

## Pengetahuan Pajak dan Evaluasi Kebijakan atas Pajak e-commerce dan Dampaknya terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi kasus Green Sedayu Mall)

Stephanie Catherine<sup>1)</sup>, Estralita Trisnawati<sup>2)</sup>

Universitas Tarumanagara dan Jl Tanjung Duren Jakarta Barat

[Stephanie.125210154@stu.untar.ac.id](mailto:Stephanie.125210154@stu.untar.ac.id)

[estralitat@fe.untar.ac.id](mailto:estralitat@fe.untar.ac.id)

### ABSTRACT

*This study examines the impact of e-commerce tax knowledge and regulation socialization on taxpayer compliance. The research is motivated by the growing use of e-commerce, which presents new challenges for tax management. Although e-commerce is becoming increasingly popular, the level of tax compliance in this sector remains low. This study explores the influence of knowledge and regulation socialization on tenant compliance at Green Sedayu Mall. Using a quantitative approach, data were collected through questionnaires from 42 respondents, consisting of tenant managers or employees. Data analysis using SPSS version 29 revealed that e-commerce tax knowledge and regulation socialization significantly affect taxpayer compliance. The findings underscore the importance of continuous tax education and effective socialization strategies to improve compliance. A combination of enhanced tax knowledge and regulation socialization can serve as a solution to boost tax compliance in the e-commerce sector. Implications for the government and tax authorities highlight the need to develop targeted education and socialization programs to raise tax awareness in the digital era. Collaboration between businesses and tax authorities is essential to create a transparent and compliant tax ecosystem.*

**Key words** E-Commerce Tax Knowledge · Regulatory Socialization · Taxpayer Compliance

### 1. PENDAHULUAN

OJK mencatat 88,1% pengguna internet di Indonesia telah menggunakan layanan *e-commerce* dalam membeli kebutuhannya menunjukkan bahwa Indonesia menduduki peringkat pertama dari segi penggunaan layanan *e-commerce* berdasarkan hasil survei *We Are Social* per April 2021 (CNN, 2021). Dikutip dari (kontan, 2023) data Kementerian Keuangan mencatat penerimaan pajak sepanjang tahun 2023 semakin melambat. Pada Januari 2023 tercatat 48,6% secara tahunan, dan pada Maret 2023 hanya tumbuh 33,8% secara tahunan hingga September 2023 sebesar 5,9% secara tahunan.

Pemerintah menghadapi tantangan tersendiri dalam memperkuat jumlah WP *e-commerce* di Indonesia, karena ketidaktahuan dan kurangnya informasi mengenai perpajakan menjadi salah satu hambatan untuk meningkatkan kepatuhan pajak dan penerimaan negara secara optimal (Kompasiana, 2024). Terdapat banyak WP yang tidak patuh dengan kewajibannya dalam membayar pajak. Hal ini dibuktikan dengan minimnya tingkat kepatuhan wp terlihat dari angka *tax ratio*. Rasio kepatuhan WP dalam pelaporan SPT Tahunan 2024 yang ditargetkan oleh Direktorat Jendral Pajak (DJP) belum tercapai. DJP mencatat ada sebanyak 19.273.374 yang harus melaporkan SPT Tahunan (Kennard, 2024). Berikut ini tabel target DJP:

#### Target DJP - Kepatuhan Formal Pelaporan SPT Tahunan

Target Kepatuhan Formal Tahun 2024	83,22%
Terealisasi per 30 April 2024	73,58%
Target Saat Ini	9,64%

Tabel 1.1 Target DJP

Hal ini sering kali disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan pengetahuan pajak yang kurang memadai. Banyak kasus *tax avoidance*, kesalahan dalam pelaporan pajak, hingga denda atau sanksi yang harus ditanggung oleh masyarakat akibat ketidaktahuan tentang peraturan pajak. Hal ini akan mempengaruhi kemampuan pemerintah dalam membiayai pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengetahuan WP yang masih rendah terhadap aturan perpajakan yang berlaku merupakan salah satu faktor yang mendorong WP melakukan tindakan penggelapan pajak (Effendi & Sandra, 2022).

Temuan penelitian terdahulu dari (Dolosais Jordan, 2020) menunjukkan bahwa pengetahuan pajak dapat berpengaruh terhadap kepatuhan WP pedagang *e-commerce*. Hasilnya sama dengan

beberapa penelitian yang menunjukkan pengetahuan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan WP (Mawaddah et al., 2023) ; (Putri, 2023). Namun penelitian yang dilakukan oleh (Handoko & Simorangkir, 2020) menunjukkan bahwa pengetahuan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan WP.

Penelitian(Zaikin et al., 2022) menemukan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan WP. Pada penelitian (Kusuma Wardani Erma Wati, 2018) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan WP. Penelitian (Ernawatiningsih & Sudiartana, 2020) juga menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan WPOP. Pada penelitian (Juliantari et al., 2021) sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Namun penelitian (Utami & Amanah, 2018) menunjukkan bahwa sosialisasi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan WP.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, penelitian ini merumuskan dua pertanyaan utama, yaitu: bagaimana pengaruh pengetahuan pajak e-commerce terhadap kepatuhan Wajib Pajak, dan bagaimana sosialisasi pajak berperan dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak?. Tujuan penelitiannya adalah mengetahui tingkat pengetahuan pajak di kalangan masyarakat, termasuk bagaimana pengetahuan tersebut memengaruhi sikap dan perilaku mereka terhadap kepatuhan pajak, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kesadaran dan edukasi pajak.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori Kepatuhan**

Teori kepatuhan (*compliance theory*) yang dikemukakan oleh Stanley Milgram pada tahun 1963 mengungkapkan bahwa individu cenderung mengikuti perintah atau aturan yang diberikan oleh otoritas, meskipun perintah tersebut mungkin bertentangan dengan nilai-nilai pribadi atau moral. Menurut (Sania Septianingrum et al., 2022) kepatuhan terhadap pajak adalah suatu bentuk tanggung jawab terhadap Tuhan, bagi pemerintah juga rakyat sebagai seorang WP guna melengkapi seluruh aktivitas kewajiban pajak serta memenuhi hak dalam perpajakannya. Kepatuhan WP adalah suatu sifat atau perbuatan yang didasari tentang adanya kesadaran seorang WP terhadap kewajiban perpajakannya sebagai landasan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Menurut (WIJAYANI, 2019) kepatuhan berarti sifat patuh, taat, tunduk pada ajaran atau peraturan. Peraturan ini ditujukan kepada WP, baik badan usaha maupun perorangan, untuk membangun kepatuhan WP dalam memenuhi dan menjalankan kewajiban perpajakannya. Teori kepatuhan (Sista, 2019) dapat membuat seseorang lebih patuh peraturan yang berlaku, sama halnya dengan WP yang berusaha patuh terhadap peraturan perpajakan karena selain sebagai kewajiban, juga bermanfaat terhadap kewajiban WP itu sendiri.

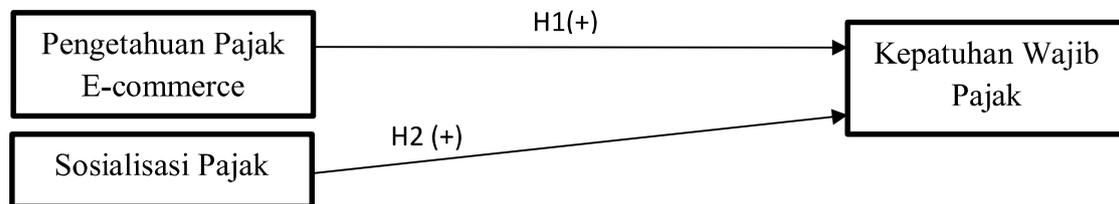
### **Pengetahuan Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak**

Menurut (Mulyati & Ismanto, 2021) pengetahuan perpajakan merupakan kemampuan WP untuk mengetahui aturan perpajakan baik itu soal tarif pajak berdasarkan Undang-Undang yang akan mereka bayar maupun manfaat pajak berguna bagi kehidupan mereka. Pengetahuan perpajakan merupakan ilmu yang dimiliki oleh WP mengenai tata cara perpajakan bagaimana cara menghitung pajak, bagaimana cara membayar pajak dan bagaimana cara melaporkan pajak (Ermawati, 2018). Menurut (Zulma, 2020) menyatakan bahwa pengetahuan pajak mengandung informasi pajak yang dapat digunakan oleh WP sebagai dasar untuk bertindak, membuat keputusan, dan untuk mengambil arahan atau strategi tertentu sehubungan dengan pemenuhan hak dan kewajiban perpajakan mereka.

### **Sosialisasi Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak**

Sosialisasi adalah suatu konsep umum yang dimaknakan sebagai proses belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berfikir, merasakan dan bertindak dimana kesemuanya itu merupakan hal - hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif (Kusuma Wardani Erma Wati, 2018). Menurut (Kusuma Wardani Erma Wati, 2018) salah satu faktor yang bisa ditekankan oleh aparat dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak adalah dengan cara mensosialisasikan peraturan pajak baik itu

melalui penyuluhan, seruan moral baik dengan media *billboard*, baliho, maupun membuka situs peraturan pajak yang setiap saat bisa diakses oleh WP Menurut (Maxuel & Primastiwi, 2021) sosialisasi perpajakan membantu meningkatkan pengetahuan WP tentang pentingnya membayar pajak sehingga akan meningkatkan kepatuhan WP yang pada akhirnya meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

### **Pengetahuan Pajak E-commerce terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Pengetahuan perpajakan oleh masyarakat sangat diperlukan untuk mengetahui seberapa penting pemasukan negara agar masyarakat dapat mengetahui gunanya membayar pajak dan pentingnya untuk negara (Denny Kurniawan & Vidyarto Nugroho, 2021). Adanya pengetahuan perpajakan yang baik dapat membantu meningkatkan kepatuhan WP akan pentingnya membayar pajak dan WP dapat melakukannya sesuai dengan aturan perundang-undangan perpajakan (Kusuma Wardani Erma Wati, 2018). Menurut (Fajriya & Zulaikha, 2023) teori kepatuhan menjelaskan bahwa WP memiliki dorongan untuk melakukan kewajiban perpajakan karena pengetahuan yang dimilikinya atas hukum yang mengikat kewajiban tersebut. Pengetahuan dan kesadaran WP menjadi kunci penting dalam menciptakan sistem perpajakan yang berkelanjutan dan mendukung penerimaan negara. Hasil penelitian (Dolosais Jordan, 2020) menyatakan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan WP pedagang *e-commerce*.

H1: Pengetahuan pajak *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kepatuhan WP

### **Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Menurut (Yulia et al., 2020) sosialisasi perpajakan dilakukan kepada WP secara tidak langsung selalu memberikan pengaruh dalam meningkatnya pengetahuan perpajakan WP, walaupun tujuan sosialisasi perpajakan yang sebenarnya adalah untuk meningkatkan kepatuhan perpajakan. Menurut Andinata (Wibowo et al., 2022) diiringi dengan pembaharuan sistem pelaporan SPT dan pembayaran pajak secara online sejak tahun 2014 yaitu *e-filling* dan *e-billing*, DJP senantiasa berupaya keras memberikan informasi tersebut melalui penyuluhan atau sosialisasi agar semakin diketahui dan dimengerti oleh WP. Teori kepatuhan dalam perpajakan menunjukkan bahwa kepatuhan WP bergantung pada pemahaman, kepercayaan, dan persepsi mereka terhadap sistem perpajakan, yang dapat diperkuat melalui sosialisasi perpajakan. Sosialisasi perpajakan berperan penting dalam meningkatkan literasi pajak WP, sehingga mereka memiliki pemahaman yang baik mengenai peran pajak dalam pembangunan dan kewajiban mereka dalam memenuhi pajak secara sukarela (*voluntary compliance*). Hasil Penelitian menurut (Zaikin et al., 2022) menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan WP.

H2: Sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan WP

## **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif karena metode analisis menggunakan analisis regresi linear berganda melalui software SPSS. Populasi pada penelitian ini adalah *tenant* di Green Sedayu Mall. Penyebaran kuisisioner pada tanggal 12 Oktober 2024, dilakukan secara *offline* dengan menggunakan kertas. Kuisisioner ini diukur dengan menggunakan skala likert 1-4. Terdapat 4 skala likert yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju dan sangat setuju. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode *cluster sampling* dengan

menyebarkan 42 kuisioner di tenant Green Sedayu mall. Berikut ini merupakan penelitian dengan menggunakan analisis regresi linear berganda:

Berdasarkan analisis yang digunakan, penelitian ini menggunakan software SPSS versi 29.0 for Windows untuk mengolah data primer. Dapat mengetahui pengetahuan pajak E-commerce, sosialisasi pajak dan kepatuhan WP. Berikut ini merupakan operasionalisasi variabel yang disajikan dalam tabel :

*Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel*

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Referensi
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Patuh untuk mendaftarkan diri sebagai wajib pajak.	Y.1	((Nur Ghailina, 2018 & Dolosais Jordan, 2020)
	Patuh untuk memiliki NPWP.	Y.2	
	Patuh untuk mengisi formulir SPT dengan Lengkap.	Y.3	
	Patuh untuk melapor pembayaran pajak pada tepat waktu.	Y.4	
	Kepatuhan dalam membayar tunggakan.	Y.5	
Pengetahuan Pajak E-commerce (X1)	Memahami cara menyampaikan SPT melalui E-filling	X1.1	(Dolosais Jordan, 2020)
	Memahami cara mengisi SPT melalui E-filling	X1.2	
	Memahami cara membayar pajak melalui E-billing	X1.3	
	Mengetahui layanan E-billing yang disediakan oleh Direktorat Jendral Pajak	X1.4	
	Mengetahui batas waktu pelaporan SPT Tahunan	X1.5	
Sosialisasi Pajak (X2)	Pengaruh sosialisasi terhadap motivasi membayar pajak	X2.1	(Jannah, 2016)
	Penyelenggaraan sosialisasi	X2.2	
		X2.3	
		X2.4	
Media Sosialisasi			

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mendukung teori kepatuhan dalam konteks perpajakan. Pengetahuan dan sosialisasi sebagai faktor utama yang diuji dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran. Implementasi strategi yang mencakup kedua pendekatan ini dapat membantu pemerintah atau otoritas perpajakan dalam meningkatkan tingkat kepatuhan WP secara keseluruhan. Penelitian ini menghasilkan uji validitas telah dilakukan dan lolos dengan nilai berkisar antara 0.08-0.09 dan uji reabilitas menggunakan cronbach's alpha dengan nilai berkisar antara 0.07-0.09. Penelitian ini telah lolos pengujian asumsi klasik terdapat uji normalitas, multikolinearitas dan heterokedastisitas. Hasil uji normalitas dengan metode kolmogrov-smirnov mendapatkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $0.055 > 0.05$ , maka data berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas mempunyai dua variabel yang bernilai tolerance  $0.444 > 0,10$  dan  $2.253 <$  dari 10 berarti semua itu tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji heterokedastistas, dengan menggunakan metode glejser dari koefisien (yang signifikan) hasilnya pada X1 sejumlah 0.050 dan X2 sejumlah  $0.055 > 0.05$ , maka data ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji F memiliki nilai signifikan 0.05. Hasil uji F dapat diketahui nilai sig berjumlah  $< 0.001$ , maka  $0.001 < 0.05$ , artinya terdapat pengaruh pengetahuan pajak dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan WP positif secara signifikan. Hasil nilai koefisien Adjusted R square (R<sup>2</sup>) sebesar 0.398 atau 39.8%. Sisanya sebesar 61,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dipenelitian ini seperti kesadaran pajak, sanksi pajak, pemeriksaan pajak, tarif pajak. Jadi bisa diambil kesimpulan besarnya pengaruh variabel pengetahuan pajak terhadap kepatuhan WP sebesar 0.398 (39.8%). Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan WP adalah  $0.001 < 0.05$  dan nilai t itung  $3.477 >$  nilai t tabel 2.023, artinya terdapat pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan WP positif secara signifikan. Sedangkan nilai signifikan pengaruh sosialisasi pajak (x2) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) adalah  $0.001 < 0.05$  dan nilai t itung  $5.460 >$  nilai t tabel 2.023, artinya terdapat pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak positif secara signifikan.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Pengetahuan Pajak E-commerce terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Menurut (Riswanto et al., 2017) pengetahuan pajak yang setidaknya harus dimiliki oleh WP antara lain pengetahuan tentang ketentuan dan tata cara perpajakan pemahaman terhadap peraturan tersebut menjadikan WP patuh terhadap pajak karena didalam peraturan tersebut memuat tentang hak dan kewajiban dari masing-masing WP. Meningkatnya pengetahuan perpajakan baik formal maupun non formal akan berdampak positif terhadap pemahaman dan kesadaran WP dalam membayar pajak (Putra, 2020). Hasil penelitian terdahulu dari (Dolosais Jordan, 2020), menunjukkan bahwa pengetahuan pajak dapat berpengaruh terhadap kepatuhan WP pedagang *e-commerce*. Hasilnya sama dengan beberapa penelitian yang menunjukkan pengetahuan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan WP (Mawaddah et al., 2023) ; (Putri, 2023). Hasil penelitian (Putra, 2020) pengetahuan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak.

### **Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Sosialisasi pajak adalah hal yang penting, (Kusuma Wardani Erma Wati, 2018) karena sosialisasi perpajakan mampu menyampaikan informasi mengenai perpajakan kepada WP sehingga dapat mempengaruhi kepatuhan WP dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sehingga akan meningkatkan kepatuhan WP. kepatuhan WP UMKM *e-commerce* akan meningkat apabila WP mengikuti sosialisasi perpajakan seperti seminar dan penyuluhan pajak selain itu karena informasi tentang pajak sudah dapat diketahui melalui media cetak, media elektronik yaitu spanduk, iklan dan website pajak sehingga WP mudah mendapatkan informasi tentang pajak (Maxuel & Primastiwi, 2021).

Penelitian (Zaikin et al., 2022) menemukan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan WP. Pada penelitian (Kusuma Wardani Erma Wati, 2018) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan WP. Penelitian (Ernawatiningsih & Sudiartana, 2020) juga menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan WPOP. Pada penelitian (Juliantari et al., 2021) bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan WP.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pajak e-commerce dan sosialisasi pajak, memiliki pengaruh yang signifikan dalam mendukung kepatuhan perpajakan tenant di Green Sedayu Mall. Pengetahuan pajak yang baik membantu pelaku usaha memahami kewajiban perpajakan mereka, sementara sosialisasi pajak yang efektif dari pihak otoritas turut meningkatkan kesadaran dan kepercayaan wajib pajak terhadap sistem pajak. Kombinasi kedua variabel ini berkontribusi positif terhadap tingkat kepatuhan, yang pada akhirnya mendukung upaya pemerintah dalam mengoptimalkan penerimaan pajak dari sektor e-commerce.

Berdasarkan hasil *Adjusted R Square* pada jurnal ini masih banyak variabel yang mempengaruhi kepatuhan WP. Selain pengetahuan pajak dan sosialisasi pajak. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya meneliti variabel lain seperti kesadaran pajak, sanksi pajak, Tarif pajak dan pemeriksaan pajak serta menambahkan jumlah sampel. Disarankan kepada petugas pajak untuk lebih aktif melakukan sosialisasi yang bertujuan meningkatkan kepatuhan sekaligus pengetahuan wajib pajak. Sosialisasi ini dapat dilakukan secara rutin melalui seminar, pelatihan, webinar, atau kampanye edukasi berbasis digital, seperti media sosial atau aplikasi *mobile*.

## DAFTAR PUSTAKA

- CNN. (2021). *88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce* Baca artikel CNN Indonesia “88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce” selengkapnya di sini: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce>. Download Apps CNN Indonesia sekarang <https://app.cnnindonesia.com/>.
- Dolosais Jordan. (2020). *PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PEDAGANG E-COMMERCE*.
- Effendi, H. N., & Sandra, A. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI TINDAKAN WAJIB PAJAK MELAKUKAN PENGGELAPAN PAJAK. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.46806/ja.v11i1.798>
- Ernawatiningsih, N. P. L., & Sudiartana, I. M. (2020). *Pengaruh Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur*.
- Handoko, Y. , T. N. , & Simorangkir, E. N. (2020). *The Effect Of Tax Knowledge And Tax Sanctions On Taxpayer Compliance at the Tax Office (KPP) Pratama, Medan Timur through tax awareness as an intervening variable*.
- Juliantari, N. K. A., Sudiartana, I. M., & Dicriyani, N. L. G. M. (2021). *PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK, KUALITAS PELAYANAN, KEWAJIBAN MORAL, SANKSI PAJAK, DAN SOSIALISASI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN BERMOTOR DI KANTORSAMSAT GIANYAR*.
- Kennard. (2024). Data Penerimaan Pelaporan SPT Tahunan Tahun 2024. *Pajakku*.
- Kompasiana. (2024). Penguatan Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak pada Platform E-commerce Indonesia. *Kompasianan*.
- kontan. (2023). *Perlambatan Perdagangan Global Pengaruhi Penerimaan Pajak 2023*.
- Kusuma Wardani Erma Wati, D. (2018). *THE EFFECT OF TAX SOCIALIZATION ON TAXPAYER COMPLIANCE WITH KNOWLEDGE AS INTERVENING VARIABLE*.
- Mawaddah, I., Zirman, & Abdurrahman, R. (2023). *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-commerce (Studi Pada Pelaku Usaha UMKM yang Menggunakan Layanan E-Commerce di Kota Pekanbaru)*.
- Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). *PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM E-COMMERCE*.
- Putra, A. F. (2020). *Kepatuhan Wajib Pajak UMKM:Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak,dan Modernisasi Sistem*.
- Putri, H. L. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening*.
- Riswanto, A., Ningsih, S. R., & Daryati, D. (2017). *PENGENDALIAN INTERN DAN PEMBERIAN KREDIT USAHA: ANALISIS PERANAN DAN EFEKTIFITAS SISTEM*. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3). <https://doi.org/10.17509/jrak.v4i3.4670>
- Utami, S., & Amanah, L. (2018). *Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Pajak, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*,.
- WIJAYANI, I. G. A. M. S. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SANKSI PERPAJAKAN, BIAYA KEPATUHAN PAJAK, DAN PENERAPAN E-FILING PADA KEPATUHAN PELAPORAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DI KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA DENPASAR TIMUR*.
- Zaikin, M., Pagalung, G., & Rasyid, S. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening*. *Owner*, 7(1), 57–76. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1346>