

Faktor Kunci Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce di DKI Jakarta : Modernisasi Sistem Pajak, Religiusitas, Love of Money, dan Sanksi Pajak (*Key Factors of Tax Compliance of E-Commerce MSMEs in DKI Jakarta: Modernization of Tax System, Religiosity, Love of Money, and Tax Sanctions*)

Muhammad Khoirul Alfi^{1*}, Suparna Wijaya²

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Jawa Barat^{1,2}

2110112031@mahasiswa.upnvj.ac.id^{1*}; suparnawijaya@upnvj.ac.id²



Riwayat Artikel

Diterima pada 15 Agustus 2024

Revisi 1 pada 30 Agustus 2024

Revisi 2 pada 8 September 2024

Revisi 3 pada 9 September 2024

Disetujui pada 10 September 2024

Abstract

Purpose: The purpose of this study is to examine how Religiosity, love of money, tax sanctions, and modernization of the tax system affect tax compliance of MSME businesses.

Methodology: The sampling method is based on the formula of Roscoe's theory. Using the SmartPLS 4.0 program for PLS-SEM data analysis, the researcher tested the hypothesis at a significance level of 5%.

Results: the results of the study, taxpayer compliance in e-commerce is significantly influenced by the modernization of the tax system for MSMEs; taxpayer compliance in is not significantly influenced by religiosity for the same business; and e-commerce is significantly influenced by love of money. In terms of MSME e-commerce tax compliance, tax sanctions do not have a significant effect.

Limitations: This study may only cover a small portion of e-commerce MSMEs in DKI Jakarta, so the results may not fully represent the entire population of e-commerce MSMEs in the area if the sample used is not taken randomly or there is a tendency to select certain respondents, then the results of the study can be influenced by sample selection bias.

Contribution: This study adds to the existing literature on tax compliance, particularly in the context of MSMEs in the e-commerce sector. It provides new insights into how factors such as tax system modernization, religiosity, love of money, and tax sanctions interact to influence tax compliance. By testing a theoretical model involving various factors influencing tax compliance, this study strengthens or challenges existing theories related to tax compliance behavior, particularly in the context of the digital economy

Keywords: *Tax System Modernization, Religiosity, Love of Money, Tax Sanctions, Tax Compliance, MSME E-Commerce.*

How to Cite: Alfi, M, K., Wijaya, S. (2024). Faktor Kunci Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce di DKI Jakarta : Modernisasi Sistem Pajak, Religiusitas, Love of Money, dan Sanksi Pajak. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 5(4), 401-416.

1. Pendahuluan

Peran perpajakan dalam pembangunan suatu negara tidak dapat disepelekan terutama di negara berkembang dimana penyediaan barang dan jasa publik tidak memadai sehingga memperlambat pertumbuhan ekonomi dan menghambat upaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Hal ini khususnya berlaku di negara-negara berkembang. Sebagian besar anggaran negara didanai oleh pajak,

yang merupakan sumber pendapatan utama bagi pemerintah. OECD (2021) menemukan tarif pajak Indonesia sangat meresahkan, karena jauh lebih rendah daripada tarif pajak rata-rata di antara negara-negara anggota OECD. Banyak negara yang memiliki sistem pajak mengalami kesulitan membuat orang benar-benar membayar pajak mereka. Pendapatan dari pajak dapat meningkat jika pembayar pajak patuh, jadi ini sangat penting. Pajak berkontribusi secara signifikan terhadap anggaran pendapatan negara Indonesia. Namun, banyak orang masih gagal membayar pajak yang seharusnya mereka bayarkan (Pradipta, Irawan, & Arieftiara, 2024). Pada tahun 2022, tarif pajak Indonesia hanya akan menjadi 10,1% dari PDB, meskipun tarif pajak rata-rata di negara-negara Asia-Pasifik adalah 19% dari PDB, menurut OECD. Hal ini menunjukkan bahwa, jika dibandingkan dengan PDB, penerimaan pajak di Indonesia masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi penduduk yang sadar dan patuh terhadap kewajiban perpajakannya masih rendah di Indonesia.

Target APBN 2022 adalah 1.444,54 triliun rupiah, sehingga meskipun penerimaan pajak mencapai 1.314,81 triliun rupiah pada triwulan IV tahun tersebut, namun masih jauh dari target. Ketidapatuhan masyarakat terhadap peraturan perpajakan dapat menjadi penyebab tidak tercapainya target tersebut. Karena pajak merupakan sarana utama negara untuk membiayai kegiatannya dan memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat, maka wajib pajak harus memenuhi kewajiban perpajakannya. Salah satu definisi kepatuhan wajib pajak adalah kondisi wajib pajak dengan sengaja dan sadar menaati peraturan perundang-undangan perpajakan (Putra, 2020).

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) semakin dikenai pajak bersama dengan pekerja dan pemilik usaha besar karena kontribusinya yang signifikan terhadap PDB. Salah satu pilar struktur ekonomi Indonesia adalah pengembangan UMKM yang telah tumbuh pesat dalam beberapa tahun terakhir. Maraknya UMKM di Indonesia menjadi indikasi tren ini dan mendorong ekspansi secara menyeluruh. Menurut statistik yang diterbitkan oleh Kementerian Koperasi, UMKM menyumbang 61,7% PDB negara ini. Bahkan, akan ada 64 juta usaha kecil, menengah, dan mikro di Indonesia pada tahun 2023, dengan 63 juta di antaranya merupakan usaha mikro. Dengan kontribusi sebesar 96,9% terhadap sektor tenaga kerja, UMKM juga memainkan peran penting dalam penciptaan lapangan kerja. Pentingnya usaha kecil, menengah, dan mikro bagi perekonomian nasional ditegaskan oleh hal ini. Usaha-usaha ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan negara melalui pajak dan berkontribusi pada percepatan pembangunan nasional.

Banyak UMKM saat ini memutuskan untuk memperluas cakupan bisnis mereka dengan memanfaatkan e-commerce, sebuah platform berbasis internet yang menjadi penopang utama penjualan mereka. Menurut data dari *E-Commerce Association* (idEA), sekitar 13,7 juta UMKM telah memasuki ranah e-commerce, yang setara dengan sekitar 21 persen dari total UMKM. Hasil penelitian Lestary, Sueb, and Yudianto (2021) menunjukkan kesadaran dan ketaatan UMKM terhadap pajak masih rendah.

Meskipun jumlah UMKM yang terlibat dalam e-commerce terus meningkat, tingkat ketaatan pajak tidak mengalami peningkatan yang sebanding. Dari tahun 2017 hingga 2019, terdapat tren peningkatan ketaatan pajak, namun hal ini mengalami penurunan drastis pada tahun 2020 dan 2021, terutama sebagai dampak dari pandemi Covid-19. Data dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menunjukkan hanya sekitar 2,3 juta UMKM dari total sekitar 67 juta UMKM di Indonesia yang telah membayar pajak. Penurunan aktivitas ekonomi akibat pandemi meningkatkan risiko kebangkrutan, yang pada gilirannya mendorong wajib pajak untuk mengurangi ketaatan mereka.

Fenomena ini menunjukkan bahwa sejumlah variabel internal dan eksternal, termasuk pandangan agama, *love of money*, kebutuhan untuk memodernisasi sistem perpajakan, dan ancaman sanksi pajak, memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak terhadap hukum. Bertentangan dengan penelitian Pratiwi and Somantri (2021) penelitian ini tidak menemukan bukti bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh modernisasi sistem perpajakan, bertentangan dengan klaim yang dibuat dalam publikasi seperti Palupi and Arifin (2023) dan Putra (2020). yang menurutnya, tingkat kepatuhan pajak tidak dipengaruhi oleh modernisasi sistemik. Meskipun penelitian ini bertentangan dengan temuan Daniati and Ismatullah

(2022) penelitian tentang religiusitas oleh Mukoffi, Himawan, Sulistyowati, Sularsih, and Boru (2023) dan Ratnawardhani, Ernawati, and Fatimah (2020) menunjukkan bahwa religiusitas memengaruhi kepatuhan pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Putri, Suriyanti, and Putri (2022) dan Hidayatulloh, Shofiyah, Nugroho, Wiharsianti, and Ganinda (2023) diduga bahwa tingkat pembayaran pajak seseorang dipengaruhi oleh *love of money*. Namun penelitian seperti yang dilakukan oleh Palupi and Arifin (2023) menunjukkan bahwa kepatuhan pajak tidak dipengaruhi oleh *love of money*. Maxuel and Primastiwi (2021) tidak ada pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, bertentangan dengan penelitian Hantono and Sianturi (2021); (Mulyati & Ismanto, 2021; Zulma, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Faktor Kunci Kepatuhan Pajak UMKM *E-Commerce* di DKI Jakarta : Modernisasi Sistem Pajak, Religiusitas, *Love of Money*, dan Sanksi Pajak” untuk apakah terdapat pengaruh antara Modernisasi Sistem Perpajakan, Religiusitas, *Love Of Money* dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak UMKM *E-Commerce* yang berdomisili di DKI Jakarta.

2. Tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis

2.1 *Theory of Planned Behavior*

Menurut Ajzen (2020), *Theory of Planned Behavior* berfungsi sebagai landasan bagi teori perilaku terencana. Kontrol perilaku penuh individu sebelumnya merupakan asumsi yang mendasari teori ini. Asumsi nomor satu dalam *Theory of Planned Behavior* adalah bahwa orang dapat menggunakan informasi yang mereka miliki untuk keuntungan mereka. *Theory of Planned Behavior* (TPB) menyatakan jika sikap orang, norma subjektif, dan rasa agensi semuanya berperan dalam membentuk niat mereka untuk bertindak dengan cara tertentu. Menurut Darsono, Susana, and Prihantono (2020), tujuan teori ini adalah untuk membantu orang memahami dan mengelola perilaku mereka sendiri sambil juga menemukan dan menilai cara untuk memodifikasi dan mengendalikannya. Yang penting bagi penelitian ini adalah gagasan bahwa niat wajib pajak memengaruhi apakah wajib pajak mematuhi tanggung jawab pajak mereka atau tidak. Jika wajib pajak bertekad untuk membayar pajak mereka, maka mereka akan mematuhi hukum.

2.2 *Teori Atribusi*

Teori atribusi Malle (2022) mengungkapkan bahwa yang berupaya mengevaluasi kapasitas manusia dalam menjelaskan perilaku. Teori ini mengusulkan bahwa faktor internal dan eksternal berkontribusi terhadap perilaku individu. Kualitas pribadi seperti sikap, kekhasan karakter, dan tipe kepribadian adalah contoh faktor internal, sedangkan norma dan harapan masyarakat adalah contoh faktor eksternal. Kepatuhan wajib pajak rentan terhadap pengaruh internal dan eksternal, itulah sebabnya teori atribusi berlaku untuk penelitian ini. Pandangan agama dan kecintaan terhadap uang adalah contoh variabel internal yang diteliti dalam penelitian ini. Sementara itu, otoritas pajak Indonesia, khususnya Direktorat Jenderal Pajak, telah mengenakan sanksi pajak dan memodernisasi sistem pajak, yang keduanya dianggap sebagai faktor eksternal.

2.3 *Kepatuhan Pajak*

Kepatuhan sering dikaitkan dengan kata kepatuhan yaitu kesediaan untuk mengikuti aturan atau ketentuan yang berlaku umum. Ketika seseorang patuh, itu berarti mereka mengikuti aturan tanpa berusaha melanggarnya (Febriana, Wijaya, & Arieftiara, 2024). Kemauan seseorang untuk mematuhi semua kewajiban perpajakannya merupakan indikasi kedewasaannya. Ketika wajib pajak mampu memenuhi semua kewajiban perpajakannya, seperti mendaftar, menghitung, membayar, dan menyampaikan SPT, sehingga dikatakan bahwa mereka patuh (Hantono & Sianturi, 2021). Tingkat pemenuhan kewajiban masyarakat terhadap peraturan yang berlaku merupakan cerminan kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, dengan membandingkan tindakan wajib pajak dengan ketentuan undang-undang perpajakan (Saputri & Khoiriawati, 2021)

2.3.1 Modernisasi Sistem Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce

Upaya inovasi atau pembenahan sistem administrasi perpajakan bertujuan agar kewajiban perpajakan wajib pajak dapat lebih mudah dipenuhi. Karena masyarakat cenderung lebih menyukai dan menerima sistem yang mudah digunakan, maka kepatuhan wajib pajak dapat ditingkatkan melalui modernisasi sistem. Magribi and Yulianti (2022) menyatakan bahwa untuk memodernisasi sistem administrasi perpajakan, sarana dan prasarana perpajakan yang baru harus dimanfaatkan dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. (Mulyati & Ismanto, 2021; Palupi & Arifin, 2023; Putra, 2020) menunjukkan modernisasi sistem perpajakan berdampak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

H1 : Modernisasi Sistem Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce

2.3.2 Religiusitas berpengaruh terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce

Sejauh mana seseorang mengetahui religiusitasnya, bertindak sesuai dengan religiusitastersebut, dan bersikap toleran terhadap orang lain yang memiliki keyakinan berbeda merupakan aspek-aspek religiusitas mereka. Orang cenderung lebih percaya satu sama lain ketika religiusitas mereka membantu mereka memahami nilai-nilai agama. Menurut Ganinda, Fikrianoor, Nugroho, and Hidayatulloh (2020), tindakan seseorang didasarkan pada prinsip-prinsip agama mereka. Religiusitas seseorang dapat didefinisikan sebagai sejauh mana mereka mengabdikan diri pada ajaran agama mereka. Tujuan utama semua agama adalah untuk mempromosikan kebajikan dan menekan kejahatan. Orang sering kali memandang religiusitas mereka sebagai cara untuk mendasarkan diri pada prinsip-prinsip moral dan mendorong introspeksi. Pembayar pajak yang mengikuti larangan dan ajaran agama cenderung lebih memenuhi komitmen mereka karena mereka merasa memiliki kewajiban moral untuk melakukannya. Mukoffi et al. (2023) menyebutkan bahwa orang negara ini sangat memperhatikan detail dalam hal mengikuti hukum dalam hal membayar pajak. Mereka melakukan segala upaya untuk mematuhi peraturan perpajakan. Temuan dari penelitian (Apriani, 2020; Faridzi, Suryanto, & Devi, 2022; Mukoffi et al., 2023; Ratnawardhani et al., 2020) mendukung hipotesis bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak

H2 : Religiusitas berpengaruh terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce

2.3.3 Love of Money berpengaruh terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce

Uang merupakan kebutuhan dasar manusia, dan setiap orang memilikinya. Sikap *love of money* seseorang merupakan cerminan dari perilaku ini. Akibatnya, individu-individu ini akan menggunakan cara-cara yang tidak etis, seperti menghindari pajak, dalam mengejar kekayaan dalam jumlah besar. Tang (1993) mengenalkan pertama kali konsep ini dalam literatur psikologi. Hidayatulloh et al. (2023) menyebutkan bahwa wajib pajak yang terlalu mementingkan keuntungan finansial mereka sendiri cenderung tidak memenuhi tanggung jawab pajak mereka. Masyarakat yang materialistis sering kali mengutamakan keinginan mereka sendiri dan menggunakan kekayaan mereka sebagai tolok ukur kesuksesan. Akibatnya, mereka akan menggunakan cara-cara yang tidak jujur (jika tidak sepenuhnya penipuan) untuk mengumpulkan kekayaan dalam jumlah besar. Tingkat kepatuhan pajak seseorang dipengaruhi oleh *love of money*, menurut penelitian (Hidayatulloh et al., 2023; Nurachmi & Hidayatulloh, 2021; Putri et al., 2022)

H3 : Love of Money berpengaruh terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce

2.3.4 Sanksi Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce

Sanksi adalah jenis hukuman yang dapat diterapkan ketika peraturan dilanggar atau tidak diikuti. Hal ini merupakan hasil dari tindakan yang tidak mengikuti aturan. Dua jenis hukuman pajak utama adalah sanksi pidana dan sanksi administratif. Sebagai bagian dari tugas kewarganegaraan mereka, wajib pajak diharuskan membayar pajak dengan tertib, tujuan hukuman pajak adalah untuk membuat mereka patuh dalam membayar pajak Dalam penelitian Pujilestari, Humairo, Firmansyah, and Trisnawati (2021) wajib pajak dapat lebih patuh ketika mereka menyadari hak dan tanggung jawab mereka, yang dapat dicapai melalui penggunaan hukuman menurut Hani and Furqon (2021). Wajib pajak lebih cenderung membayar bagian yang wajar ketika mereka diancam dengan hukuman berat, yang memotivasi mereka

untuk patuh (Chandra & Sandra, 2020). Memberikan hukuman berat kepada wajib pajak yang tidak mematuhi peraturan pajak dapat meningkatkan kepatuhan pajak (Febriana et al., 2024). Penelitian oleh (Hantono & Sianturi, 2021; Mulyati & Ismanto, 2021; Zulma, 2020) menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara sanksi pajak dan kepatuhan pajak (Maulita & Framita, 2021).

H4 : Sanksi Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce

3. Metodologi penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2022) populasi adalah suatu konsepsi yang mengacu pada generalisasi objek atau subjek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian dievaluasi. Dalam konteks penelitian ini, peneliti memilih untuk mengidentifikasi populasi target sebagai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) *e-commerce* yang beroperasi di wilayah DKI Jakarta.

Sugiyono (2022) menjelaskan bahwa sampel merupakan representasi dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang lebih besar, karena peneliti tidak mampu mempelajari seluruh entitas dalam populasi tersebut, mungkin karena keterbatasan sumber daya seperti dana, tenaga, dan waktu. Oleh karena itu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel yang tepat dalam penelitian, teori Roscoe digunakan sebagai pedoman. Menurut Roscoe dalam S. Sugiyono (2016) menyarankan bahwa ukuran sampel yang tepat dalam penelitian adalah antara 30 hingga 500. Selain itu, jika penelitian akan melibatkan analisis multivariat seperti korelasi atau regresi, jumlah anggota sampel minimal harus sepuluh kali lipat dari jumlah variabel yang diteliti. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 50, mengingat terdapat lima variabel yang terdiri dari empat variabel dependen dan satu variabel independen

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini mengandalkan data numerik yang diukur dengan skala numerik dan cenderung menghasilkan variabel penelitian, dengan menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian dan kemudian menganalisisnya menggunakan metode statistik atau kuantitatif (Sugiyono, 2022). Penelitian kuantitatif sering kali mengikuti filosofi positivis. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak faktor-faktor seperti modernisasi system pajak, keagamaan, kecintaan terhadap uang, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan pajak UMKM *e-commerce* di DKI Jakarta. Data penelitian ini berasal dari kuesioner berbasis Google Form yang dikirimkan kepada partisipan. Peneliti menggunakan skala Likert dengan empat kemungkinan respons: 1 untuk "Sangat Tidak Setuju," 2 untuk "Tidak Setuju," 3 untuk "Setuju," dan 4 untuk "Sangat Setuju" untuk mengumpulkan data pengukuran. Pertanyaan-pertanyaan dirancang agar lebih mudah dipahami oleh responden dengan menggunakan skala Likert daripada skala yang lebih luas.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kepatuhan Pajak (Y)	Apabila wajib pajak mampu menyelesaikan seluruh kewajiban perpajakannya, mulai dari mendaftar hingga menghitung dan membayar pajak, termasuk melunasi tunggakan dan mengembalikan surat	Menurut Erica (2021), secara umum ada 4 (empat) indikator atas kepatuhan pajak, yaitu: 1. Pendaftaran kepatuhan Wajib Pajak (WP). 2. Wajib Pajak (WP) patuh dan mampu menyetor kembali Surat Pemberitahuan (SPT) tepat waktu.	<i>Likert</i> (1-4)

		<p>pemberitahuan, maka wajib pajak dianggap telah memenuhi kewajiban perpajakannya Adikara and Rahayu (2022)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Memenuhi perhitungan dan pembayaran pajak yang terutang atas penghasilan Wajib Pajak (WP). 4. Wajib Pajak (WP) mematuhi pembayaran pajak yang terutang, baik dalam Surat Tagihan Pajak (STP) maupun Surat Ketetapan Pajak (SKP). 	
2	Modernisasi Sistem Perpajakan (X1)	<p>Upaya inovasi atau pembenahan sistem administrasi bertujuan untuk mempermudah pemenuhan kewajiban perpajakan wajib pajak. Magribi and Yulianti (2022) menyatakan bahwa untuk melakukan modernisasi sistem administrasi perpajakan, diperlukan sarana dan prasarana perpajakan yang baru dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.</p>	<p>Indikator modernisasi sistem administrasi pajak menurut Amalia and Widyawati (2021) sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. E-Registration 2. E-Filling 3. E-Billing 	<p><i>Likert</i> (1-4)</p>
3	Religiusitas (X2)	<p>Religiusitas mencakup kedalaman pemahaman seseorang terhadap keyakinannya, serta tingkat pengetahuan, tindakan yang diambil, dan sikap toleransi terhadap individu dengan keyakinan yang berbeda. Keberadaan religiusitas dalam seseorang membantu dalam pemahaman nilai-nilai agama, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan. Nilai-nilai agama menjadi landasan bagi individu dalam menjalankan aktivitas</p>	<p>Menurut Maulida dalam Palupi and Arifin (2023) variabel Religiusitas dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Keaktifan Wajib Pajak dalam berpartisipasi dalam organisasi keagamaan; 2) Pandangan Wajib Pajak mengenai agama sebagai pedoman dalam menjalani kehidupan sehari-hari; 3) Keteraturan Wajib Pajak dalam menjalankan ibadah keagamaan; 4) Keyakinan Wajib Pajak bahwa seseorang yang patuh pada perintah agama akan juga patuh pada perintah negara; 	<p><i>Likert</i> (1-4)</p>

		mereka (Ganinda et al., 2020)	5) Keyakinan Wajib Pajak bahwa agama mengajarkan untuk memenuhi kewajiban, termasuk kewajiban membayar pajak.	
4	Love Of Money (X3)	Cinta uang (<i>Love of Money</i>) merupakan keinginan yang muncul pada tiap individu untuk memiliki uang. Perilaku cinta uang tercermin dalam sifat tamak individu. Akibatnya, individu akan berusaha mencari berbagai cara untuk memperoleh banyak uang meskipun dengan perilaku yang tidak etis, termasuk menghindari pembayaran pajak. (Hidayatulloh et al., 2023)	Menurut Abung and Damayanti (2023) pengukuran penilaian uang terdiri dari 6 faktor: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Good</i> 2. <i>Crime</i> 3. <i>Achievement</i> 4. <i>Self-esteem</i> 5. <i>Money</i> 6. <i>Power or freedom</i> 	<i>Likert</i> (1-4)
5	Sanksi Pajak (X4)	Sanksi adalah bentuk hukuman yang diberikan sebagai akibat dari pelanggaran atau ketidakpatuhan terhadap aturan yang berlaku. Ini merupakan konsekuensi dari tindakan yang menyimpang dari norma yang ada. Sanksi pajak terbagi menjadi dua kategori, yaitu sanksi administratif dan sanksi pidana	Menurut Firmansyah, Harryanto, and Trisnawati (2022) indikator terkait sanksi pajak yang digunakan sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Sanksi sebagai konsekuensi 2. Sanksi tegas yang dikenakan 3. Sanksi dalam upaya pendisiplinan 4. Sanksi sebagai sarana mendidik Wajib pajak. 5. Sanksi yang ketat dan sepadan 	<i>Likert</i> (1-4)

3.3 Metode Analisis

Peneliti dalam studi ini menganalisis data menggunakan *structural equation modeling* (SEM). Untuk menilai hubungan timbal balik variabel model, seperti indikator dan konstraknya masing-masing, serta antara konstruk itu sendiri, *structural equation modeling* (SEM) mengintegrasikan analisis faktor dengan regresi. Studi ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) untuk melakukan analisis SEM, yang berfokus pada hubungan antara variabel prediktor. Alat yang digunakan untuk analisis ini adalah *Microsoft Office Excel* dan *SmartPls 4*. Pemilihan PLS didasarkan pada beberapa pertimbangan, termasuk 1) sebagai metode soft modeling, PLS tidak memerlukan asumsi seperti distribusi normalitas data secara *multivariate*, 2) kemampuan PLS untuk menguji teori yang tidak kuat dan data dengan sampel yang terbatas (kurang dari 100 sampel), 3) kemampuan PLS dalam mengidentifikasi hubungan antar variabel laten (Ghozali & Latan, 2015).

4. Hasil dan pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Karakteristik responden dalam penelitian ini akan mendeskripsi profil dari individu-individu yang berpartisipasi dalam sebuah penelitian atau survei. Memahami karakteristik responden sangat penting karena membantu peneliti menilai relevansi dan generalisasi hasil penelitian. Karakteristik ini biasanya mencakup berbagai aspek demografis, sosial, ekonomi, dan perilaku yang memengaruhi pandangan atau tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan, adapun karakteristik responden penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden Penelitian

No	Karakteristik	Jumlah Responden	Presentase Responden	
1	Usia	< 20 Tahun	0	0%
		20 < 30 Tahun	18	36%
		30 < 40 Tahun	23	46%
		> 40 Tahun	9	18%
		Jumlah	50	100%
2	E-Commerce	Shopee	49	68%
		Tokopedia	22	31%
		Lazada	1	1%
		Jumlah	72	100%
3	Omzet Pertahun	≤ 500 Juta	0	0%
		≥ 500 Juta	50	100%
		Jumlah	50	100%
4	Kepemilikan NPWP	Memiliki	50	100%
		Tidak Memiliki	0	0%
		Jumlah	50	100%

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden berusia 30<40 Tahun. Untuk *e-commerce* yang digunakan oleh responden mayoritas menggunakan platform *e-commerce* di Shopee dan terdapat beberapa wajib pajak yang menggunakan lebih dari 1 platform *e-commerce* dalam menjalankan usahanya. Omzet dalam setahun dari responden juga terlihat mayoritasnya adalah lebih dari 500 juta. Dan untuk kepemilikan NPWP dalam penelitian ini responden mayoritas sudah memiliki NPWP.

Perhitungan statistik deskriptif diperlukan untuk memahami fitur data yang akan dipelajari. Tabel di bawah ini menunjukkan hasil analisis statistik deskriptif.

Tabel 3. Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kepatuhan Pajak (Y)	50	11	20	17,26	2,521823
Modernisasi Sistem Pajak (X1)	50	14	24	20,98	3,033756
Religiusitas (X2)	50	12	20	17,48	2,35051
Love Of Money (X3)	50	15	24	21,22	2,887623
Sanksi Pajak (X4)	50	9	16	13,48	2,349468

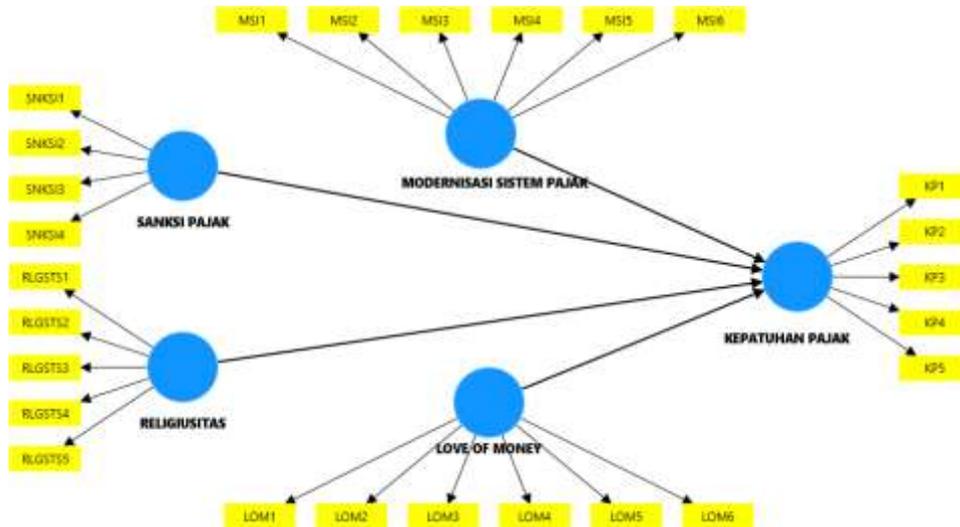
Sumber: Data diolah 2024

Tabel 3 menampilkan hasil analisis deskriptif, yang menunjukkan bahwa data tersebut homogen karena simpangan baku lebih kecil dari rata-rata (mean). Dengan kata lain, hasilnya menunjukkan bahwa

jawaban responden untuk setiap variabel secara umum konsisten, yang menunjukkan tingkat bias yang rendah secara keseluruhan.

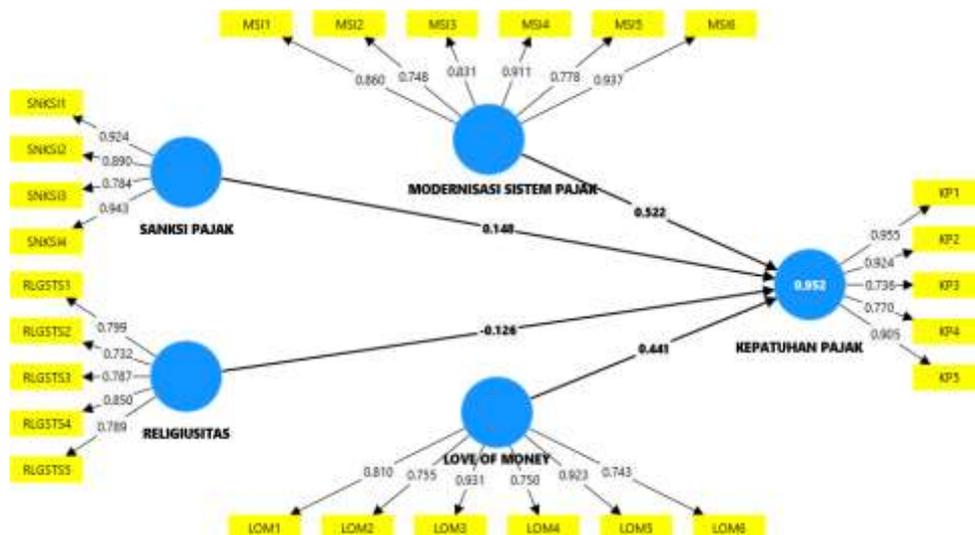
4.2 Model Penelitian Partial Least Squares (PLS)

Penelitian ini menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0 untuk melakukan analisis Partial Least Squares (PLS), yang memungkinkan pengujian hipotesis. Model PLS penelitian ini diilustrasikan oleh diagram berikut :



Gambar 1. Outer Model PLS
Sumber: Data diolah 2024

Model PLS luar ditunjukkan pada gambar di atas, yang disusun menurut kerangka konseptual. Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya, diagram menunjukkan bagaimana variabel saling terkait dengan setiap variabel yang dianalisis terdapat indikator yang berasal dari hubungan teori yang berbeda. Bagian berikut menguraikan analisis hasil menggunakan *Partial Least Square* (PLS).



Gambar 2. Inner Model PLS
Sumber: Data diolah 2024

4.3 Evaluasi Model

4.3.1 Convergen Validity

Untuk memeriksa validitas konvergen, penelitian ini menggunakan faktor pemuatan atau pemuatan eksternal. Nilai *outer loading* > 0,7 mengungkapkan penentuan variabel laten oleh indikator. Artinya

bahwa variabel ini dapat menjelaskan lebih dari setengah varians indikator, yang menjamin bahwa item tersebut andal (Hair, Risher, Sarstedt, & Ringle, 2019). Berikut adalah nilai *outer loading* dari setiap indikator pada variabel penelitian.

Tabel 4. *Outer Loading*

Variabel	Indikator	<i>Outer loadings</i>	Hasil
Kepatuhan Pajak (Y)	KP1	0,955	<i>Valid</i>
	KP2	0,924	<i>Valid</i>
	KP3	0,736	<i>Valid</i>
	KP4	0,77	<i>Valid</i>
	KP5	0,905	<i>Valid</i>
Modernisasi Sistem Pajak (X1)	MSI1	0,86	<i>Valid</i>
	MSI2	0,748	<i>Valid</i>
	MSI3	0,831	<i>Valid</i>
	MSI4	0,911	<i>Valid</i>
	MSI5	0,778	<i>Valid</i>
	MSI6	0,937	<i>Valid</i>
Religiusitas (X2)	RLGSTS1	0,799	<i>Valid</i>
	RLGSTS2	0,732	<i>Valid</i>
	RLGSTS3	0,787	<i>Valid</i>
	RLGSTS4	0,85	<i>Valid</i>
	RLGSTS5	0,789	<i>Valid</i>
Love Of Money (X3)	LOM1	0,81	<i>Valid</i>
	LOM2	0,755	<i>Valid</i>
	LOM3	0,931	<i>Valid</i>
	LOM4	0,75	<i>Valid</i>
	LOM5	0,923	<i>Valid</i>
	LOM6	0,743	<i>Valid</i>
Sanksi Pajak (X4)	SNKSI1	0,924	<i>Valid</i>
	SNKSI2	0,89	<i>Valid</i>
	SNKSI3	0,784	<i>Valid</i>
	SNKSI4	0,943	<i>Valid</i>

Sumber : Data diolah 2024

Setiap indikator dalam variabel penelitian memiliki nilai pemuatan eksternal $> 0,7$, sebagaimana pada Tabel 4 Artinya bahwa variabel tersebut tidak mengandung indikator apa pun dengan nilai pemuatan eksternal $< 0,7$. Menurut hasil uji, semua indikator layak atau valid.

4.3.2 Discriminant Validity

Hasil uji validitas diskriminan dirinci di sini. Untuk memeriksa apakah suatu pengukuran memiliki validitas diskriminan, dapat terlihat *cross loading* yang membandingkan pemuatan silang kedua variabel. Bila nilai *cross-loading* indikator pada variabel terukur lebih besar daripada variabel lain, disimpulkan bahwa indikator tersebut valid. Lebih jauh, nilai *average variance extraction* (AVE) untuk setiap indikator merupakan alat lain untuk mengevaluasi validitas diskriminan. Bila AVE lebih dari 0,5, berarti model tersebut bagus. Rata-rata, *average variance extraction* (AVE) yaitu :

Tabel 5. *Average Variant Extracted (AVE)*

Variabel	AVE
Kepatuhan Pajak (Y)	0,744
Modernisasi Sistem Pajak (X1)	0,717
Religiusitas (X2)	0,628

<i>Love Of Money (X3)</i>	0,676
Sanksi Pajak (X4)	0,787

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa nilai AVE untuk variabel Kepatuhan Pajak (Y), Modernisasi Sistem Perpajakan (X1), Religiusitas (X2), *Love of Money* (X3) dan Sanksi Pajak (X4) semuanya lebih besar dari 0,5. Disimpulkan jika setiap variabel memiliki validitas diskriminan baik.

4.4 Reliability Test (Composite Reliability and Cronbach,s Alpha)

Reliabilitas komposit digunakan apabila ingin mengetahui seberapa andal indikator yang berbeda. Bila jumlah nilai reliabilitas indikator variabel > 0,60, disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki reliabilitas yang cukup. Bila nilai α Cronbach ada, uji reliabilitas dengan reliabilitas komposit akan lebih dapat dipercaya. Suatu variabel dianggap reliabel atau memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh alpha Cronbach jika nilainya > 0,7. Artinya indikator untuk variabel ini memiliki tingkat konsistensi internal tinggi.

Tabel 6. Cronbach's Alpha and Composite Reliability Score

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Kepatuhan Pajak (Y)	0,911	0,926	0,935
Modernisasi Sistem Pajak (X1)	0,902	0,92	0,926
Religiusitas (X2)	0,92	0,93	0,938
Love Of Money (X3)	0,851	0,851	0,894
Sanksi Pajak (X4)	0,908	0,918	0,936

Sumber : Data diolah 2024

Tabel 6 diperoleh nilai keempat variabel penelitian memiliki reliabilitas komprehensif > 0,60. Setiap variabel ini memiliki nilai Cronbach α > 0,70. Disimpulkan bahwa semua variabel penelitian memenuhi kriteria reliabilitas dan nilai Cronbach α , sehingga reliabel.

4.5 Evaluasi Inner Model

4.5.1 Uji Kebaikan Model (Nilai R-square)

R-square mengukur tingkat pengaruh variabel independen model penelitian terhadap variabel dependen yang diteliti. Dikarenakan variabel independen model penelitian memberikan penjelasan terbaik yang mungkin untuk variabel dependen yang diteliti, nilai *R-square* yang lebih besar dari nol menunjukkan model penelitian yang baik.

Tabel 7. Uji Kebaikan Model (Nilai R-square)

Variabel	R-square adjusted
Kepatuhan Pajak (Y)	0,948

Sumber : Data diolah 2024

Variabel dependen kepatuhan pajak memiliki nilai *R-square* sebesar 0,948, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 7 Artinya religiusitas (X2), kecintaan terhadap uang (X3), sanksi pajak (X4), dan sistem pajak yang dimodernisasi (X1) mencakup 94,8% varians dalam aktivitas ekonomi. Variabel kepatuhan pajak direpresentasikan oleh Y. Variabel lain, yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini, mencakup 5,2% sisanya.

4.5.2 Uji Hipotesis

Penelitian ini dapat menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan oleh hipotesis yang diuji oleh analisis data. Tinjauan pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan melihat statistik-T dan nilai-P. Nilai P di bawah 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima. Pemodelan internal menghasilkan hasil uji hipotesis penelitian.

Tabel 8. Uji Hipotesis, T-hitung, dan P-Value

	<i>Original sample (O)</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>	Hasil
Modernisasi Sistem Pajak (X1) Terhadap Kepatuhan Pajak (Y)	0,522	5,042	0,000	Diterima
Religiusitas (X2) Terhadap Kepatuhan Pajak (Y)	-0,126	1,551	0,121	Ditolak
<i>Love Of Money</i> (X3) Terhadap Kepatuhan Pajak (Y)	0,441	3,841	0,000	Diterima
Sanksi Pajak (X4) Terhadap Kepatuhan Pajak (Y)	0,148	1,632	0,103	Ditolak

Sumber : Data diolah 2024

Untuk menentukan sejauh mana faktor-faktor seperti reformasi pajak, religiusitas, *love of money*, dan hukuman atas ketidakpatuhan memengaruhi kepatuhan wajib pajak, uji statistik-t digunakan. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% dan rumus $df = (n-k)$ atau $df = n - k$, yang sama dengan $50 - 5 = 45$, diperoleh nilai t-tabel sebesar 2,014.

4.6 Pembahasan Penelitian

4.6.1 Pengaruh Modernisasi Sistem Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce

Berdasarkan Tabel 4.7, terdapat ketidaksesuaian antara derajat kebebasan ($df = n - k = 50 - 5 = 45$) dengan nilai t tabel sebesar 2,014 untuk modernisasi sistem perpajakan (X1). Nilai t tabel sebesar 5,042 lebih tinggi. Lebih lanjut, modernisasi sistem perpajakan (X1) memiliki nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari alpha (0,05). Artinya bahwa modernisasi sistem perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM e-commerce, sehingga H1 diterima

Sesuai dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menemukan hal yang sama (Mulyati & Ismanto, 2021; Palupi & Arifin, 2023; Putra, 2020). Pasalnya, semua orang menganggap sistem pelaporan pajak itu sederhana dan mudah. Sebagian wajib pajak menganggap seluruh proses pelaporan, mulai dari penghitungan, penyetoran, hingga pelaporan, membosankan dan sulit. Bagi wajib pajak e-commerce dan UMKM yang terpenting adalah waktu penjualan dan omzet yang tinggi (Vitaloka, Andriyanto, Amelia, & Indra, 2023). Tingkat partisipasi kepatuhan pajak di kalangan pelaku e-commerce UMKM dapat ditingkatkan jika sistem perpajakan dirancang agar mudah diterapkan. Sistem pelaporan pajak harus secepat kilat di era yang digerakkan oleh teknologi ini agar masyarakat tidak patah semangat dalam membayar pajak. Dengan menggunakan kemudahan modern seperti anjungan tunai mandiri (ATM), internet banking, atau mobile banking, wajib pajak dapat membayar pajak atau melakukan penyetoran. Di kalangan pelaku UMKM yang terlibat dalam e-commerce, faktor-faktor ini dapat meningkatkan kepatuhan pajak. Temuan studi ini memberikan kepercayaan pada teori atribusi, teori makro yang dipilih, yang memandang modernisasi sistem pajak sebagai variabel eksogen yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban pajak.

4.6.2 Pengaruh Religiusitas terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce

Nilai t-tabel untuk derajat kebebasan ($df = n - k = 50 - 5 = 45$) adalah 2,014, sedangkan nilai t-religiusitas (X2) adalah 1,551, sesuai dengan Tabel 4.7. Modernisasi sistem perpajakan juga memiliki nilai signifikansi (sig) sebesar 0,121, yang lebih tinggi dari ambang batas alpha (0,05). Temuan ini menunjukkan bahwa afiliasi keagamaan tidak memainkan peran substansial dalam menentukan apakah UMKM e-commerce mematuhi peraturan perpajakan atau tidak. Dengan demikian, H2 ditolak.

Penelitian ini sejalan dengan Pulungan and Arifin (2022) dan Pratiwi and Somantri (2021). Berdasarkan temuan tersebut, religiusitas wajib pajak tidak berhubungan secara signifikan dengan kepatuhan pajak. Karena pembayar pajak mungkin memiliki beragam penafsiran dan praktik keagamaan, tidaklah tepat untuk menggunakan religiusitas seseorang sebagai dasar untuk menilai perilaku mereka, khususnya dalam hal membayar pajak. Lebih jauh lagi, religiusitas pembayar pajak tidak berfungsi sebagai

pengecah yang cukup untuk mematuhi peraturan perpajakan. Meskipun demikian, menjadi lebih religius dapat mengubah cara orang memandang tanggung jawab perpajakan mereka; sebagai hasilnya, mereka mungkin lebih mengutamakan keimanan mereka kepada Tuhan daripada hubungan sosial mereka, yang pada gilirannya menyebabkan kepatuhan pajak yang lebih rendah. Teori atribusi, yang memandang religiusitas pembayar pajak sebagai faktor internal yang memengaruhi pemenuhan kewajiban pajak.

4.6.3 Pengaruh *Love of Money* terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce

Nilai t sebesar 1,632 untuk *love of money* (X3) lebih tinggi dibandingkan nilai t sebesar 2,014 untuk tabel derajat kebebasan ($df = n - k = 50 - 5 = 45$) sesuai Tabel 4.7. Selanjutnya, “Money Love” (X3) memiliki nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α (0,05). Temuan tersebut menunjukkan bahwa *love of money* UMKM e-commerce berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajaknya. Oleh karena itu, H3 diterima.

Penelitian (Hidayatulloh et al., 2023; Nurachmi & Hidayatulloh, 2021; Putri et al., 2022) sejalan dengan temuan penelitian ini. Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak UMKM e-commerce dapat dipengaruhi oleh sikap *love of money*. Kemampuan yang dirasakan sendiri oleh seseorang untuk mengarahkan perilakunya sendiri merupakan inti dari teori perilaku terencana, yang menyediakan landasan teoritis untuk penelitian ini. Adanya rasa *love of money* yang kuat terhadap kekayaan moneter dan harta benda, membuat seseorang memiliki pandangan positif terhadap kekayaan dan uang mungkin lebih berhati-hati dalam membayar pajak yang mereka bayarkan, mungkin karena mereka menganggapnya sebagai komponen mendasar dari tanggung jawab sipil dan sosial mereka. *Love of Money* merupakan manifestasi lain dari perilaku merampas uang. Akibatnya, orang akan menggunakan cara yang tidak etis, seperti menghindari pajak, dalam mengejar sejumlah besar uang. Temuan penelitian ini menguatkan teori yang mendasarinya, teori atribusi, yang menyatakan bahwa motivasi intrinsik pembayar pajak untuk memaksimalkan keuntungan finansial mereka sendiri memengaruhi seberapa baik mereka memenuhi tanggung jawab pajak mereka.

4.6.4 Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce

Berdasarkan Tabel 4.7, tabel derajat kebebasan memiliki nilai t sebesar 2,014 ($df = n - k = 50 - 5 = 45$), yang lebih besar dari nilai t yang dihitung untuk sanksi pajak (X4) sebesar 1,551. Terdapat pula selisih antara α (0,05) dengan nilai signifikansi (sig) sanksi pajak (X4) sebesar 0,103. Jelas dari temuan ini bahwa sanksi pajak tidak memotivasi UMKM e-commerce untuk membayar pajak secara wajar. Akibatnya, penelitian ini menolak H4.

(Firmansyah et al., 2022; Maxuel & Primastiwi, 2021; Sanjaya & Sofianty, 2023); STIE (2020) semuanya menemukan hasil yang serupa. Akibatnya, jelas bahwa sanksi tidak meningkatkan kepatuhan pajak di antara wajib pajak UMKM e-commerce. Meningkatkan tingkat keparahan sanksi pajak tidak akan mendorong lebih banyak orang untuk membayar pajak secara wajar. Pemerintah menggunakan sanksi administratif untuk mengendalikan setiap bagian masyarakat, termasuk memastikan orang membayar pajak mereka. Menurut STIE (2020), ada sejumlah alasan, salah satunya adalah penipuan penerimaan pajak, yang berkontribusi terhadap efek kurang bersemangat sanksi administratif pada kepatuhan wajib pajak. Lebih lanjut, wajib pajak yang tidak patuh mungkin masih dikenakan sanksi bahkan setelah sanksi tersebut berlaku selama beberapa waktu. Kurangnya sanksi administrasi perpajakan yang keras atau berat dapat menjelaskan mengapa sanksi tersebut tidak menghalangi wajib pajak untuk melanggar hukum, karena sanksi tersebut tidak mengakibatkan kerugian substansial bagi wajib pajak tersebut. Sanksi pajak dipandang sebagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya, menurut teori atribusi. Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan teori makro ini.

5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “pengaruh Modernisasi Sistem Perpajakan, Religiusitas, *Love Of Money* dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak UMKM E-Commerce yang berdomisili di DKI Jakarta”. Berdasarkan hasil analisis *Partial Least Square (PLS)* menggunakan *SmartPLS 4.0* dan

pembahasan, disimpulkan bahwa modernisasi Sistem Perpajakan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM *E-Commerce* di DKI Jakarta, variabel religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM *E-Commerce* di DKI Jakarta dan variabel *love Of Money* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM *E-Commerce* di DKI Jakarta sedangkan variabel sanksi pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM *E-Commerce* di DKI Jakarta.

Limitasi dan Studi Lanjutan

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan cara survei kuesioner. Baik ukuran sampel maupun metode pengumpulan data (kuesioner) dibatasi dalam penelitian ini. Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepatuhan pajak UMKM e-commerce tidak dipengaruhi oleh faktor internal seperti religiusitas dan faktor eksternal seperti sanksi pajak; dengan demikian, faktor internal dan eksternal lainnya dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM e-commerce. Konsistensi UMKM bermanfaat. DKI UMKM e-commerce di Jakarta. Variabel internal dan eksternal lain yang dapat memengaruhi tingkat kepatuhan UMKM e-commerce harus diselidiki dalam penelitian mendatang. Lebih jauh lagi, akan lebih bijaksana apabila sampel penelitian diperluas agar mencakup lebih banyak wilayah sebagai populasi penelitian, daripada membatasinya hanya pada wilayah DKI Jakarta

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu karena adanya bantuan orang-orang yang dilibatkan dalam penelitian ini, seperti dosen pembimbing, responden dan lain-lain, maka dari itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas kontribusi orang-orang yang terlibat dalam penyelesaian penelitian ini.

References

- Abung, Y. R., & Damayanti, T. W. (2023). The Influence Between Gender on Tax Compliance with Love of Money as a Moderation Variable. *Journal of Social Research*, 2(4), 1272-1285.
- Adikara, A., & Rahayu, S. (2022). Pengaruh pengenaan sanksi, pelayanan fiskus & moralitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan pajak. *Jurnal Comparative: Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 92-106.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human behavior and emerging technologies*, 2(4), 314-324.
- Amalia, V., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh modernisasi sistem administrasi, sosialisasi, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(7).
- Apriani, N. (2020). Pengaruh religiusitas, kesadaran, dan pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak umkm.
- Chandra, C., & Sandra, A. (2020). Pengaruh Tarif Pajak, Sanksi Pajak dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 5(2), 153-168.
- Daniati, N., & Ismatullah, I. (2022). Pengaruh Religiusitas Dan Nasionalisme Wajib Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5(3), 275-282.
- Darsono, J. T., Susana, E., & Prihantono, E. Y. (2020). Implementasi Theory of Planned Behavior terhadap Pemasaran Usaha Kecil Menengah melalui E-Commerce. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 206-215.
- Erica, D. (2021). Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 129.
- Faridzi, M. A., Suryanto, T., & Devi, Y. (2022). The Effect of Understanding and Religiosity on MSME Taxpayer Compliance in Paying Tax PP 23 Year 2018. *Al-Mal: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 3(1), 01-22.
- Febriana, H., Wijaya, S., & Arieftiara, D. (2024). Government Governance Moderate Foreign Direct Investment and Debt Stock on Tax Revenue. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 5(3), 207-221.
- Firmansyah, A., Harryanto, H., & Trisnawati, E. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

- Dengan Sistem Informasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 6(1), 130-142.
- Ganinda, F. P., Fikrianoor, K., Nugroho, A. D., & Hidayatulloh, A. (2020). Etika Uang, Religiusitas, dan Penggelapan Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi di Kabupaten Gunungkidul).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*, 4(1).
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24.
- Hani, D. A. U., & Furqon, I. K. (2021). Pengaruh sanksi pajak serta pengetahuan masyarakat tentang pajak terhadap kepatuhan membayar wajib pajak. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*, 5(01), 10-15.
- Hantono, H., & Sianturi, R. F. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak pada UMKM yang ada di Kota Medan. *Jurnal Audit Dan Perpajakan (JAP)*, 1(1), 27-40.
- Hidayatulloh, A., Shofiyah, I., Nugroho, A. D., Wiharsianti, E. A., & Ganinda, F. P. (2023). Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi: Pengaruh Cinta Uang Machiavellianism, Religiusitas, Whistleblowing System, Kepercayaan Terhadap Pemerintah. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 24(1).
- Lestary, S. R., Sueb, M., & Yudianto, I. (2021). The effect of tax fairness, tax socialization and tax understanding on tax compliance: a study on micro, small and medium enterprises (MSMEs). *Journal of Accounting Auditing and Business-Vol*, 4(1), 87-99.
- Magribi, R. M., & Yulianti, D. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Pada WPOP yang Terdaftar di KPP Mikro Piloting Majalengka). *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5(3), 358-367.
- Malle, B. F. (2022). Attribution theories: How people make sense of behavior. *Theories in Social Psychology, Second Edition*, 93-120.
- Maulita, D., & Framita, D. S. (2021). Pengaruh pajak tangguhan dan ukuran perusahaan terhadap persistensi laba. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(2), 141-152.
- 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.
- Mukoffi, A., Himawan, S., Sulistyowati, Y., Sularsih, H., & Boru, A. Y. (2023). Religiusitas, Moral, Budaya Lingkungan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 18(1), 19-40.
- Mulyati, Y., & Ismanto, J. (2021). Pengaruh Penerapan E-Filing, Pengetahuan Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Pegawai Kemendikbud. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 4(2), 139-155.
- Nurachmi, D. A., & Hidayatulloh, A. (2021). Gender, religiusitas, love of money, dan etika penggelapan pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 9(1), 30-41.
- OECD. (2021). Revenue Statistics in Asia and the Pacific 2021.
- Palupi, M. E., & Arifin, J. (2023). *Kepatuhan wajib pajak UMKM di Indonesia: faktor internal dan eksternal*. Paper presented at the Proceeding of National Conference on Accounting & Finance.
- Pradipta, K. A., Irawan, F., & Ariefiara, D. (2024). The Influence of Capital Intensity, Advertising Intensity and Transfer Pricing on Tax Aggressiveness. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 5(3), 223-234.
- Pratiwi, L., & Somantri, Y. F. (2021). *Modernization of tax administration, human integrity and taxpayer compliance in East Preanger*. Paper presented at the Journal of International Conference Proceedings.
- Pujilestari, H., Humairo, M., Firmansyah, A., & Trisnawati, E. (2021). Peran kualitas pelayanan dalam kepatuhan wajib pajak orang pribadi: sosialisasi pajak dan sanksi pajak. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 16(1), 36-51.
- Pulungan, D. Z., & Arifin, S. B. (2022). Pengaruh Religiusitas, Sosialisasi Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan WP Dengan Kesadaran WP Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 1(2), 270-279.

- Putra, A. F. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM: Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, dan Modernisasi Sistem. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 7(01), 1-12.
- Putri, O. A., Suriyanti, L. H., & Putri, A. A. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Love of Money Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Sanksi Pajak sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 12(2), 137-148.
- Ratnawardhani, E. A., Ernawati, W. D., & Fatimah, A. (2020). Pengaruh Religiusitas Dan Love of Money Terhadap Kepatuhan Calon Wajib Pajak. *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 11(2), 177-187.
- Sanjaya, F. W., & Sofianty, D. (2023). Pengaruh Sanksi Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.
- Saputri, A. M., & Khoiriawati, N. (2021). Pengaruh pengetahuan pajak, sikap, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Bumi dan Bangunan. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi dan Bisnis Islam (SOSEBI)*, 1(1), 14-23.
- STIE, P. D. A. N. K. (2020). Apakah Sanksi Administrasi, Pengetahuan Perpajakan dan Kesadaran Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak? *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 7(2), 1-11.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian*.
- Sugiyono, S. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D.
- Tang, T. L.-P. (1993). The meaning of money: Extension and exploration of the money ethic scale in a sample of university students in Taiwan. *Journal of organizational behavior*, 93-99.
- Vitaloka, O., Andriyanto, R. W., Amelia, Y., & Indra, A. Z. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak.
- Zulma, G. W. M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 288-294.