



Pengaruh Kepercayaan pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak, dan Rasa Nasionalisme terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Adi Suyitno¹, Reno Virlanda A¹

Email: adi.unpam01@gmail.com¹, dosen02138@unpam.ac.id¹

Program Studi Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Abstract

The purpose of this study is to find out and analyze the influence of trust in the government, tax socialization and a sense of nationalism towards the compliance of MSME taxpayers in Kebayoran Lama Village. The method used in this study is a quantitative. Data retrieval is done scientifically that fills out questionnaires in a structured, and documented manner. The sampling technique in this study is random sampling. Then the data obtained is analyzed using instrument test methods, classical assumption tests, and hypothesis tests. The population is determined by the Slovin formula of 2.270, with a sample of 100. The results of this study showed that simultaneously (test F) trust in the government, tax socialization and a sense of nationalism had a significant effect on msme tax compliance and partially (t) variable trust in the government had a significance value of 0.545, tax socialization had a significance value of 0.307 and the nationalism sense variable had a significance value of 0.000. The results of the coefficient of determination (R²) tests show that compliance with the payment of umkm tax can be explained by 54.4% by trust in the government, tax socialization and nationalism, while the remaining 45.6% is influenced by other variables that are not included in this study, namely taxpayer awareness, tax knowledge, quality of service, taxpayer income, taxpayer understanding, and tax rates.

Keywords: *Trust in government; tax socialization; a sense of nationalism; taxpayer compliance*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kepercayaan pada pemerintah, sosialisasi pajak dan rasa nasionalisme terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kelurahan Kebayoran Lama. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengambilan data dilakukan secara ilmiah yaitu mengisi kuesioner secara terstruktur, dan terdokumentasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah random sampling. Kemudian data yang diperoleh dianalisa dengan menggunakan metode uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Populasi ditentukan dengan rumus Slovin yaitu sebanyak 2.270, dengan sampel yang digunakan sebanyak

* Corresponding author's e-mail: sakuntala@unpam.ac.id



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2**

100. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan (uji F) kepercayaan pada pemerintah, sosialisasi pajak dan rasa nasionalisme berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM dan secara parsial (uji t) variabel kepercayaan pada pemerintah memiliki nilai signifikansi sebesar 0,545, sosialisasi pajak memiliki nilai signifikansi sebesar 0,307 dan variabel rasa nasionalisme memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil uji koefisien determinasi (R²) menunjukkan bahwa kepatuhan membayar pajak umkm mampu dijelaskan sebesar 54,4% oleh kepercayaan pada pemerintah, sosialisasi pajak dan rasa nasionalisme, sedangkan sisanya sebesar 45,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini yaitu kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, kualitas pelayanan, pendapatan wajib pajak, pemahaman wajib pajak, dan tarif pajak.

Kata kunci: *Kepercayaan pada pemerintah; sosialisasi paja; rasa Nasionalisme; kepatuhan wajib pajak*

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Negara Indonesia adalah salah satu negara yang perekonomiannya mengalami pertumbuhan pesat. Hal ini ditandai dengan adanya peningkatan dari tahun ke tahun, pembangunan infrastruktur di segala lini, dan menurunnya jumlah masyarakat miskin. Pertumbuhan tersebut tentu saja di sebabkan adanya pendapatan yang terus meningkat salah satunya dari pendapatan berupa pajak.

Pajak memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia karena pajak merupakan sumber utama bagi Negara Indonesia untuk mendanai Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Salah satu faktor yang bisa ditekankan oleh aparat dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak adalah dengan melakukan sosialisasi peraturan pajak baik itu melalui penyuluhan, seruan moral baik dengan media

billboard, baliho, maupun membuka situs peraturan pajak yang setiap saat bisa diakses oleh wajib pajak.

UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki peran penting terhadap perekonomian nasional. UMKM adalah penopang perekonomian suatu negara dalam menghadapi berbagai krisis. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada tahun 1998 yang lalu, banyak usaha berskala besar yang mengalami kebangkrutan, akan tetapi sektor UMKM terbukti tangguh dan memiliki daya tahan yang kuat dalam menghadapi krisis tersebut. Alasan-alasan UMKM bisa bertahan dan cenderung meningkat jumlahnya pada masa krisis adalah yang Pertama sebagian besar UMKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah. Kedua sebagian besar UMKM tidak mendapatkan modal dari bank. Ketiga UMKM mempunyai modal yang terbatas dan pasar yang bersaing.

* Corresponding author's e-mail: sakuntala@unpam.ac.id



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022**

Vol.1 No. 2

Jumlah pelaku UMKM di Indonesia yang terdaftar mencapai 62.92 juta unit atau 99.99% dari total jumlah pelaku usaha nasional. Selama 5 tahun terakhir, jumlah UMKM yang ada di Indonesia pun tumbuh dengan cukup pesat. Terdapat 7.7 juta UMKM baru yang muncul sejak tahun 2012 hingga 2017. Data tersebut juga menunjukkan bahwa UMKM memiliki kontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja. Selain itu, sektor UMKM juga menyumbang 7.7 triliun terhadap pembentukan Penerimaan Domestik Bruto (PDB).

Kesadaran dan kepatuhan pajak masyarakat Indonesia sendiri belum mencapai tingkat yang diharapkan, termasuk kesadaran dan kepatuhan pajak para pelaku UMKM. Salah satu faktor yang menyebabkan kurangnya kesadaran dan kepatuhan pajak wajib pajak adalah persepsi negatif wajib pajak yang menyebabkan wajib pajak bersifat tertutup.

Fenomena seperti itu membuat masyarakat tidak mempercayai terhadap pemerintah dalam mengelola pajak karena kepercayaan terjadi ketika seseorang yakin dengan reliabilitas dan integritas dari orang yang dipercaya. Dalam menanamkan rasa percaya untuk wajib pajak itu muncul dalam hati nurani wajib pajak. Namun sampai saat ini, tingkat kepercayaan masyarakat untuk membayar pajak masih rendah, sehingga tugas pemerintah daerah harus berupaya terus untuk meyakinkan dan menambahkan pengetahuan bagi para wajib pajak, diantaranya melalui penyuluhan, iklan - iklan yang lebih

mudah dimengerti dan lebih cepat mendapat informasi perpajakan.

Sosialisasi perpajakan tersebut tidak hanya berisi tentang kewajiban wajib pajak, namun juga terdapat penjelasan atau informasi tentang pentingnya pajak bagi kehidupan berbangsa dan bernegara agar sekaligus dapat menimbulkan kepercayaan dari dalam hati wajib pajak.

Nasionalisme juga merupakan penyebab internal yang dapat mempengaruhi persepsi wajib pajak dalam membuat keputusan mengenai perilaku kepatuhan wajib pajak, dengan adanya rasa cinta kepada tanah air yang tinggi, hal ini dipercaya bilamana seorang wajib pajak orang pribadi memiliki sikap seperti ini, maka rasa peduli kepada negara akan semakin meningkat otomatis mereka akan lebih memperhatikan seluruh kegiatan-kegiatan mulai dari ekonomi, politik, dan budaya yang dilakukan oleh pemerintah, khususnya dari sektor ekonomi salah satunya adalah pendapatan negara yang sumber utamanya dari pajak yang disetorkan.

Penelitian ini dilatarbelakangi fenomena bahwa Pajak UMKM berpotensi meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, pengelolaan pajak tersebut hanya belum maksimal. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kepatuhan wajib pajak UMKM tahun pajak 2020 – 2021 yang telah dipaparkan di atas dengan mengambil judul **“Pengaruh Kepercayaan Pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak, dan Rasa Nasionalisme Terhadap**

* Corresponding author's e-mail: sakuntala@unpam.ac.id



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022**

Vol.1 No. 2

**Kepatuhan Wajib Pajak UMKM
di Kelurahan Kebayoran Lama”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat di identifikasikan sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan pada pemerintah, sosialisai pajak, rasa nasionalisme secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM?
2. Apakah kepercayaan pada pemerintah berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam UMKM?
3. Apakah sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM?
4. Apakah rasa nasionalisme berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris tentang hal-hal berikut:

1. Mengetahui dan menganalisa secara simultan pengaruh kepercayaan pada pemerintah, sosialisai pajak, rasa nasionalisme terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak UMKM.
2. Mengetahui dan menganalisa pengaruh kepercayaan pada pemerintah terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
3. Mengetahui dan menganalisa pengaruh sosialisai pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

4. Mengetahui dan menganalisa pengaruh rasa nasionalisme terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Adanya penelitian ini dapat menambah dan mengaplikasikan pembelajaran yang telah didapat selama kuliah, sebagai sebuah jawaban atas permasalahan yang ingin diketahui, dan sebagai penambah pengetahuan tentang permasalahan yang ada di lingkungan tempat tinggal.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan, dan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti tentang Pajak UMKM.

c. Bagi Kampus

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khususnya bagi Akuntansi Perpajakan serta menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas Pamulang dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain.

Manfaat Praktis

a. Bagi Dirjen Pajak

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta sebagai bahan rujukan atas sebuah kebijakan tentang kepatuhan wajib pajak UMKM.

b. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang wajib pajak UMKM dan kepatuhannya



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022**

Vol.1 No. 2

dalam membayar pajak, juga sebagai bahan rujukan atas suatu pengambilan kebijakan yang dilakukan pemerintah daerah dalam hal pembayaran pajak.

c. Bagi Pelaku UMKM

penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran kepada UMKM tentang pentingnya membayar pajak bagi pembangunan ekonomi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) disampaikan oleh Ajzen (1991) dalam Imam Ghozali (2021) menjelaskan “bahwa tingkah laku wajib pajak yang tidak patuh sangat dipengaruhi oleh variabel-variabel seperti sikap, norma subjektif, serta kontrol tingkah laku yang dirasakan.

Secara keseluruhan, *behavioral beliefs* dapat menciptakan sikap untuk berperilaku positif atau negatif, *normatif beliefs* dapat menciptakan tekanan sosial yang dipersepsikan (*perceived social pressure*) dan *control beliefs* dapat menciptakan kontrol berperilaku yang dipersepsikan. Secara simultan, sikap dalam berperilaku, norm subyektif, dan kontrol berperilaku yang dipersepsikan dapat menciptakan niat berperilaku yang dapat mempengaruhi perilaku individu (behavior).

Teori Kepatuhan

Topik penelitian ini adalah perilaku wajib pajak umkm. Di mana terdapat dua jenis perilaku wajib pajak yaitu yang patuh dalam membayar pajak umkm dan wajib

pajak yang tidak patuh dalam membayar pajak umkm. Penelitian ini dapat berlandaskan pada teori kepatuhan (*Compliance Theory*) yang dikembangkan oleh Julien Etienne di London 2010.

Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Kepercayaan Pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak, dan Rasa Nasionalisme secara simultan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

H1: Diduga kepercayaan pada pemerintah, sosialisasi pajak, dan rasa nasionalisme secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak umkm.

2. Pengaruh Kepercayaan Pada Pemerintah terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

H2: Diduga kepercayaan pada pemerintah berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak umkm.

3. Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

H3: Diduga sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak umkm.

4. Pengaruh Rasa Nasionalisme terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

H4: Diduga rasa nasionalisme berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak umkm.

III. METODE PENELITIAN



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022**

Vol.1 No. 2

Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih. Untuk pendekatan penelitian dalam skripsi ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

Tempat Dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di wilayah lingkungan Kelurahan Kebayoran Lama, Kecamatan Kebayoran Lama, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2021 sampai dengan Januari 2022. Dengan demikian peneliti menggunakan data-data yang diperoleh langsung dari responden. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini termasuk dalam pendekatan kuantitatif dengan pengolahan data Primer

Operasional Variabel penelitian

Definisi operasional yaitu penjelasan khusus yang didasari oleh beberapa sifat yang didefinisikan, dapat diobservasi. Sesuai dengan tata variabel penelitian, maka mendapatkan definisi operasional sebagaimana di bawah ini:

Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak umkm.

Variabel Independen (X)

Kepercayaan Pada Pemerintah

Kepercayaan pada pemerintah menurut KBBI (2020) “artinya anggapan atau keyakinan bahwa segala sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata.” Adapun indikator dalam variabel ini yakni:

- 1) Kepercayaan terhadap sistem pemerintah.
- 2) Kepercayaan terhadap sistem hukum.
- 3) Kepercayaan terhadap politisi (wakil rakyat)
- 4) Kepercayaan terhadap alokasi dana dari pajak.

Sosialisasi Pajak

Sosialisasi perpajakan menurut KBBI (2020) menyebutkan “sosialisasi adalah proses penyesuaian diri seseorang untuk mengetahui dan mengenal budaya yang terdapat di lingkungan.” Adapun indikator dalam variabel ini yakni:

- 1) Penyelenggaraan sosialisasi
- 2) Media sosialisasi
- 3) Manfaat sosialisasi

1. Rasa Nasionalisme

Menurut KBBI (2020) “nasionalisme adalah akar kata dari nation yang berarti bangsa dan isme adalah paham, penggabungan arti dari nasionalisme adalah paham cinta tanah air kata nation itu sendiri berasal dari kata nascie yang berarti dilahirkan.” Adapun indikator dalam variabel ini adalah:

- 1) Kesadaran akan satu kesatuan yang utuh
- 2) Rasa saling memiliki
- 3) Merasa senasib
- 4) Mementingkan kepentingan bersama
- 5) Menjunjung hukum
- 6) Menciptakan kerukunan



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2**

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak umkm yang ada di daerah Kelurahan Kebayoran Lama, Kecamatan Kebayoran Lama, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta sebanyak 2.270 objek.

Teknik pengambilan sampel di dalam penelitian ini menggunakan random sampling. Peneliti dapat menggunakan rumus Slovin yang ditemukan pada 1960 (Umar: 2019), dibawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidakteelitian pengambilan sampel yang ditoleransi

Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan melakukan membagikan kuisisioner secara langsung kepada objek penelitian. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Sugiono (2017) adalah “statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.”

Uji Instrument

Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) “Uji Validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur instrument penelitian yang menunjukkan keabsahannya atau valid tidaknya suatu kuesioner.”

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016) “Uji Realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel yang menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran tanpa bebas kesalahan dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrument.”

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016), “uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen).”

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) “Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.”

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen di dalam keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal.”



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022**

Vol.1 No. 2

2. Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu teknik yang digunakan untuk membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara variabel tidak bebas (Y) dan variabel bebas (X) sekaligus untuk menentukan nilai ramalan atau dugaannya.

Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2016) “Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen.”

c. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2016) “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen penetapan untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak yaitu dengan melihat nilai probabilitas.”

Koefisien Determinasi (R²)

Ghozali (2016) menyatakan bahwa “koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.”

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrument

1. Uji Validitas

**Hasil Uji Validitas Butir Soal
Kepercayaan Pada Pemerintah**

| Pernyataan | Rhitung | rtabel | Keterangan |
|------------|---------|--------|------------|
| P1 | 0,431 | 0,196 | Valid |
| P2 | 0,515 | 0,196 | Valid |
| P3 | 0,677 | 0,196 | Valid |
| P4 | 0,818 | 0,196 | Valid |
| P5 | 0,475 | 0,196 | Valid |
| P6 | 0,582 | 0,196 | Valid |
| P7 | 0,776 | 0,196 | Valid |
| P8 | 0,700 | 0,196 | Valid |

**Hasil Uji Validitas Butir Soal
Sosialisasi Pajak**

| Pernyataan | Rhitung | rtabel | Keterangan |
|------------|---------|--------|------------|
| P1 | 0,517 | 0,196 | Valid |
| P2 | 0,559 | 0,196 | Valid |
| P3 | 0,623 | 0,196 | Valid |
| P4 | 0,669 | 0,196 | Valid |
| P5 | 0,565 | 0,196 | Valid |
| P6 | 0,528 | 0,196 | Valid |
| P7 | 0,795 | 0,196 | Valid |
| P8 | 0,650 | 0,196 | Valid |

**Hasil Uji Validitas Butir Soal
Rasa Nasionalisme**

| Pernyataan | Rhitung | rtabel | Keterangan |
|------------|---------|--------|------------|
| P1 | 0,516 | 0,196 | Valid |
| P2 | 0,607 | 0,196 | Valid |
| P3 | 0,733 | 0,196 | Valid |
| P4 | 0,702 | 0,196 | Valid |
| P5 | 0,554 | 0,196 | Valid |
| P6 | 0,592 | 0,196 | Valid |
| P7 | 0,716 | 0,196 | Valid |
| P8 | 0,657 | 0,196 | Valid |

**Hasil Uji Validitas Butir Soal
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

| Pernyataan | Rhitung | rtabel | Keterangan |
|------------|---------|--------|------------|
|------------|---------|--------|------------|

* Corresponding author's e-mail: sakuntala@unpam.ac.id



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

| an | | | n |
|----|-------|-------|-------|
| P1 | 0,523 | 0,196 | Valid |
| P2 | 0,620 | 0,196 | Valid |
| P3 | 0,622 | 0,196 | Valid |
| P4 | 0,674 | 0,196 | Valid |
| P5 | 0,628 | 0,196 | Valid |
| P6 | 0,596 | 0,196 | Valid |
| P7 | 0,308 | 0,196 | Valid |
| P8 | 0,661 | 0,196 | Valid |

Berdasarkan tabel hasil keseluruhan uji validitas diatas bahwa seluruh pertanyaan yang tercantum dalam masing-masing variabel yaitu Kepercayaan Pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak, Rasa Nasionalisme, dan Kepatuhan Wajib Pajak dinyatakan valid karena hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Hasil Uji Reliabilitas

| Hasil Uji Reliabilitas Item-Total Statistics | | | | | |
|-------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Kepercayaan pada Pemerintah | 77,37 | 90,943 | 0,743 | 0,597 | 0,861 |
| Sosialisasi Pajak | 77,28 | 93,173 | 0,775 | 0,629 | 0,85 |
| Rasa Nasionalisme | 77,15 | 81,644 | 0,808 | 0,671 | 0,838 |
| Kepatuhan Wajib Pajak | 76,87 | 98,134 | 0,709 | 0,558 | 0,874 |

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 22

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel mempunyai nilai koefisien Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga seluruh variabel dapat dikatakan reliabel dan bisa digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

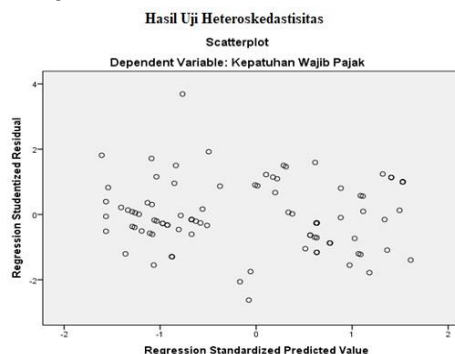
| Coefficients ^a | | |
|-----------------------------|-------------------------|-------|
| Model | Collinearity Statistics | |
| | Tolerance | VIF |
| (Constant) | | |
| Kepercayaan pada Pemerintah | 0,405 | 2,472 |
| Sosialisasi Pajak | 0,375 | 2,667 |
| Rasa Nasionalisme | 0,458 | 2,182 |

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 22

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel independen memiliki nilai tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian.

2. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 22

Pada gambar diatas dapat diketahui bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat gangguan Heteroskedastisitas karena tidak ada pola yang jelas pada titik-titiknya. Titik-titik tersebut juga menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga bisa disimpulkan bahwa dapat dikatakan dalam model regresi ini tidak terjadi masalah heteroskedisitas.

3. Uji Normalitas

* Corresponding author's e-mail: sakuntala@unpam.ac.id



Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022
Vol.1 No. 2

Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0 |
| | Std. Deviation | 0,21741414 |
| | Most Extreme Differences | |
| | Absolute | 0,088 |
| | Positive | 0,088 |
| | Negative | -0,072 |
| Test Statistic | | 0,088 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,068 ^c |

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 22

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) 0.068 sehingga dari hasil tersebut bisa diketahui bahwa nilai signifikansi yaitu $0.068 > 0.05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Berganda

| Model | Coefficients ^a | | Sig. |
|--------------------------------|-----------------------------|------------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | |
| | B | Std. Error | |
| (Constant) | 8,500 | 1,791 | 0,000 |
| Kepercayaan pada Pemerintah | 0,059 | 0,097 | 0,545 |
| Sosialisasi Pajak | 0,111 | 0,108 | 0,307 |
| Rasa Nasionalisme | 0,512 | 0,083 | 0,000 |

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel maka dapat dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut: $Y = 8,500 + 0,059 X_1 + 0,111 X_2 + 0,512 X_3 + e$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dilihat hubungan dari masing-masing variabel Kepercayaan Pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak, Rasa Nasionalisme terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

dalam UMKM yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta = 8,872

Dari persamaan regresi diatas dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar 8,500 yang mana artinya adalah jika variabel independent diabaikan atau bernilai nol maka nilai kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak UMKM adalah 8,500.

b. X_1 kepercayaan pada pemerintah = 0,059

Koefisien kepercayaan pada pemerintah bernilai positif sebesar 0,059, hal ini menyatakan bahwa jika perubahan kepercayaan pada pemerintah naik 1 satuan maka menimbulkan Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,059 dengan asumsi variabel independen yang lain diabaikan dan konstan. Perubahan kepercayaan pada pemerintah memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,545 > 0.05$ (5%). Ini menyatakan bahwa secara parsial perubahan kepercayaan pajak berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

c. X_2 Sosialisasi Pajak = 0,111

Koefisien sosialisasi pajak bernilai positif sebesar 0,111, hal ini menyatakan bahwa jika perubahan Sosialisasi Pajak naik 1 satuan maka akan menimbulkan Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,111 dengan asumsi variabel independen yang lain diabaikan dan konstan. Perubahan sosialisasi memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,307 > 0.05$ (5%). Ini menyatakan bahwa secara parsial perubahan Sosialisasi Pajak berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.



**Seminar Nasional & Call for Paper:
"Inspiring Entrepreneur", 7th July 2022
Vol.1 No. 2**

d. X_3 Rasa Nasionalisme = 0,512
Koefisien rasa nasionalisme bernilai positif sebesar 0,512, hal ini menyatakan bahwa jika perubahan rasa nasionalisme naik 1 satuan maka menimbulkan kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,512 dengan asumsi variabel independen yang lain diabaikan dan konstan. Perubahan rasa nasionalisme memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (5%). Ini menyatakan bahwa secara parsial perubahan rasa nasionalisme berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

2. Uji F (Uji Simultan)

Hasil Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 611,043 | 3 | 203,681 | 40,323 | ,000 ^b |
| Residual | 484,917 | 96 | 5,051 | | |
| Total | 1095,96 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

b. Predictors: (Constant), Rasa Nasionalisme, Kepercayaan pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas, bisa diketahui bahwa nilai *Fhitung* sebesar 40,323. Jika dibandingkan dengan *Ftabel* pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 2.70. Nilai sig. Pada tabel 4.14 diatas sebesar 0,000 menunjukkan bahwa Kepercayaan pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak dan Rasa Nasionalisme terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM secara simultan berpengaruh signifikan. Hal ini disebabkan oleh nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, bisa disimpulkan

bahwa Kepercayaan pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak dan Rasa Nasionalisme secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Wilayah Kelurahan Kebayoran Lama, sehingga hipotesis diterima.

3. Uji t (Uji Parsial)

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

| Model | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-----------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | 4,746 | 0,000 | | |
| Kepercayaan pada Pemerintah | 0,607 | 0,545 | 0,405 | 2,472 |
| Sosialisasi Pajak | 1,026 | 0,307 | 0,375 | 2,667 |
| Rasa Nasionalisme | 6,132 | 0,000 | 0,458 | 2,182 |

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas, bisa diketahui bahwa pada variabel Kepercayaan pada Pemerintah diperoleh nilai sig. Sebesar 0,545, nilai signifikan lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,545 > 0,05$. Jadi bisa disimpulkan bahwa Kepercayaan pada Pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Pada variabel Sosialisasi Pajak diperoleh nilai sig. Sebesar 0,307, nilai signifikan lebih besar dari nilai probabilitas 0.05 atau nilai $0,307 > 0,05$. Jadi bisa disimpulkan bahwa Sosialisasi Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Pada variabel Rasa Nasionalisme diperoleh nilai sig. Sebesar 0,000, nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0.05 atau nilai $0,000 < 0,05$. Jadi bisa disimpulkan bahwa Rasa Nasionalisme berpengaruh signifikan



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022**

Vol.1 No. 2

terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

4. Koefisien Determinasi (R²)

Hasil uji koefisien determinasi sebagai berikut:

Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^a

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .747 ^b | 0,558 | 0,544 | 2,24749 |

a. Predictors: (Constant), Rasa Nasionalisme, Kepercayaan pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak

b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 22

Tabel menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square yang dihasilkan oleh variabel-variabel independen hanya sebesar 0.544 yang artinya hanya 54,4% variabel dependen kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan oleh variabel independen Kepercayaan pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak, dan Rasa Nasionalisme. Sedangkan sisanya sebesar 45,6% dijelaskan oleh variabel lain, seperti sikap, kesadaran, partisipasi dan lain-lain yang tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

V. KESIMPULAN & SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1) diketahui bahwa Kepercayaan Pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak, dan Rasa Nasionalisme secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

di KPP Pratama Kebayoran Lama, karena nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua (H2) diketahui bahwa Kepercayaan Pada Pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Kebayoran Lama, karena nilai signifikan lebih besar dari nilai probabilitas 0.05 atau nilai $0.545 > 0.05$.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) diketahui bahwa Sosialisasi Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Kebayoran Lama, karena nilai probabilitas 0.05 atau nilai $0.307 > 0.05$.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ke empat (H4) diketahui bahwa Rasa Nasionalisme berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Kebayoran Lama, karena nilai probabilitas 0.05 atau nilai $0.000 < 0.05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rokib. (2019). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Otoritas, Religiusitas, Nasionalisme, dan Modernisasi Sistem Administrasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Afeni Maxuel, & Anita Primastiwi. (2021). Sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan berpengaruh

* Corresponding author's e-mail: sakuntala@unpam.ac.id



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022**

Vol.1 No. 2

- terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM e-commerce. JRMB, Volume 16, No.1, Juni 2021.
- Alloysius, P. (2019). Pengaruh Kesadaran, Pengetahuan, Persepsi, Tingkat Kepercayaan Terhadap Kemauan Membayar Pajak. Semarang: Universitas Erlangga.
- Badan Pusat Statistik. (2017). Data dan Informasi Penduduk Kota. Binjai: BPS Kota Binjai.
- Badri Yatim, Soekarno, & Islam Nasionalisme. (2015). Rasa nasionalisme pada bangsa. Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu.
- Cahyonowati, N. (2016). Model moral dan kepatuhan perpajakan: wajib pajak orang pribadi. . Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia, Vol.15 No., Hlm 161-177.
- Caroko, Bayu, Heru Susilo, & Zahroh Z.A. (2015). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Motivasi Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Membayar Pajak”. Malang: Jurnal Perpajakan (JEJAK) (Vol. 1 No 1).
- Damayanti, E. (2017). Pengaruh Pengetahuan Nisbah Bagi Hasil Dan Lingkungan Religiusitas Keluarga Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah: survei pada nasabah bank BRI syariah KCP Bandung Kopo. Bandung: (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Ditjen Pajak. (2021). Sadar Pajak. https://edukasi.pajak.go.id/images/buku_pt/Materi_Terbuka/Bab_II.pdf.
- Elliane, K. (2019). Pengaruh Persepsi Pengetahuan Perpajakan, Tingkat Kepercayaan Kepada Pemerintah, Dan Sanksi Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Pemenuhan Kewajiban Perpajakan Wajib Pajak. Jakarta: Ismail Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Endang Satyawati, & Tirza Yulianti. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Self-Assessment System, Sanksi Pajak, Penerapan e-SPT dan Nasionalisme Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Melaporkan SPT Tahunan. Surakarta: JRAK,13(35).
- Eselon, U. (2018). Nomor Pokok Wajib Pajak Dalam NPWP. <https://klc.kemenkeu.go.id/nomor-pokokwajib-pajak-npwp/>.
- Fahluzy, S.F, & Agustina, L. (2017). aktor-faktor yang mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak UMKM. Kendal: Azzounting Analysis Joournal, 3(3).
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Imam Ghazali. (2021). 25 Grand Teori. Semarang: Badan Penerbit Universitas.
- Inayatul Muflihah, & Dian Anita Nuswantara. (2021). The effect of taxpayer awareness, taxpayer trust, and tax fines on individual taxpayer compliance. Surabaya: Vol. 5, No.04; 2021.
- Irsan Permana, & Tri Endar Susianto. (2021). Tax socialization, tax rates, tax



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022**

Vol.1 No. 2

- compliance, the influence of tax socialization on tax compliance, the influence of tax rates on tax compliance, and the effect of tax socialization and tax rates on restaurant taxpayer compliance in Sukabumi City. Sukabumi: Vol.03 issue 01 June 2021.
- KBBI . (2020). Kepercayaan menurut KBBI artinya anggapan atau keyakinan bahwa segala sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata. .
- Kohn, H. (2015). Nasionalisme Arti dan Sejarahnya. Jakarta: Pembangunan dan Erlangga.
- Mustafa. M. (2017). Nation State dan Kejatuhan Nasionalisme. Makasar: Alauddin University.
- Novia Dewi, M. A. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. . Scientia Journal, Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 1 No.2(Oktober), 1–10.
- Novita Sari, D. A. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kepercayaan Pada Pemerintah dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha UMKM. Pondok Benowo Indah: 16013015.
- Nugraheni . (2015). Kepatuhan Wajib Pajak. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta : B200 150 117.
- Nur Masita. (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Biaya Kepatuhan, Akuntabilitas Pelayanan Publik, Tingkat Kepercayaan terhadap Sistem Pemerintah dan Hukum, dan Program SAMSAT Corner terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor. Denpasar: Jurnal Sains, Akuntansi dan Manajemen (JSAM), (Vol. 1, No. 3: Maret, 2019).
- Pajak, D. (2021). Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009. . <https://www.pajak.go.id/index.php/id/undang-undang-nomor-16-tahun-2009>.
- Purnamasari, Apriani, Sukirman, & Umi Pratiwi. (2016). Pengaruh Pemahaman, Sanksi Perpajakan, Tingkat Kepercayaan Pada Pemerintah dan Hukum, Serta Nasionalisme Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar PBB-P2 (Studi Pada Wajib Pajak PBB-P2 di Kota Banjar, Jawa Barat. Lampung: Simposium Nasional Akuntansi XIX. .
- R. N., Afifudin, & Hariri. (2020). Pengaruh sosialisasi pajak, tarif pajak, penerapan PP Nomor 23 Tahun 2018, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Sampang. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang, E-JRA Vol. 09 No. 04 Februari 2020.
- Rahayu, D. (2017). Pengaruh pengetahuan perpajakan, ketegasan sanksi pajak, dan Tax amnesty terhadap kepatuhan wajib pajak. Semarang: Akuntansi Dewantara, 1(1), 15-30.
- Rahmadianti . (2021). Pengaruh Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Warga dalam Membayar Kewajiban Pajak Bumi dan Bangunan di Desa Solokan



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022**

Vol.1 No. 2

- Jeruk. Bandung: Sekolah tinggi ilmuekonomi stan im. Vol 13 No 1 (2021): JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi) . 24-05-2021.
- Ramdhani. F, & HANDIJONO, A. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tax Mindedness, Dan Pemahaman Prosedur Perpajakan Mengenai Pbb Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *SAKUNTALA: Prosiding Sarjana Akuntansi Tugas Akhir Secara Berkala*, 1(1), 463-481.
- Rayu. K. (2019). Hubungan Persepsi Pasien Terhadap Perilaku Komunitas Terapeutik Perawat Dengan Kecemasan Pra General Anestesi. . Jogjakarta: Poltekkesjogja.
- Rimawati , Q., Nur Diana, & Junaidi. (2021). pengaruh penerapan Kepercayaan Kepada Pemerintah, Norma Subjektif, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Malang Selatan. *Malang: E-JRA Vol. 10 No. 11 Agustus 2021*.
- S. L., J. Z., & Mapparenta. (2020). Pengaruh Kepercayaan Kepada Pemerintah, Kebijakan Isentif Pajak dan Manfaat Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Sulawesi Selatan: Center of Economic Student Journal Vol.3 No.3 2020*.
- Salsabila, N. U. (2018). Pengaruh Religiusitas, Nasionalisme, Kepercayaan Pada Otoritas, dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia*.
- Setiawan, T. (2019). Analisis Persepsi Wajib Pajak Pelaku UMKM Terhadap Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. *International Journal of Social and Business*, 463 - 472.
- Khodijah, S., Barli, H., & Irawati, W. (2021). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Layanan Fiskus, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *JABI (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia)*, 4(2), 183-195.
- Stevanny, Elysabeth Fransisca, Prayudi, & Made Aristia. (2020). Pengaruh Persepsi atas PP No. 23 Tahun 2018, Pemahaman Perpajakan, dan Kepercayaan pada Pemerintah terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 11 (1),115-123.
- Sugiyono . (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan . (2015). *Definisi Perilaku Konsumen, Buku Perilaku Konsumen, Edisi Kedua*. Jakarta: Ghaila Indonesia.
- Sunyoto , & Danang. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Syahputra, R. (2019). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak atas Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2018 dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel



**Seminar Nasional & Call for Paper:
“Inspiring Entrepreneur”, 7th July 2022**

Vol.1 No. 2

- Moderasi. . Jurnal Magister Akuntansi Trisakti Vol. 6 , 121-144.
- Utami, Cindy, D., & Devano. (2016). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Atas Penerapan Penghapusan Sanksi Administrasi Tahun 2015 terhadap Niat Kepatuhan Perpajakan (Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung di Wilayah DJP Jabar I). Lampung: Simposium Nasional Akuntansi XIX.
- Wardani, d. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Pengetahuan Perpajakan sebagai Variabel Intervening. Jurnal Nominal / Volume VII Nomor 1 / Tahun 2018.
- Widiasti , E., & Retnani, E. D. (2021). Pengaruh Penerapan E-Filling, Sikap Rasional, Lingkungan, dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Wajib Pajak Pribadi. Surabaya: Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi .
- Widyaningtyas, N. S. (2019) . Hubungan Antara Perilaku Wajib Pajak Dan Kebijakan Pajak Berdasarkan Sudut Pandang Behavioral Accounting. e-Jurnal Akuntansi, 14-27.
- Wijayanti, D. W., & Sasongko, N. (2017). Pengaruh Pemahaman, Sanksi Perpajakan, Tingkat Kepercayaan pada Pemerintah dan Hukum terhadap Kepatuhan dalam Membayar Wajib Pajak (Studi Wajib Pajak pada Masyarakat di Kalurahan Pajang Kecamatan Laweyan Surakarta). Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yetti Mulyati, & Juli Ismanto. (2021). Pengaruh Penerapan E-Filling, Pengetahuan Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pegawai Kemendikbud. Pamulang: Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia, Vol. 4, No. 2, ISSN 2615-7896.
- Yuyus Kardiman, D. (2020). Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan. Jakarta: Erlangga.
- Zulkarnain.Z, & Elvan Alvian Iskandar. (2019). Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Pengetahuan Perpajakan dan Kepercayaan Pada Pemerintah. CAKRAWALA – Repositori IMWI | Volume 2, Nomor 1, April 2019, p-ISSN: 2620-8490; e-ISSN: 2620-8814.