literasi keuangan semakin tinggi maka kepatuhan wajib pajak semakin meningkat. Wajib Pajak yang memiliki tingkat literasi pajak yang baik juga akan cenderung memenuhi kewajiban perpajakannya dengan baik.
2. Kesadaran pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Kesadaran pajak berasal dari dalam diri wajib pajak. Apabila wajib pajak menyadari kewajibannya dalam membayar pajak, maka hal tersebut akan membuat wajib pajak tersebut patuh. Kesadaran pajak berbanding lurus dengan kepatuhan wajib pajak, apabila kesadaran pajak semakin tinggi maka kepatuhan wajib pajak semakin meningkat.
3. Sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Peran sosialisasi perpajakan terlihat minim dalam mempengaruhi hubungan antara faktor-faktor ini dengan kepatuhan pajak. Dalam sosialisasi perpajakan belum ada pendekatan jangka panjang yang membangun budaya pajak secara terus-menerus atau berkelanjutan dan konsisten. Sosialisasi perpajakan dilakukan hanya saat ada program baru, *tax amnesty*, atau

menjelang pelaporan SPT, sehingga perlu dikombinasikan dengan penegakan hukum, pelayanan yang baik, dan edukasi berkelanjutan.

4. Digitalisasi layanan pajak berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Semakin baik digitalisasi layanan pajak yang disediakan maka akan meningkatkan seseorang untuk patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.
5. Pemanfaatan *financial technology payment gateway* memberikan dampak positif dan signifikan pada kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Teknologi keuangan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak karena sistem ini dapat mempercepat akses keuangan dan mempermudah seseorang dalam melakukan transaksi keuangan termasuk dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini memberikan tambahan informasi dan bukti empiris terkait dengan pengaruh literasi perpajakan, kesadaran pajak, sosialisasi perpajakan, digitalisasi layanan pajak dan pemanfaatan *financial technology* terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM dan diharapkan dapat menjadi literatur dalam penelitian lebih lanjut agar memberikan informasi tentang kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

2. Pemerintah dalam hal ini pihak Direktorat Jenderal Pajak dan Dinas Koperasi dan UMKM perlu melakukan lebih banyak sosialisasi terkait dengan perpajakan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh Masyarakat dan mampu menumbuhkan rasa sadar pajak, Sosialisasi yang dilakukan bertujuan untuk memberikan informasi dan pengetahuan terkait dengan manfaat pajak, perubahan peraturan perpajakan, penghitungan pajak, dan kewajiban perpajakan sesuai ketentuan yang berlaku mendorong Wajib Pajak UMKM untuk mendaftar secara sukarela, memiliki pembukuan, menghitung pajak yang terutang dengan benar dan membayar tepat waktu, serta melaporkan berkas pajak tepat waktu.
3. Pemerintah melalui kementerian terkait perlu meningkatkan keamanan pada layanan pajak digital dan aplikasi *financial technology* yang digunakan oleh Masyarakat. Selain itu juga perlunya sosialisasi terhadap masyarakat terkait layanan digital yang disediakan oleh pemerintah dalam rangka mempermudah pemenuhan kewajiban perpajakan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian, adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan beberapa variabel yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Ada kemungkinan variabel di luar

penelitian yang tidak teridentifikasi, sehingga dapat mempengaruhi hasil penelitian.

2. Penelitian ini hanya terbatas pada metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Ada kemungkinan data lain yang belum tergalai dari penggunaan *financial technology*.
3. Pengumpulan data memerlukan waktu yang cukup lama untuk mendapatkan sejumlah minimal responden.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian ini, maka berikut adalah beberapa saran untuk penelitian selanjutnya:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian yang sama dengan memperluas variabel independen lain atau dengan menambahkan variabel moderasi.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode pengumpulan data kombinasi misalnya kuesioner dan wawancara.
3. Penelitian selanjutnya disarankan dapat menggunakan sampel yang lebih besar untuk dapat menghasilkan penelitian yang lebih valid.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdu, E., & Adem, M. (2023). Tax compliance behavior of taxpayers in Ethiopia: A review paper. *Cogent Economics & Finance*, 11(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2189559>
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. *In action control: From cognition to behavior*, 1(1), 11-39.
- Akbar, H., & Apollo. (2020). pengaruh pemanfaatan teknologi informasi dan pelayanan fiskus terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak (studi kasus pada Kantor Pelayanan Pajak Jakarta Palmerah). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(3), 216–223. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i3.97>
- Alexander, P., Balavac-Orlic, M., Lymer, A., & Mukherjee, S. (2023). Further improving our understanding of the tax awareness, tax literacy and tax morale of young adults. *Journal of Tax Administration*, 8(1). <https://www.ons.gov.uk/>
- Alexander, R. J., & Suhendry, W. (2024). Analisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan BCA mobile banking di Pontianak. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 18–27.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Aryana, T., Dumadi, & Zaman, M. B. (2024). pengaruh literasi keuangan, payment gateway, dan peer to peer lending terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Brebes. *Jurnal Visi Manajemen*, 10(3), 120–142.
- Atifa, N., Afifudin, & Anwar, S. A. (2023). Pengaruh literasi pajak, sosialisasi perpajakan, dan pemanfaatan financial technology terhadap kepatuhan wajib pajak dimana digitalisasi perpajakan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 12(2). <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jra>
- Bornman, M., & Wassermann, M. (2020). Tax knowledge for the digital economy. *Journal of Economic and Financial Sciences*, 13(1), 1–11. <https://doi.org/10.4102/jef.v13i1.461>
- Catriana, E., & Sukmana, Y. (2021). *Menkop: Kontribusi pajak UMKM masih sangat rendah*. Money.Kompas.Com. https://money.kompas.com/read/2021/09/16/191249026/menkop-kontribusi-pajak-umkm-masih-sangat-rendah#google_vignette
- Dewi, Ni Putu Aprilianti Tirta Yadnyana, I. K., Yasa, G. W., & Wijaya, I. G. A. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan fintech lending pada generasi milenial. *Ekonomi dan Bisnis UDAYANA*, 11(5), 557–568.

- Dian, N., & Rinaldi. (2020). Pengaruh teori perilaku terencana terhadap intensi korupsi pengurus organisasi intrakampus. *Jurnal RAP*, 11(2), 150–167.
- Erdi, T. W., & Astuti, R. P. (2023). Literasi perpajakan, kesadaran perpajakan, dan kepatuhan pajak kendaraan bermotor dengan financial technology sebagai mediator. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(10), 2686–2699. <https://doi.org/10.24843/eja.2023.v33.i10.p11>
- Farrasari, W. R., & Amaliah, I. (2023). Pengaruh technology acceptance model terhadap minat masyarakat kota bandung dalam berbelanja produk fashion di e-commerce Shopee. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 3(1), 238–245.
- Fitria, R., Fionasari, D., & Sari, D. P. P. (2022). Pengaruh kebijakan insentif pajak, digitalisasi pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal IAKP: Jurnal Inovasi Akuntansi Keuangan & Perpajakan*, 3(2), 139. <https://doi.org/10.35314/iakp.v3i2.2945>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial least squares : Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 4.0 untuk penelitian empiris*. Yoga Pratama.
- Hapsari, A., & Kholis, N. (2020). Analisis faktor-faktor kepatuhan wajib pajak UMKM di KPP Pratama Karanganyar. *Reviu Akuntansi Dan BisnisIndonesia*, 4(1), 56–67.
- Henseler, J., Startedt, M., & Ringle, C. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135.
- Hopper, E. (2018). *Attribution theory: The psychology of interpreting behavior*. ThoughtCo. <https://www.thoughtco.com/attribution-theory-4174631>
- Indrayanni, N. M. M., Mahaputra, I. N. K. A., & Sudiartana, and I. M. (2022). pengaruh kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan, dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Kharisma*, 4, 115–124.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teori, penerapan, dan riset nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Kiconco, R. I., Gwokyalya, W., Sserwanga, A., & Balunywa, W. (2019). Tax compliance behaviour of small business enterprises in Uganda. *Journal of Financial Crime*, 26(4), 1117–1132.
- Kristanto, A. B., & Noreen, C. A. (2021). Kepatuhan di tengah kompleksitas pajak: Apakah literasi memiliki peran? *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 8(02), 35–46.

<https://doi.org/10.35838/jrap.2021.008.02.14>

- Madjodjo, F., & Baharuddin, I. (2022). Pengaruh kesadaran wajib pajak dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 50–67.
- Mansur, F., Prasetyo, E., Beatrice, A., & Hernando, R. (2021). The effect of tax training and tax understanding on tax compliance. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(4), 647–658.
- Mansyur, Y., Sjarlis, S., & Abidin, Z. (2023). Pengaruh sosialisasi perpajakan, sanksi pajak, dan kualitas layanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak hotel, restoran, dan hiburan di Kota Makassar. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 18(1), 29–43.
- Mat Jusoh, Y. H., Mansor, F. A., Abd Razak, S. N. A., & Wan Mohamad Noor, W. N. B. (2021). The effects of tax knowledge, tax complexity and tax morale towards tax compliance behaviour among salaried group in Malaysia. *Advances in Business Research International Journal*, 7(2), 250. <https://doi.org/10.24191/abrij.v7i2.14326>
- Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM e-commerce. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 21–29.
- Muvidah, A. R., & Andriani, S. (2019). Pengaruh pengetahuan dan digitalisasi perpajakan terhadap voluntary tax compliance di mediasi kepercayaan pada industri kecil menengah Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Naitili, S. L., Hatta Hambali, A. J., & Nurofik, N. (2022). Tax incentives and taxpayer compliance of micro, small and medium enterprises: The moderating role of tax literacy. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 24(3), 420–430. <https://doi.org/10.14414/jebav.v24i3.2902>
- Ndalul, M. S. A., & Wahyudi, D. (2022). Pengaruh penerapan e-system perpajakan, insentif perpajakan, sanksi perpajakan, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak selama masa pandemi (studi pada wajib pajak terdaftar di KPP Pratama Jepara). *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(1), 193–204.
- Nugroho, A. D., & Hidayatulloh, A. (2023). The effect of love of money and machiavellianism on taxpayer compliance: The Role Of Religiosity. *Jurnal Edukasi*, 8(1), 11–17.
- Nugroho, V. Q. (2020). Pengaruh sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(1).
- Nurhidayah, H. (2021). *Seberapa patuhkah pelaku UMKM dalam membayar pajak?* Pajak.Com. https://www.pajak.com/pwf/seberapa-patuhkah-pelaku-umkm-dalam-membayar-pajak/#google_vignette

- Pangestu, F. ., & Iswara, U. . (2022). Pengaruh sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(12).
- Perdana, E. S., & Dwirandara, A. A. N. . (2020). Pengaruh kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, dan sanksi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1458–1469.
- PP. (2018). Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan. *Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018*, 1–9.
- Purnamasari, D. I., Dps, R. H., Nasional, P., Veteran, ", & Yogyakarta. (2018). The effect of modernization of indonesia's tax administration system on tax compliance: A study of Small Medium Enterprises (SMEs) taxpayers. *International Journal of Computer Networks and Communications Security*.
- Purnamasari, R. D. ., Sasana, H., & Noviningtyas, I. (2021). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan brand image terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran paylater. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 420–430.
- Purwanto, E., & Budman, V. (2020). Applying the technology acceptance model to investigate the intention to use e-health: a conceptual framework. *Technology Reports of Kansai University*, 62(05), 2569–2580.
- Rahadi, D. R. (2020). *Financial technology : It is an emerging industry that uses technology to improve activities in finance*. PT. Filda Fikrindo.
- Raspati, B., Ningsih, V. K., Syalikha, S., & Nurcahya, W. F. (2024). kontribusi fintech terhadap penerimaan dan kepatuhan pajak di Indonesia. *Journal of Macroeconomics and Social Development*, 1(4), 1–14.
- Rivai, A. A. (2022). *Wadah UMKM KEMENKEU, aplikasi model satu paket kemudahan sistem untuk kesejahteraan bangsa*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15199/Wadah-UMKM-KEMENKEU-Aplikasi-Model-Satu-Paket-Kemudahan-Sistem-Untuk-Kesejahteraan-Bangsa.html>
- Rofiyanti, E., Lestari, I. M., Dravronov, I. O., Natisation, A., & Krishantoro. (2022). Strategy of advertising tax collection in the digitalization era on badan pendapatan daerah of DKI Jakarta. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 3(1), 46–56.
- Saputra, H. (2019). Analisa Kepatuhan pajak dengan pendekatan teori perilaku terencana (terhadap wajib pajak orang pribadi di Provinsi DKI Jakarta). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 47–58.

- Saputro, R. F. (2018). Membangun rumah literasi pajak. *DDTNews*. https://news.ddtc.co.id/membangun-rumah-literasi-pajak-11742?page_y=305
- Saunders, M. N. ., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). *Research methods for business students* (9th ed.). Pearson.
- Schueffel, P. (2018). Taming the beast: A scientific definition of fintech. *SSRN Electronic Journal*, April. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3097312>
- Setiawan, A., & Sulistiowati, L. H. (2017). Penerapan modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam E-Business. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 171–185.
- Sinuhaji, V. L., Purba, H., & Hutapea, J. Y. (2024). Pengaruh digitalisasi perpajakan dan pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 6974–6990. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9884>
- Sofianti, M., & Wahyudi, D. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 13(1).
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian pendidikan : kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian tindakan ,. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Supadmi, N. L. (2019). Meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui kualitas pelayanan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), 1–14.
- Tambun, S., & Ananda, N. A. (2022). Pengaruh kewajiban moral dan digitalisasi layanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nasionalisme sebagai pemoderasi. *Owner*, 6(3), 3158–3168. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.999>
- Tambun, S., Sitorus, R. R., & Atmojo, S. (2020). Pengaruh digitalisasi layanan pajak dan cooperative compliance terhadap upaya pencegahan tax avoidance dimoderasi kebijakan fiskal di masa pandemi covid 19. *Media Akuntansi Perpajakan*, 5(2), 74–86. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP/article/view/4440>
- Tambunan, M. R. U. D., Rosdiana, H., & Irianto, E. S. (2020). taxing digital economy through online marketplace in Indonesia. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 10(2), 187–192. <https://doi.org/10.32479/ijefi.9071>
- Tommy. (2021). *Rasio UMKM taat pajak: Sejauh apa kesadaran pajak di sektor UMKM?* Sobatpajak.Com. <https://www.sobatpajak.com/article/60cc0a1dcebfa843e22f1fc0/Rasio-UMKM-Taata-Pajak%3A-Sejauh-Apa-Kesadaran-Pajak-di-Sektor-UMKM%3F>

- Tumsifu, E., Jani, D., & Gekombe, C. (2020). small and medium enterprises and social media usage: A fashion industry perspective. *University of Dar Es Salaam Library Journal*, 15(1), 101–124.
- Wiharsianti, E. A., & Hidayatulloh, A. (2023). Kepatuhan wajib pajak orang pribadi: love of money, machiavellianisme, dan kepercayaan pada pemerintah. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(2), 394–406.
- Wulandari, L. A. (2020). *Perpajakan dasar untuk UMKM pemula*.
- Yosefin, Y., & Anjelika, M. (2022). Pengaruh digitalisasi pajak (electronic system) terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(2), 747–764. <https://doi.org/10.54259/mudima.v2i2.430>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH LITERASI PERPAJAKAN, KESADARAN PAJAK,
SOSIALISASI PERPAJAKAN, DIGITALISASI LAYANAN PAJAK DAN
PEMANFAATAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* TERHADAP
KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM**



**PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025**

Yth. **Bapak/ Ibu/ Saudara/Saudari**
di tempat

Assalamu'alaikum wr wb

Sehubungan dengan penyusunan tesis tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan Program Pasca Sarjana dengan judul di atas, bersama ini saya

Nama : Praptomaningsih

NIM : 22919021

Prodi : Magister Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

memohon bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.

Semua isian dalam kuesioner ini hanya digunakan untuk keperluan penyusunan tesis tugas akhir dan tidak digunakan atau dipublikasikan secara luas, sehingga kerahasiaan data responden terjaga.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan bantuan yang diberikan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr wb

A. Jenis Kelamin

- 1. Laki-laki
- 2. Perempuan

B. Usia

- 1. < 26 Tahun
- 2. 26 – 35 Tahun
- 3. 36 – 45 Tahun
- 4. 46 – 55 Tahun
- 5. > 55 Tahun

C. Jenjang Pendidikan

- 1. SD
- 2. SMP
- 3. SMA/K

- 4. S1
- 5. S2/S3
- 6.

D. Jenis UMKM

- 1. Kuliner
- 2. Hasil Kerajinan
- 3. Fashion dan Kecantikan
- 4. Peternakan, Pertanian, dan Perkebunan
- 5. Lainnya

E. Kepemilikan NPWP

- 1. Ya
- 2. Tidak

F. Lama Beroperasi

- 1. < 1 Tahun
- 2. 1 – 5 Tahun
- 3. 5 – 10 Tahun
- 4. > 10 Tahun

G. Lokasi UMKM

- 1. Sleman
- 2. Bantul
- 3. Kota Yogyakarta
- 4. Kulonprogi
- 5. Gunungkidul

H. Cara Pengisian Kuesioner

Bapak/Ibu/Saudara/i memberi tanda silang (X)] pada pilihan jawaban yang tersedia (rentang angka dari 1 sampai 5) sesuai pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Setiap pertanyaan hanya memerlukan satu jawaban. Setiap angka mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

I. Literasi Perpajakan

Literasi perpajakan mengacu pada kemampuan individu atau masyarakat untuk memahami dan mengelola aspek-aspek yang terkait dengan pajak.

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Setiap Wajib Pajak harus memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak.					
2.	Salah satu fungsi pajak adalah sebagai sumber dana bagi negara untuk membiayai pengeluaran rutin.					
3.	Saya mengetahui dalam sistem perpajakan yang digunakan saat ini (menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri).					
4.	Saya mengetahui bahwa dalam UU Perpajakan, bagi Wajib Pajak yang terlambat atau tidak membayar pajak dapat diberikan sanksi administrasi (denda) atau sanksi pidana (penjara).					
5.	Saya mengetahui besarnya Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP), Pengusaha Kena Pajak (PKP) dan tarif pajak yang saya bayarkan.					
6.	Saya mengetahui waktu membayar dan melapor pajak.					

J. Kesadaran Pajak

Kesadaran pajak merupakan suatu bentuk sikap oral yang memberikan sebuah kontribusi kepada negara untuk menunjang pembangunan negara dan berusaha untuk mentaati semua peraturan yang telah ditetapkan oleh negara serta dapat dipaksakan kepada wajib pajak

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui adanya UU dan ketentuan dalam perpajakan					
2.	Saya mengetahui bahwa Pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembiayaan negara					
3.	Saya memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku					
4.	Saya mempunyai kewajiban membayar pajak dengan ikhlas tanpa adanya unsur paksaan.					

K. Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan dilakukan oleh petugas pajak melalui media yang mudah dijangkau oleh wajib pajak seperti pada *broadcasting* di media cetak, radio, televisi, dan internet.

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh pemerintah yang ditujukan kepada wajib pajak dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman pajak yang memadai.					
2.	Saya merasa sosialisasi pajak yang dilakukan secara teratur dapat memberikan informasi yang terbaru tentang perpajakan.					
3.	Sosialisasi pajak yang dilakukan dengan rutin dapat meminimalisir kesalahan saat menjalankan kewajiban pajak.					
4.	Petugas pajak memberikan informasi kepada Wajib Pajak dengan melengkapi penjelasan melalui brosur dan iklan.					
5.	Pemasangan <i>billboard</i> atau spanduk tentang perpajakan, mudah dimengerti dan menarik sehingga dapat menambah pengetahuan					

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	perpajakan lebih luas untuk Masyarakat.					
6.	Sosialisasi pajak yang disampaikan sudah sangat jelas sehingga informasi yang diberikan mudah dipahami.					
7.	Informasi perpajakan yang diberikan dalam sosialisasi menggunakan bahasa yang sederhana dan dapat dipahami sehingga memudahkan dalam menjalankan kewajiban perpajakan.					

L. Digitalisasi Layanan Pajak

Digitalisasi layanan pajak adalah fasilitas yang disediakan Direktorat Jenderal Pajak dan pemerintah yang dapat diakses secara *online* oleh masyarakat untuk kepentingan layanan perpajakan, sehingga Wajib Pajak dapat dengan mudah mengakses layanan pajak secara *online*.

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Sistem digitalisasi layanan pajak yang dihadirkan oleh pemerintah berupa aplikasi/ <i>website</i> .					
2.	Panduan digitalisasi layanan pajak (<i>e-filing, e-billing, e-registration</i>) mudah untuk dipahami dan dipelajari.					
3.	Digitalisasi layanan pajak (<i>e-filing, e-billing, e-registration, e-tracking</i>) mudah diakses dan digunakan					
4.	Aplikasi pajak <i>online</i> mudah digunakan dalam melaksanakan pendaftaran, pembayaran maupun proses pelaporan pajak secara <i>online</i> .					
5.	Fitur-fitur yang dihadirkan di dalam aplikasi pajak <i>online</i> sangat mendukung proses pengurusan pajak.					
6.	Sistem digitalisasi layanan pajak yang dihadirkan oleh pemerintah berupa aplikasi/ <i>website</i> .					

M. Fintech Payment Gateway

Payment gateway adalah layanan keuangan yang digunakan untuk memproses pembayaran secara digital.

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Aplikasi <i>payment gateway</i> mudah dioperasikan.					
2.	Aplikasi <i>payment gateway</i> menjamin keamanan data <i>privacy</i> .					
3.	Aplikasi <i>payment gateway</i> dapat menghemat waktu.					
4.	Aplikasi <i>payment gateway</i> dapat mempermudah pekerjaan.					
5.	Aplikasi <i>payment gateway</i> lebih mudah digunakan dibandingkan dengan pembayaran manual.					
6.	Aplikasi <i>payment gateway</i> menampilkan tagihan sesuai dengan jadwal dan ketentuan.					

N. Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan Wajib Pajak merupakan tindakan Wajib Pajak yang mencerminkan perilaku patuh terhadap pajak dengan memenuhi semua kewajiban perpajakan yaitu pelaporan dan pembayaran pajak serta melaksanakan hak perpajakannya

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)					
2.	Saya sudah melaksanakan pencatatan atau pembukuan keuangan					
3.	Saya melaporkan usaha sebagai Pengusaha Kena					

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Pajak					
4.	Saya sudah menghitung pajak terutang secara jujur dan benar					
5.	Saya sudah menyampaikan SPT tepat waktu					
6.	Saya memenuhi kewajiban saat melunasi denda keterlambatan pembayaran pajak					

Lampiran 2 Data Demografi Responden

No.	Gender	Usia	Jenjang Pendidikan	Jenis UMKM	Kepemilikan NPWP	Lama Beroperasi	Lokasi UMKM
1.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Lainnya (Toko Besi dan Bangunan)	Ya	> 10 Tahun	Sleman
2.	P	46 - 55 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
3.	P	36 - 45 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
4.	L	36 - 45 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
5.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Peternakan, pertanian dan perkebunan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
6.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Lainnya (Toko Kelontong)	Ya	> 10 Tahun	Bantul
7.	P	36 - 45 Tahun	S1	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Bantul
8.	P	36 - 45 Tahun	S1	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Bantul
9.	L	> 55 Tahun	SMP	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Sleman
10.	L	36 - 45 Tahun	S1	Lainnya jasa transportasi	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
11.	L	> 55 Tahun	S1	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Sleman
12.	P	36 - 45 Tahun	S1	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
13.	P	> 55 Tahun	S1	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Kota Yogyakarta
14.	L	> 55 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
15.	P	36 - 45 Tahun	S1	Fashion dan Kecantikan	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
16.	P	36 - 45 Tahun	S1	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Kota Yogyakarta
17.	P	> 55 Tahun	S1	Lainnya jasa transportasi	Ya	5 - 10 Tahun	Kota Yogyakarta
18.	L	> 55 Tahun	SMP	lainnya dagang emping mlinjo	Ya	> 10 Tahun	Sleman
19.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Sleman
20.	L	36 - 45 Tahun	S1	Lainnya (produksi mobil jeep)	Ya	> 10 Tahun	Sleman
21.	L	36 - 45 Tahun	S1	Peternakan, pertanian dan perkebunan	Ya	1- 5 Tahun	Sleman

No.	Gender	Usia	Jenjang Pendidikan	Jenis UMKM	Kepemilikan NPWP	Lama Beroperasi	Lokasi UMKM
22.	L	46 - 55 Tahun	S2/S3	Peternakan, pertanian dan perkebunan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
23.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Gunung Kidul
24.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	1- 5 Tahun	Gunung Kidul
25.	L	36 - 45 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
26.	L	46 - 55 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
27.	L	46 - 55 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
28.	P	> 55 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
29.	L	46 - 55 Tahun	S1	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
30.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
31.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Fashion dan Kecantikan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
32.	L	46 - 55 Tahun	S1	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Sleman
33.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Fashion dan Kecantikan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
34.	L	36 - 45 Tahun	S1	Fashion dan Kecantikan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
35.	L	36 - 45 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
36.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
37.	P	36 - 45 Tahun	S1	Lainnya Transportasi	Ya	> 10 Tahun	Sleman
38.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Lainnya Toko Besi dan Bangunan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
39.	L	46 - 55 Tahun	SMP	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Kulon Progo
40.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Kulon Progo
41.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Lainnya Transportasi	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
42.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
43.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Peternakan, pertanian dan perkebunan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
44.	L	46 - 55 Tahun	S1	Peternakan, pertanian dan perkebunan	Ya	> 10 Tahun	Sleman

No.	Gender	Usia	Jenjang Pendidikan	Jenis UMKM	Kepemilikan NPWP	Lama Beroperasi	Lokasi UMKM
45.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
46.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
47.	P	26 - 35 Tahun	S1	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Sleman
48.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
49.	L	36 - 45 Tahun	S2/S3	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
50.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
51.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
52.	L	46 - 55 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
53.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
54.	L	36 - 45 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Bantul
55.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Gunung Kidul
56.	P	36 - 45 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Gunung Kidul
57.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Kulon Progo
58.	L	46 - 55 Tahun	S1	Fashion dan Kecantikan	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
59.	L	46 - 55 Tahun	S1	Fashion dan Kecantikan	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
60.	P	36 - 45 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Kota Yogyakarta
61.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
62.	L	36 - 45 Tahun	S1	Fashion dan Kecantikan	Ya	5 - 10 Tahun	Kota Yogyakarta
63.	P	36 - 45 Tahun	S1	Fashion dan Kecantikan	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
64.	L	46 - 55 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Kulon Progo
65.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Kulon Progo
66.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
67.	L	46 - 55 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
68.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Peternakan, pertanian dan perkebunan	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
69.	P	46 - 55 Tahun	S1	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
70.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Sleman

No.	Gender	Usia	Jenjang Pendidikan	Jenis UMKM	Kepemilikan NPWP	Lama Beroperasi	Lokasi UMKM
71.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Peternakan, pertanian dan perkebunan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
72.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Peternakan, pertanian dan perkebunan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
73.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
74.	P	46 - 55 Tahun	S1	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
75.	P	46 - 55 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
76.	P	46 - 55 Tahun	S1	Lainnya	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
77.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Kulon Progo
78.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Lainnya	Ya	5 - 10 Tahun	Kota Yogyakarta
79.	P	46 - 55 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
80.	L	46 - 55 Tahun	S1	Lainnya	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
81.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Sleman
82.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Fashion dan Kecantikan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
83.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Sleman
84.	P	46 - 55 Tahun	S1	Lainnya	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
85.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Fashion dan Kecantikan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
86.	P	46 - 55 Tahun	S1	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
87.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Lainnya	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
88.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Lainnya	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
89.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Lainnya	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
90.	L	46 - 55 Tahun	S1	Fashion dan Kecantikan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
91.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Bantul
92.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	> 10 Tahun	Kulon Progo
93.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Lainnya	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
94.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Lainnya	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
95.	P	36 - 45 Tahun	S1	Lainnya	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman

No.	Gender	Usia	Jenjang Pendidikan	Jenis UMKM	Kepemilikan NPWP	Lama Beroperasi	Lokasi UMKM
96.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Lainnya	Ya	5 - 10 Tahun	Kulon Progo
97.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
98.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
99.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
100.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Kota Yogyakarta
101.	L	46 - 55 Tahun	S1	Lainnya	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
102.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
103.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
104.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
105.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
106.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
107.	L	46 - 55 Tahun	S1	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
108.	P	36 - 45 Tahun	S1	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
109.	L	36 - 45 Tahun	S1	Fashion dan Kecantikan	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
110.	P	36 - 45 Tahun	S1	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
111.	L	36 - 45 Tahun	S1	Fashion dan Kecantikan	Ya	> 10 Tahun	Kota Yogyakarta
112.	P	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Kota Yogyakarta
113.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
114.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
115.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
116.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul
117.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
118.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Lainnya	Ya	> 10 Tahun	Sleman
119.	P	> 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Kulon Progo
120.	L	46 - 55 Tahun	S1	Fashion dan Kecantikan	Ya	> 10 Tahun	Sleman
121.	L	> 55 Tahun	SMA/K	Hasil Kerajinan	Ya	> 10 Tahun	Bantul

No.	Gender	Usia	Jenjang Pendidikan	Jenis UMKM	Kepemilikan NPWP	Lama Beroperasi	Lokasi UMKM
122.	P	46 - 55 Tahun	S1	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Sleman
123.	L	46 - 55 Tahun	SMA/K	Kuliner	Ya	5 - 10 Tahun	Bantul

Lampiran 3 Tabulasi Hasil Kuesioner

No.	JK	Usia	Tingkat Pendidikan	Jenis Usaha	Lama Beroperasi	Lokasi	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6				
1	2	4	3	5	4	1	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3				
2	2	4	4	2	4	1	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
3	2	3	4	2	4	1	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4			
4	1	3	3	1	3	1	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4			
5	1	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4			
6	2	5	3	5	4	2	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5			
7	2	3	4	1	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5		
8	2	3	4	1	3	2	4	5	4	5	4	4	3	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	
9	1	5	2	1	4	1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4		
10	1	3	4	5	3	1	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	
11	1	5	4	1	4	1	4	5	4	5	4	4	3	4	4	2	5	4	2	4	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4		
12	2	3	4	1	3	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
13	2	5	4	1	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
14	1	5	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
15	2	3	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	
16	2	3	4	1	3	3	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
17	2	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	
18	1	5	2	5	4	1	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	
19	1	4	3	1	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
20	1	3	4	5	4	1	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5		
21	1	3	4	4	2	1	4	5	4	5	4	4	3	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
22	1	4	5	4	4	1	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	
23	1	4	3	1	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
24	1	5	3	1	2	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	
25	1	3	4	2	4	2	4	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	2	2	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3		

No.	JK	Usia	Tingkat Pendidikan	Jenis Usaha	Lama Beroperasi	Lokasi	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6				
26	1	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
27	1	4	4	2	4	1	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4			
28	2	5	4	2	4	1	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4			
29	1	4	4	1	3	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4			
30	2	5	3	1	3	1	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
31	2	4	3	3	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5		
32	1	4	4	1	4	1	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4		
33	1	5	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4			
34	1	3	4	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5		
35	1	3	3	2	4	2	4	5	4	5	4	4	3	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4		
36	2	4	3	2	4	2	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
37	2	3	4	5	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5		
38	1	5	3	5	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
39	1	4	2	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5			
40	2	4	3	1	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5		
41	1	4	3	5	3	1	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	5	3	4	3	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	
42	1	4	3	1	3	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
43	2	5	3	4	4	1	4	5	4	5	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	2	5	2	2	2	2	2	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
44	1	4	4	4	4	1	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
45	1	5	3	1	3	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	
46	2	5	3	1	3	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5		
47	2	2	4	1	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5		
48	1	5	3	1	3	1	4	5	4	5	4	4	3	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	2	3	2	2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	
49	1	3	5	1	3	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5		
50	1	4	3	2	4	2	5	5	5	5	5	5	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4		

No.	JK	Usia	Tingkat Pendidikan	Jenis Usaha	Lama Beroperasi	Lokasi	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
51	1	4	3	2	4	2	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	2	4	2	2	4	2	2	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	
52	1	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	2	4	3	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	
54	1	3	3	1	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
55	2	5	3	1	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	
56	2	3	3	1	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	
57	1	5	3	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	
58	1	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	2	4	2	2	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	
59	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
60	2	3	3	1	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	
61	2	4	3	1	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
62	1	3	4	3	3	3	4	5	4	5	4	4	1	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	
63	2	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
64	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
65	2	4	3	1	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	1	4	3	1	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	
67	1	4	4	2	4	1	4	5	4	5	4	4	1	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	5	2	3	1	3	2	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4
68	2	5	3	4	3	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	3	1	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
69	2	4	4	1	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
70	2	5	3	2	4	1	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	3	4	3	2	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	
71	1	5	3	4	4	1	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
72	1	5	3	4	4	1	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	
73	1	4	3	1	3	1	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	1	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
74	2	4	4	1	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5		
75	2	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	

No.	JK	Usia	Tingkat Pendidikan	Jenis Usaha	Lama Beroperasi	Lokasi	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6			
76	2	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	5	1	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5		
77	2	4	3	1	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	5	4	2	5	2	3	4	3	2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	
78	2	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5		
79	2	4	4	2	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5		
80	1	4	4	5	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	5	3	2	3	2	5	4	5	4	3	2	4	2	4	4	4	2	4	3	2	4	3		
81	1	5	3	1	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
82	2	4	3	3	4	1	4	5	4	5	4	4	3	4	4	2	5	4	4	5	4	2	5	2	4	3	4	2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	
83	2	5	3	1	4	1	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
84	2	4	4	5	3	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4		
85	2	5	3	3	4	1	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
86	2	4	4	1	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5		
87	1	5	3	5	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	
88	1	4	3	5	3	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4		
89	1	5	3	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5		
90	1	4	4	3	4	2	4	5	4	5	4	4	2	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	
91	2	4	3	1	3	2	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	
92	1	5	3	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5		
93	2	4	3	5	3	1	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
94	1	5	3	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
95	2	3	4	5	3	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4		
96	2	5	3	5	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
97	2	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4		
98	1	5	3	2	4	2	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
99	1	4	3	2	4	2	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3		
100	2	4	3	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

No.	JK	Usia	Tingkat Pendidikan	Jenis Usaha	Lama Beroperasi	Lokasi	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6		
101	1	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	2	4	4	2	5	4	4	5	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5		
102	2	5	3	2	3	1	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
103	1	5	3	1	3	1	4	5	4	5	4	4	1	4	4	3	5	4	4	3	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	
104	2	5	3	1	3	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	5	3	5	4	5	4	4		
105	2	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4		
106	1	5	3	2	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5
107	1	4	4	2	4	1	4	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
108	2	3	4	1	3	1	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	5	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	1	3	4	3	3	1	4	5	3	5	4	4	2	3	4	2	5	3	3	4	4	2	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
110	2	3	4	1	3	1	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
111	1	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	
112	2	4	3	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
113	1	5	3	2	4	1	5	4	4	4	4	4	3	5	3	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	5	5	
114	2	5	3	2	4	1	4	5	3	5	4	4	1	3	3	3	5	3	5	4	4	2	5	2	2	1	4	2	5	4	5	4	5	4	4	4	4	2	4	5	4	
115	1	4	3	2	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
116	1	4	3	2	4	2	5	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	5	5	3	5	3	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	2	4	5	4	
117	2	5	3	2	4	1	4	5	3	5	4	4	1	3	3	2	5	3	4	4	4	3	5	2	2	1	2	2	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4
118	2	5	3	5	4	1	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
119	2	5	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	5	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5		
120	1	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	2	4	4	4	4	
121	1	5	3	2	4	2	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	2	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	2	2	5	5		
122	2	4	4	1	3	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	
123	1	4	3	1	3	2	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4

Lampiran 4 Hasil Olah Data Smart PLS 4

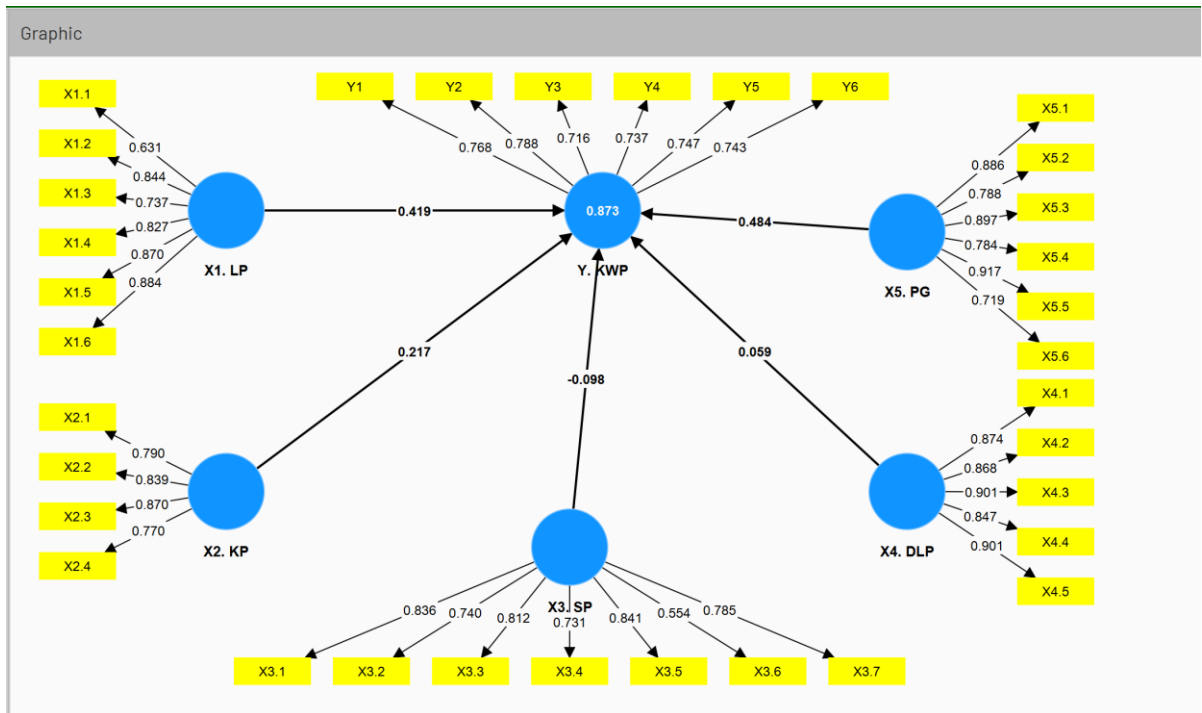
Lampiran 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

olah data-Mei		Indicators													
Indicators	34	Name	No.	Type	Missings	Mean	Median	Scale min	Scale max	Observed min	Observed max	Standard deviation	Excess kurtosis	Skewness	Cramér-von Mises p value
Samples	123	X1.1	1	MET	0	4.366	4.000	4.000	5.000	4.000	5.000	0.482	-1.710	0.564	0.000
Missing values	0	X1.2	2	MET	0	4.398	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.567	-0.789	-0.270	0.000
		X1.3	3	MET	0	4.130	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.584	-0.155	-0.026	0.000
		X1.4	4	MET	0	4.382	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.578	-0.718	-0.295	0.000
		X1.5	5	MET	0	4.098	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.703	2.012	-0.992	0.000
		X1.6	6	MET	0	4.195	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.565	1.191	-0.270	0.000
		X2.1	7	MET	0	3.569	3.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.013	-0.064	-0.286	0.000
		X2.2	8	MET	0	4.114	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.653	0.027	-0.298	0.000
		X2.3	9	MET	0	4.073	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.627	-0.447	-0.055	0.000
		X2.4	10	MET	0	3.659	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	1.081	-1.228	-0.221	0.000
		X3.1	11	MET	0	4.415	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.624	-0.575	-0.587	0.000
		X3.2	12	MET	0	4.171	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.608	-0.409	-0.105	0.000
		X3.3	13	MET	0	4.081	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.645	0.774	-0.446	0.000
		X3.4	14	MET	0	4.130	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.674	0.437	-0.496	0.000
		X3.5	15	MET	0	4.065	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.659	-0.688	-0.071	0.000
		X3.6	16	MET	0	3.211	3.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.886	-0.750	0.209	0.000
		X3.7	17	MET	0	4.398	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.634	-0.598	-0.578	0.000
		X4.1	18	MET	0	3.829	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	1.095	-0.811	-0.708	0.000
		X4.2	19	MET	0	3.211	3.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.877	-0.250	-0.209	0.000
		X4.3	20	MET	0	3.382	3.000	1.000	5.000	1.000	5.000	1.310	-0.606	-0.519	0.000
		X4.4	21	MET	0	3.228	3.000	1.000	5.000	1.000	5.000	0.872	-0.207	-0.240	0.000
		X4.5	22	MET	0	3.707	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	1.139	-1.352	-0.273	0.000
		X5.1	23	MET	0	4.463	5.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.602	-0.509	-0.650	0.000
		X5.2	24	MET	0	3.870	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.540	2.009	-0.715	0.000
		X5.3	25	MET	0	4.480	5.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.561	-0.786	-0.479	0.000
		X5.4	26	MET	0	3.886	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.544	2.054	-0.684	0.000
		X5.5	27	MET	0	4.504	5.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.547	-0.908	-0.470	0.000
		X5.6	28	MET	0	4.244	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.546	-0.301	0.069	0.000
		Y1	29	MET	0	3.846	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.625	1.796	-0.885	0.000
		Y2	30	MET	0	4.252	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.550	-0.350	0.045	0.000
		Y3	31	MET	0	4.098	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.680	1.447	-0.753	0.000
		Y4	32	MET	0	4.106	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.660	1.236	-0.633	0.000
		Y5	33	MET	0	4.480	5.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.575	-0.637	-0.568	0.000
		Y6	34	MET	0	4.374	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.547	-0.871	-0.086	0.000

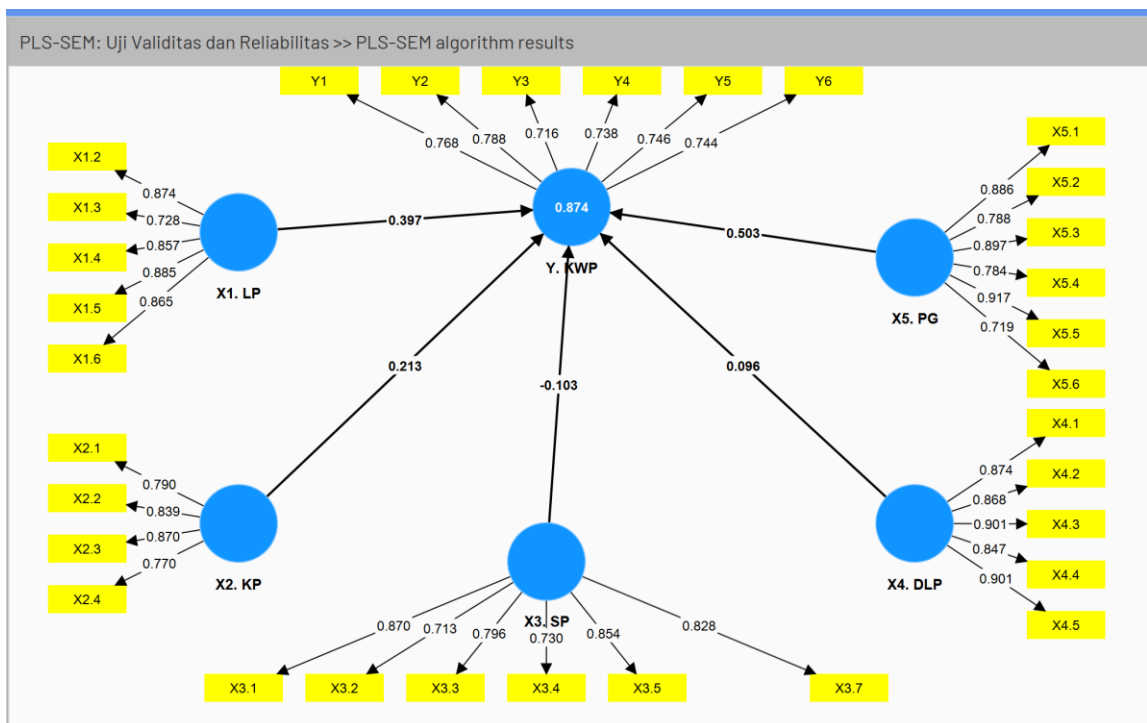
Lampiran 4.2 Hasil Outer Loading Awal (Uji Validitas Konvergen)

Outer loadings - Matrix						
	X1. LP	X2. KP	X3. SP	X4. DLP	X5. PG	Y. KWP
X1.1	0.631					
X1.2	0.844					
X1.3	0.737					
X1.4	0.827					
X1.5	0.870					
X1.6	0.884					
X2.1		0.790				
X2.2		0.839				
X2.3		0.870				
X2.4		0.770				
X3.1			0.836			
X3.2			0.740			
X3.3			0.812			
X3.4			0.731			
X3.5			0.841			
X3.6			0.554			
X3.7			0.785			
X4.1				0.874		
X4.2				0.868		
X4.3				0.901		
X4.4				0.847		
X4.5				0.901		
X5.1					0.886	
X5.2					0.788	
X5.3					0.897	
X5.4					0.784	
X5.5					0.917	
X5.6					0.719	
Y1						0.768
Y2						0.788
Y3						0.716
Y4						0.737
Y5						0.747
Y6						0.743

Lampiran 4.3 Model Uji Validitas Konvergen Awal



Lampiran 4.4 Model Uji Validitas Konvergen Akhir



Lampiran 4.5 Hasil Outer Loading Akhir (Uji Validitas Konvergen)

Outer loadings - Matrix						
	X1. LP	X2. KP	X3. SP	X4. DLP	X5. PG	Y. KWP
X1.2	0.874					
X1.3	0.728					
X1.4	0.857					
X1.5	0.885					
X1.6	0.865					
X2.1		0.790				
X2.2		0.839				
X2.3		0.870				
X2.4		0.770				
X3.1			0.870			
X3.2			0.713			
X3.3			0.796			
X3.4			0.730			
X3.5			0.854			
X3.7			0.828			
X4.1				0.874		
X4.2				0.868		
X4.3				0.901		
X4.4				0.847		
X4.5				0.901		
X5.1					0.886	
X5.2					0.788	
X5.3					0.897	
X5.4					0.784	
X5.5					0.917	
X5.6					0.719	
Y1						0.768
Y2						0.788
Y3						0.716
Y4						0.738
Y5						0.746
Y6						0.744

Lampiran 4.6 Hasil Uji *Discriminant Validity Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix							
	X1. LP	X2. KP	X3. SP	X4. DLP	X5. PG	Y. KWP	
X1. LP							
X2. KP	0.647						
X3. SP	0.755	0.766					
X4. DLP	0.398	0.782	0.403				
X5. PG	0.816	0.449	0.706	0.211			
Y. KWP	0.984	0.757	0.771	0.488	0.945		

Lampiran 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Construct reliability and validity - Overview					
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)	
X1. LP	0.897	0.907	0.925	0.712	
X2. KP	0.838	0.873	0.890	0.670	
X3. SP	0.887	0.897	0.914	0.641	
X4. DLP	0.927	0.942	0.944	0.772	
X5. PG	0.911	0.914	0.932	0.697	
Y. KWP	0.845	0.847	0.885	0.563	

Lampiran 4.8 Hasil Uji *R-Square (R²)* atau Koefisien Determinasi

R-square - Overview			
	R-square	R-square adjusted	
Y. KWP	0.874	0.869	

Lampiran 4.9 Hasil Uji VIF

Collinearity statistics (VIF) - Inner model - Matrix							
	X1. LP	X2. KP	X3. SP	X4. DLP	X5. PG	Y. KWP	
X1. LP						2.952	
X2. KP						3.166	
X3. SP						2.766	
X4. DLP						1.858	
X5. PG						2.612	
Y. KWP							

Lampiran 4.10 Hasil Uji Hipotesis (*t-statistic dan p-value*)

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values						
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	
X1. LP -> Y. KWP	0.397	0.397	0.096	4.123	0.000	
X2. KP -> Y. KWP	0.213	0.205	0.070	3.047	0.002	
X3. SP -> Y. KWP	-0.103	-0.105	0.064	1.624	0.104	
X4. DLP -> Y. KWP	0.096	0.105	0.044	2.191	0.028	
X5. PG -> Y. KWP	0.503	0.508	0.092	5.460	0.000	

Lampiran 5 Surat Ijin penelitian



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uui.ac.id

Nomor : 357/DEK/10/PMD/III/2025
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.
Kepala/pimpinan
Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Daerah Istimewa Yogyakarta
DIY

Assalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh

Diberitahukan dengan hormat, bahwa setiap mahasiswa sebelum mengakhiri pendidikannya di Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, diwajibkan membuat karya ilmiah Tesis. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, mahasiswa kami:

Nama	: Praptomaningsih
No. Mahasiswa	: 22919021
Program Studi	: Akuntansi
Judul Tesis	: Pengaruh Literasi Perpajakan, Kesadaran Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Digitalisasi Layanan Pajak Dan Pemanfaatan Financial Technology Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM
Nomer HP	: 085729770296

bermaksud mohon untuk mendapatkan data/keterangan pada instansi yang Bapak/Ibu pimpin, guna penyusunan Tesis.

Adapun hasil karya ilmiah ini semata-mata bersifat dan bertujuan keilmuan. Oleh karena itu, kami mohon perkenan dan bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian yang diperlukan mahasiswa tersebut.

Demikian, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh

Yogyakarta, 13 Maret 2025

Dekan,



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si, Ph.D.
NIK: 943120101