

Pengaruh Sosialisasi Pajak dan Pemahaman Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Pelaku UMKM di KPP Pratama Bandung Bojonagara

Najwa Aqilah Zahra^{*}, Diamonalisa Sofianty

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

^{*}04najwaqilah@gmail.com, diamonalisa@yahoo.co.id

Abstract. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the sources of state revenue. The objectives of MSMEs are to achieve the country's economic growth, equity and income generation. The phenomenon that has occurred lately is that the number of MSME actors registered in the tax administration system and who fulfill tax obligations is still far from expected. Therefore, by conducting tax socialization and providing an understanding of tax sanctions to taxpayers can increase taxpayer compliance in MSME actors. This study aims to determine the effect of tax socialization and understanding of tax sanctions on taxpayer compliance in MSME actors at KPP Pratama Bandung Bojonagara. The research method used in this research is a quantitative approach with descriptive and verification methods. The sampling technique in this study used non probability sampling with incidental sampling technique. The sample used in this study were 90 respondents. The data collection technique in this study was a questionnaire. The data analysis technique used in this study uses a PLS-based SEM model with SmartPLS 3.0 software. The results of this study state that Tax Socialization has a positive and significant effect on Taxpayer Compliance and Understanding Tax Sanctions has a positive and significant effect on Taxpayer Compliance.

Keywords: *Tax Socialization, Tax Sanctions, Taxpayer Compliance*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sumber pendapatan negara. Tujuan UMKM, yaitu mencapai pertumbuhan ekonomi negara, pemerataan dan peningkatan pendapatan. Fenomena yang terjadi akhir – akhir ini adalah jumlah pelaku UMKM yang terdaftar dalam sistem administrasi pajak dan yang memenuhi kewajiban pajak masih jauh dari yang diharapkan. Oleh sebab itu, dengan mengadakan sosialisasi pajak dan memberikan pemahaman sanksi pajak kepada Wajib Pajak dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak pada pelaku UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi pajak dan pemahaman sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada pelaku UMKM di KPP Pratama Bandung Bojonagara. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan teknik incidental sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 90 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model SEM berbasis PLS dengan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Sosialisasi Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dan Pemahaman Sanksi Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Kata Kunci : *Sosialisasi Pajak, Sanksi Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak*

A. Pendahuluan

Indonesia saat ini mengalami perkembangan ekonomi yang signifikan, terutama dalam sektor bisnis kecil. Salah satu potensi pendapatan pajak yang penting bagi negara Indonesia berasal dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pertumbuhan UMKM yang semakin pesat di Indonesia juga berdampak positif pada penerimaan pajak penghasilan dari sektor UMKM. Dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak terutama di kalangan UMKM, instansi berupaya melakukan kegiatan sosialisasi perpajakan dan memberikan pemahaman sanksi pajak. Kepatuhan wajib pajak menurut Farouq (2018) adalah upaya pemerintah dalam menghimpun pendapatan pajak, yang disertai dengan aturan, prosedur, dan layanan administratif yang terperinci, bukan hanya sekadar berfokus pada pemungutan pajak secara paksa. Danny Septriadi sebagai Senior Partner di DDTC, tarif pajak khusus yang berlaku untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengatakan bahwa hingga saat ini, jumlah pelaku UMKM yang terdaftar dalam sistem administrasi pajak dan memenuhi kewajiban pajak masih jauh dari yang diharapkan. Hanya sekitar 2,31 juta atau 3,6% yang terdaftar sebagai wajib pajak, dari total pelaku UMKM yang mencapai 64,2 juta, dan tingkat kepatuhan pajak masih rendah yang hanya mencapai 15%.

Sosialisasi perpajakan menurut Wahono (2012) merupakan usaha dari Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat, terutama kepada Wajib Pajak, mengenai seluruh aspek perpajakan, termasuk regulasi dan prosedur perpajakan, dengan menggunakan metode yang sesuai dan efektif. Ketua Umum UMKM, Raden Tedy, mengungkapkan bahwa banyak UMKM lokal yang belum mencapai perkembangan yang signifikan. Sebagai contoh, mereka masih belum sepenuhnya memahami bagaimana membuat laporan keuangan. Ia mengatakan bahwa tingkat partisipasi pajak yang rendah dari sektor UMKM bisa disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan mereka mengenai masalah perpajakan. Oleh karena itu, melalui program sosialisasi pajak diharapkan para pelaku usaha dapat terbantu dalam memenuhi kepatuhan wajib pajak.

Sanksi pajak menurut Rahayu (2017) adalah sebuah mekanisme pengawasan yang diterapkan oleh pemerintah untuk memastikan bahwa warga negara mematuhi peraturan-peraturan yang telah ditetapkan, sehingga dapat mencegah terjadinya pelanggaran. Pemahaman sanksi pajak dapat diartikan bahwa Wajib Pajak memahami konsekuensi yang didapat jika melanggar aturan. Heri Sukoco, yang menjabat sebagai Kepala Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) Martapura, terkait sektor perpajakan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten mengatakan bahwa masih banyak wajib pajak UMKM yang kurang memahami pentingnya melaporkan dan membayar pajak UMKM. Kurangnya pemahaman ini bisa berakibat pada sanksi pajak yang diberlakukan, yang dapat mengakibatkan denda yang memberikan beban finansial yang lebih besar bagi UMKM yang tidak mematuhi peraturan perpajakan.

Pada masing-masing variabel dalam penelitian, ada indikasi kuat bahwa terdapat pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak yang dapat diperoleh melalui hasil penelitian sebelumnya. Penelitian ini akan fokus pada pemahaman wajib pajak tentang informasi yang disampaikan dalam proses sosialisasi perpajakan serta tingkat pemahaman mereka mengenai konsekuensi sanksi pajak yang akan diterapkan jika mereka tidak mematuhi kewajiban perpajakan dengan benar. Selain sebagai upaya untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat peran dan tindakan yang perlu diambil oleh para pihak terkait guna meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak, terutama di kalangan UMKM. Hal ini sangat penting mengingat UMKM memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan dan dapat menjadi sumber pendapatan negara yang signifikan, yang dapat digunakan untuk mendukung pembangunan dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pelaku UMKM Di KPP Pratama Bandung Bojonagara?” dan “Bagaimana Pengaruh Pemahaman Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pelaku UMKM Di KPP Pratama Bandung Bojonagara?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam

pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pelaku UMKM Di KPP Pratama Bandung Bojonagara
2. Untuk mengetahui Pengaruh Pemahaman Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pelaku UMKM Di KPP Pratama Bandung Bojonagara

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah 3.866 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Bojonagara. Dengan teknik pengambilan sampel berupa metode *non probability sampling* dengan teknik *incidental sampling* diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 90 UMKM. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa pengisian kuesioner yang disebarakan kepada UMKM di KPP Pratama Bandung Bojonagara. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model SEM (*Structural Equation Modelling*) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *SmartPLS 3.0*.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Outer Model

Pada outer model dilakukan proses pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas bertujuan untuk menilai apakah sebuah kuesioner dapat dianggap sah atau tidak. Sementara pengujian reliabilitas bertujuan untuk menilai keandalan atau kestabilan dari item dalam kuesioner. Dalam pengujian outer model menggunakan fungsi PLS Algorithm pada Software SmartPLS 3.0.

Uji Validity

Uji validitas dilakukan untuk menilai apakah sebuah kuesioner dapat dianggap sah atau tidak. Proses pengujian validitas dilakukan pada semua item pernyataan yang terdapat dalam setiap variabel. Uji validitas dilakukan melalui tahap *convergent validity* dan *discriminant validity*. Pada tahap *convergent validity*, jika nilai AVE lebih besar dari 0,5 maka dikatakan bahwa indikator suatu dimensi mempunyai validitas konvergen yang baik. Sementara pada tahap *discriminant validity*, nilai cross loading memiliki ketentuan bahwa indikator konstruk > konstruk lainnya, maka validitas diskriminan dapat dinyatakan baik. Berikut hasil penelitian dari uji validitas :

Tabel 1. Average Variance Extracted

	Average Variance Extracted (AVE)
Kepatuhan Wajib Pajak	0,614
Pemahaman Sanksi Pajak	0,576
Sosialisasi Pajak	0,503

Tabel 2. Cross Loading

	Kepatuhan Wajib Pajak	Pemahaman Sanksi Pajak	Sosialisasi Pajak
X1.1	0,542	0,482	0,715
X1.2	0,513	0,402	0,810

Lanjutan Tabel 2. Cross Loading

X1.3	0,521	0,331	0,842
X1.4	0,274	0,229	0,600
X1.5	0,500	0,594	0,611
X1.6	0,465	0,303	0,709
X1.7	0,363	0,170	0,671
X1.8	0,382	0,376	0,680
X2.1	0,374	0,641	0,195
X2.2	0,530	0,841	0,467
X2.3	0,441	0,803	0,431
X2.5	0,463	0,734	0,473
Y1	0,702	0,546	0,356
Y2	0,788	0,642	0,393
Y3	0,811	0,366	0,604
Y4	0,827	0,346	0,656

Uji Reliability

Reliabilitas merupakan serangkaian pengujian yang bertujuan untuk menilai keandalan atau kestabilan dari item dalam suatu instrumen. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur tersebut dapat diandalkan dalam mengukur suatu konsep atau untuk mengukur sejauh mana konsistensi responden dalam menjawab pernyataan-pernyataan dalam kuesioner atau instrumen penelitian. Uji reliabilitas dilakukan melalui tahap *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Pada tahap *composite reliability*, nilai composite reliability yang lebih besar dari 0,7 merupakan Batasan indikator yang memiliki konsistensi internal yang baik. Sementara pada tahap *cronbach's alpha*, jika nilai cronbach's alpha dari suatu indikator tidak kurang dari 0,5, maka indikator tersebut dianggap reliabel. Berikut hasil penelitian dari uji reliabilitas :

Tabel 3. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kepatuhan Wajib Pajak	0,789	0,864
Pemahaman Sanksi Pajak	0,751	0,843
Sosialisasi Pajak	0,857	0,889

Inner Model

Model struktural adalah model yang menghubungkan variabel laten exogenous atau variabel bebas dengan variabel laten endogenous atau variabel terikat. Setelah dilakukan pengujian *outer model*, selanjutnya dilakukan pengujian inner model. Dalam pengujian *inner model* ada beberapa indikator yang diuji diantaranya *R-square*. Koefisien determinasi bertujuan untuk menilai seberapa baik model mampu menjelaskan seberapa besar variasi yang terdapat pada variabel dependen.

Tabel 4. R-Square

	R Square
Kepatuhan Wajib Pajak	0,512

Berdasarkan tabel 4, jika nilai R-square 0.512 berarti menunjukkan bahwa besar pengaruh sosialisasi pajak dan pemahaman sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 51.2% dan sisanya 48.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Sosialisasi Pajak (X_1) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 5. Pengaruh Sosialisasi Pajak (X_1) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
$X_1 \rightarrow Y$	0,457	0,468	0,098	4,660	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024.

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak didapat nilai t-hitung sebesar $4.660 \geq 1.671$ atau nilai P Value sebesar $0.000 \leq 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Terdapat bukti yang cukup untuk menyatakan adanya pengaruh signifikan antara sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Artinya semakin tinggi sosialisasi pajak, semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi perpajakan bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai konsep perpajakan, keuntungan dari membayar pajak, serta hukum yang mengaturnya. Melalui sosialisasi ini, masyarakat dapat memperoleh pandangan positif terkait kewajiban membayar pajak, yang kemudian dapat memengaruhi dan mendorong para wajib pajak untuk patuh dalam mematuhi kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak diperoleh dari tanggapan responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan seringnya diadakan sosialisasi pajak, maka Wajib Pajak akan mengetahui dan berusaha memahami Undang-Undang Perpajakan.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan adanya hasil penelitian Ananda et al. (2015) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Hasil penelitian Srimulyani & Sofianty (2022) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hasil penelitian Namarina Supaika & Halimatusadiah (2023) menunjukkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian Miftahul Romdhona et al. (2020) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hasil penelitian Widyanti et al. (2021) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pedagang e-commerce.

Pengaruh Pemahaman Sanksi Pajak (X_2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh pemahaman sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 6. Pengaruh Pemahaman Sanksi Pajak (X_2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
$X_2 \rightarrow Y$	0,359	0,364	0,107	3,368	0,001

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024.

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa Pengaruh Pemahaman Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak didapat nilai t-hitung sebesar $3.368 \geq 1.671$ atau nilai P Value sebesar $0.001 \leq 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat bukti yang cukup untuk menyatakan adanya pengaruh signifikan antara pemahaman sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sanksi pajak timbul sebagai konsekuensi dari pelanggaran aturan, yang berupa tindakan hukuman yang diberikan kepada Wajib Pajak yang melanggar aturan. Peraturan merupakan pedoman bagi seseorang dalam menentukan tindakan yang boleh dilakukan dan yang seharusnya dihindari. Sanksi diperlukan untuk memastikan bahwa aturan atau hukum tersebut tidak dilanggar, sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa pemahaman sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pengaruh pemahaman sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak diperoleh dari tanggapan responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya sanksi pajak sebagai alat pencegah Wajib Pajak melanggar peraturan perpajakan, maka Wajib Pajak akan berusaha mengetahui dan berusaha memahami Undang-Undang Perpajakan.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan adanya hasil penelitian Arta & Alfasadun (2022) menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif signifikan antara sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian Maili (2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil penelitian Putra & Halimatusadiah (2022) menunjukkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil penelitian Kuncoro Aji & Sofianty (2021) menunjukkan bahwa sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hasil penelitian Ermawati & Nurhayati (2022) menunjukkan bahwa sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijabarkan mengenai pengaruh sosialisasi pajak dan pemahaman sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pada pelaku UMKM, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan di KPP Pratama Bandung Bojonagara menghasilkan temuan berikut :

- 1) Sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak yang terdaftar di KPP Pratama Bandung Bojonagara.
- 2) Pemahaman sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak yang terdaftar di KPP Pratama Bandung Bojonagara.

Acknowledge

Puji dan syukur kehadirat Allah Swt atas berkat rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Sosialisasi Pajak dan Pemahaman Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pelaku UMKM Di KPP Pratama Bandung Bojonagara". Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Ibu tercinta Teti Setiawati dan Bapak tercinta Asep Saeful Huda yang selalu dan tak pernah lelah

mendoakan dan mendorong penulis agar dapat memperoleh atau meraih ilmu baik moril dan materiil, serta selalu ada kala penulis membutuhkan. Selanjutnya penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Diamonalisa Sofianty, S.E, M.Si, Ak., CA selaku pembimbing dengan dedikasi tinggi, ketekunan dan ikhlas beliau mendampingi, membimbing, memberikan semangat, mengoreksi dan meluruskan jalannya penelitian ini dari awal pembuatan usulan penelitian hingga terselesaikannya skripsi ini sehingga dapat selesai dengan tepat waktu.

Daftar Pustaka

- [1] Ananda, P. R. D., Kumadji, S., & Husaini, A. (2015). Pengaruh sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak (Studi pada UMKM yang terdaftar sebagai wajib pajak di kantor pelayanan pajak pratama Batu). *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 6, 1–9. Arta, L. D., & Alfasadun. (2022). Pengaruh tarif pajak, pemahaman perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Kota Pati. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4, 5453–5461. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- [2] Arta, L. D., & Alfasadun. (2022). Pengaruh tarif pajak, pemahaman perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Kota Pati. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4, 5453–5461. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- [3] Ermawati, N., & Nurhayati, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2, 790–797. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v2i1.2149>
- [4] Farouq, M. (2018). *Hukum Pajak Di Indonesia: Suatu Pengantar Ilmu Hukum Terapan di Bidang Perpajakan*. Kencana.
- [5] Kuncoro Aji, B., & Sofianty, D. (2021). Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Prosiding Akuntansi*, 7. <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4723341/penunggak->
- [6] Maili, N. A. (2022). Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Sanksi Pajak, Tarif Pajak, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 13553–13562.
- [7] Miftahul Romdhona, F., Nurhayati, N., & Helliana. (2020). Pengaruh Penggunaan Teknologi E-Filling dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Prosiding Akuntansi*, 7, 31–34. <https://doi.org/10.29313/.v7i1.25248>
- [8] Namarina Supaika, C. A. Z., & Halimatusadiah, E. (2023). Pengaruh Sosialisasi Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/bcsa.v3i1.6676>
- [9] Putra, M. R. N., & Halimatusadiah, E. (2022). Pengaruh Pemahaman Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Bandung Cicadas. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2(2), 955–961. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v2i2.2791>
- [10] Rahayu, S. K. (2017). *Perpajakan: Konsep dan Aspek Formal*. Rekeyasa Sains.
- [11] Srimulyani, E., & Sofianty, D. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2, 422–428. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v2i1.1723>
- [12] Wahono, S. (2012). *Mengurus Pajak Itu Mudah*. PT Elex Media.

- [13] Widyanti, Y., Erlansyah, D., Butar, S. D. R., & Maulidya, Y. N. (2021). Pengaruh Tingkat Pemahaman, Sanksi, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Journal Management, Business, and Accounting*, 20, 285–294.
- [14] Bryan Malfin Nugraha Putra, Pupung Purnamasari, & Mey Maemunah. (2023). Pengaruh Tingkat Debt Covenant terhadap Audit Delay dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi*, 75–82. <https://doi.org/10.29313/jra.v3i1.1978>
- [15] Laswati, I. S., & Nurleli. (2021). Pengaruh Proses Pengendalian Manajemen dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Manajerial. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(1), 52–58. <https://doi.org/10.29313/jra.v1i1.193>
- [16] Nandita, F., & Rosdiana, Y. (2023). Pengaruh Pengendalian Internal dan Disiplin Kerja terhadap Kepuasan Kerja Pegawai. *ICONOMICS: Journal of Economy and Business*, 1(1), 1–8.