

**PENGARUH MEKANISME PEMBAYARAN PAJAK,
PENERAPAN APLIKASI M-PAJAK DAN INSENTIF PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PELAKU UMKM
KOTA SUNGAI PENUH**

SKRIPSI



**ADITIA KASMANDO
2110402106**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI**

2024 M/ 1445 H

**PENGARUH MEKANISME PEMBAYARAN PAJAK, PENERAPAN
APLIKASI M-PAJAK DAN INSENTIF PAJAK TERHADAP
KEPATUHAN WAJIB PAJAK PELAKU UMKM KOTA SUNGAI
PENUH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam
Bidang Ilmu Ekonomi Syariah

OLEH:

ADITIA KASMANDO

2110402106

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI**


2024 M / 1444 H

ii

Syafrul Antoni, M.Si
DOSEN INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI (IAIN) KERINCI

Sungai Penuh, 05-05-2025
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
(IAIN) Kerinci
Di-

NOTA DINAS

Sungai Penuh	AGENDA
NOMOR :	73
TANGGAL :	5 Mei 2025
PARAF :	

Assalamu'alaikum Wr,Wb

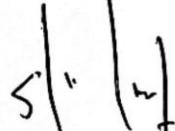
Setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi

saudara : ADITIA KASMANDO, NIM : 2110402106 yang berjudul : “ **Pengaruh Mekanisme Pembayaran Pajak, Penerapan Aplikasi M-Pajak Dan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku Umkm Kota Sungai Penuh** ” Telah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci, Maka dengan ini kami ajukan skripsi tersebut agar dapat diterima dengan baik.

Demikian kami ucapkan terima kasih, semoga bermanfaat bagi kepentingan Agama Nusa dan Bangsa.

Wassalamu'alaikum, Wr,Wb

Dosen Pembimbing I


Syafrul Antoni, M.Si
NIP : 199311112020121022

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aditia Kasmando
Nim : 2110402106
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Tempat, Tanggal Lahir : Sungai Deras, 01 September 2025
Alamat : Desa Baru Sungai Deras

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul : “ **Pengaruh Mekanisme Pembayaran Pajak, Penerapan Aplikasi M-Pajak Dan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku Umkm Kota Sungai Penuh** ” benar-benar karya asli saya kecuali yang dicantumkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan , hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri. Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat di pergunakan seperlunya.

Sungai Penuh, 05 Mei2025
Saya yang menyatakan,



ADITIA KASMANDO
NIM : 2110402106



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) KERINCI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Pelita IV Sungai Penuh

Telp. (0748) 21065

Fax. (0748) 44114

PENGESAHAN

Skripsi Ini Telah Dimunaqasyahkan Oleh Sidang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci Pada Hari Rabu Tanggal 14 Mei 2025 Dan Telah Diterima Sebagai Bagian Dari Syarat-Syarat Yang Harus Dipenuhi Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Pad Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

Sungai Penuh, 14 Mei 2025

Ketua Sidang/ Pembimbing

Syafrul Antoni, M.si
NIP. 199311112020121022

Penguji

Suci Mahabati, M. H
NIP. 199201221 2018012 002

Penguji II

Wawan Wahyu Devis, M. M
NIP. 1991106162020121019

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT.

Skripsi ini ku persembahkan kepada Mak, Bapak, dan kakak, Mak tercinta Evi Sumanti, kakak tersayang Iis Laksmi Yeni, Dan Bapak Sang Motivator yang Selalu Mengingatkan akan kerasnya menjadi seorang laki-laki yang tiada henti mendoakan, pengorbanan, kasih sayang, Kesabaran, semangat, dan motivasi serta nasehat-nasehat yang baik yang tidak bisa saya balas dengan apapun juga. Syukron

MOTTO

"إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ" "

(QS. An-Nisā': 58)

Artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu menetapkannya dengan adil.”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang melimpahkan segala berkat dan kasih karunia-Nya, penulis telah dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Mekanisme Pembayaran Pajak, Penerapan Aplikasi M-Pajak Dan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Pelaku Umkm Kota Sungai Penuh”** Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

Peneliti, dalam menyelesaikan skripsi ini, telah mengumpulkan dukungan dari banyak sumber, termasuk bimbingan, dorongan, antusiasme, dan nasihat, dari berbagai entitas, terutama dari kedua orang tua yang telah menunjukkan kasih sayang yang luar biasa dan telah membuat pengorbanan moral dan materi, mendedikasikan sumber daya yang cukup besar untuk memelihara, mendidik, mendukung, dan secara konsisten bercita-cita untuk kesuksesan penulis. Dalam proses menyusun skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. Jafar Ahmad, S.Ag., M.Si selaku Rektor IAIN Kerinci, serta Bapak Dr. Faizin, S.Ag., M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Prof, Dr. Ahmad Jamin, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Halil Khusairi, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Yuserizal Bustami, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci, Ibu Dr. Zufriani, M. HI selaku Wakil Dekan I, Bapak Aridem Vintoni, M.Pd selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Syamsarina, Lc, M.A.
3. Bapak Alek Wissalam Bustami, M.E. Sy selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama ini.

4. Bapak Syafrul Antoni, M.Si selaku Dosen pembimbing yang sangat banyak memberikan bantuan baik berupa waktu, saran, dukungan moril dan ilmu yang bermanfaat selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak Alek Wissalam Bustami, M.E. Sy selaku penasehat akademik yang telah memberikan arahan dan masukan terkait perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci yang telah banyak membantu mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
7. Kepada orang tua saya yang telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga, tak lupa kepada keluarga tercinta selalu memberikan do'a, semangat, dukungan serta motivasi.
8. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syari'ah dan teman seperjuangan lainnya yang telah menemani masa-masa perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih banyak sekali kekurangan, kesalahan serta keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik, saran, pendapat atau pun tanggapan dari semua pihak yang bersifat membangun untuk kesempurnaan pengembangan proposal ini kedepannya. Namun semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi saya dan bagi pembaca lain

Sungai Penuh,2025
Penulis

ADITIA KASMANDO
NIM : 2110402106

ABSTRAK

Pengaruh Mekanisme Pembayaran Pajak, Penerapan Aplikasi M-Pajak Dan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku Umkm Kota Sungai Penuh

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh mekanisme pembayaran pajak, penerapan aplikasi M-Pajak, dan insentif pajak terhadap kepatuhan pelaku UMKM di Kota Sungai Penuh. Metode kuantitatif digunakan dengan kuesioner yang disebarakan langsung kepada 35 pelaku UMKM beromzet tahunan di atas Rp 500 juta dan pengguna M-Pajak, dipilih melalui purposive sampling . Data dianalisis dengan regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 23, dan menunjukkan bahwa mekanisme pembayaran pajak ($p=0,548$) dan insentif pajak ($p=0,089$) tidak berpengaruh signifikan, sedangkan penerapan M-Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan ($p=0,024$) . Secara simultan, ketiga variabel independen berkontribusi signifikan pada kepatuhan pajak ($F=4,072$; $p=0,015$; Adjusted $R^2=28,1\%$) .

Kata kunci: mekanisme pembayaran pajak; M-Pajak; insentif pajak; kepatuhan UMKM; regresi berganda.

ABSTRACK

The Effect of Tax Payment Mechanisms, Implementation of the M-Pajak Application, and Tax Incentives on MSME Taxpayers' Compliance in Sungai Penuh City

This study aims to determine the effect of tax payment mechanisms, the implementation of the M-Pajak application, and tax incentives on the compliance of MSME taxpayers in Sungai Penuh City. A quantitative approach was employed using face-to-face questionnaires with 35 MSME actors having annual turnover above IDR 500 million and M-Pajak users, selected via purposive sampling . Data were analyzed by multiple linear regression in SPSS 23, revealing that tax payment mechanisms ($p=0.548$) and tax incentives ($p=0.089$) do not significantly affect compliance, whereas M-Pajak implementation has a positive significant effect ($p=0.024$) . Simultaneously, all three independent variables significantly predict compliance ($F=4.072$; $p=0.015$; Adjusted $R^2=28.1\%$).

Keywords: *tax payment mechanism; M-Pajak; tax incentives; MSME compliance; multiple regression analysis.*

DAFTAR ISI

NOTA DINAS	Error! Bookmark not defined.
P E N G E S A H A N	Error! Bookmark not defined.
PERSEMBAHAN DAN MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Batasan Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Teori Kepatuhan Pajak.....	10
2.2. Pengertian Pajak	12
2.3. Pajak UMKM	14
2.4. Mekanisme Pembayaran Pajak	15
2.5. Aplikasi M-Pajak dan Teknologi dalam Sistem Perpajakan.....	17
2.5. Studi Kasus Implementasi M-Pajak.....	19
2.6. Insentif Pajak	22
2.7. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepatuhan Pajak UMKM	27
2.8. Penelitian Terdahulu	33
2.9. Grand Theory yang Mendukung Penelitian	37
2.10. Kerangka Konseptual	38
2.11. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1. Jenis Penelitian	40
3.2. Lokasi Penelitian dan Ruang Lingkup Penelitian	41
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4. Populasi dan Sampel.....	43

3.5. Jenis Data	45
3.6. Sumber Data.....	45
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.8. Uji Instrument Penelitian	52
3.9. Uji Asumsi Klasik	54
3.10. Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	61
4.2. Metode Analisis Kuantitatif.....	64
4.3. Pembahasan	74
BAB V PENUTUP	80
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2 . 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	33
Tabel 3.4.1 Jumlah Pelaku UMKM di Kota Sungai Penuh Berdasarkan Status Kewajiban Pajak Tahun 2024.....	45
Tabel 3.7. 1 Indikator dan Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 3.7. 2 Kuesioner Penelitian	50
Tabel 3.7. 3 Daftar Skor Item Kuesioner	52
Tabel 4.1 Deskripsi Responden.....	62
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas	64
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas	66
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Normalitas.....	67
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	67
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Regresi.....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji t	71
Tabel 4.12 Hasil Uji F	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Deteriminasi	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.10. 1 Kerangka Konseptual.....	38
Gambar 3.10. 1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t.....	58
Gambar 3.10. 2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F.....	59
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	69

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Ketidakpatuhan pajak merupakan salah satu tantangan besar yang dihadapi oleh banyak negara, termasuk Indonesia, dalam upaya mengoptimalkan pendapatan negara untuk mendukung pembangunan ekonomi lokal dan nasional. Dalam konteks Indonesia, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi salah satu pilar utama ekonomi yang menyumbang lebih dari 60% terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Namun, kontribusi pajak dari sektor ini masih jauh dari potensinya. Rendahnya tingkat kepatuhan pajak di sektor UMKM tidak hanya merugikan negara, tetapi juga mencerminkan sejumlah tantangan struktural yang menghambat optimalisasi penerimaan pajak.

UMKM di Indonesia memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mendukung stabilitas sosial. Dengan lebih dari 64 juta unit usaha yang tersebar di seluruh Indonesia, sektor ini menyumbang sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Namun, sektor ini juga menghadapi tantangan yang signifikan dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Berdasarkan laporan Kementerian Keuangan, tingkat kepatuhan pajak UMKM di Indonesia hanya mencapai sekitar 60% dari total pelaku usaha terdaftar. Ketidakpatuhan ini disebabkan oleh berbagai faktor, mulai dari rendahnya literasi pajak hingga kompleksitas sistem perpajakan itu sendiri (Thaha et al., 2023).

Studi menunjukkan bahwa persepsi pelaku UMKM terhadap pajak sebagai beban, daripada sebagai kontribusi positif terhadap pembangunan, menjadi salah satu penyebab utama rendahnya kepatuhan. Faktor ini diperparah oleh kurangnya pemahaman tentang manfaat pajak dan kepercayaan terhadap otoritas pajak, yang semakin memperkuat pola ketidakpatuhan (Hartner et al., 2008). Dalam studi lainnya, dijelaskan bahwa minimnya komunikasi yang efektif antara otoritas pajak dan pelaku UMKM juga menjadi faktor yang memengaruhi rendahnya tingkat kepatuhan pajak (Fauzi et al., 2021). Selain itu, tantangan teknis seperti kurangnya akses terhadap teknologi perpajakan modern dan beban administrasi yang tinggi juga menjadi penghalang signifikan bagi UMKM untuk memenuhi kewajiban perpajakannya (Blackwell, 2007).

Dalam konteks yang lebih luas, tantangan pajak UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor domestik, tetapi juga oleh perubahan global, seperti digitalisasi ekonomi. UMKM yang belum beradaptasi dengan digitalisasi menghadapi risiko ketertinggalan, termasuk dalam penerapan sistem perpajakan berbasis teknologi. Penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan transparansi dan efisiensi sistem perpajakan, tetapi membutuhkan investasi dalam infrastruktur dan literasi digital untuk memastikan efektivitasnya (Sayed et al., 2020). Dalam studi lain, disebutkan bahwa digitalisasi juga dapat mengurangi kemungkinan terjadinya fraud dalam pelaporan pajak karena data yang tersimpan secara elektronik cenderung lebih akurat dan transparan (Mustapha & Tukur, 2019).

Salah satu hambatan utama dalam sistem perpajakan UMKM adalah kompleksitas mekanisme administrasi. Banyak pelaku UMKM yang merasa terbebani oleh prosedur perpajakan yang rumit, termasuk proses pelaporan dan pembayaran pajak yang membutuhkan waktu dan sumber daya yang tidak sedikit. Penelitian menunjukkan bahwa penyederhanaan mekanisme pembayaran pajak dapat meningkatkan kenyamanan dan efisiensi, serta memperbaiki persepsi positif terhadap sistem perpajakan (Yang et al., 2012). Penelitian lain menekankan pentingnya penyediaan platform terpadu yang dapat membantu UMKM mengelola semua aspek perpajakan mereka, mulai dari pendaftaran hingga pelaporan (Jones et al., 2015).

Dalam studi yang dilakukan oleh Kim et al. (2010), ditemukan bahwa mekanisme pembayaran yang sederhana dan transparan mampu meningkatkan tingkat kepatuhan pajak, baik secara disengaja maupun tidak disengaja. Selain itu, kejelasan informasi perpajakan juga menjadi kunci dalam mengurangi kesalahan administrasi dan meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap otoritas pajak. Pengurangan biaya administrasi dan waktu yang dibutuhkan untuk mematuhi kewajiban pajak juga memberikan dampak positif terhadap tingkat partisipasi UMKM dalam sistem perpajakan. Misalnya, di negara-negara berkembang seperti India, penerapan sistem pajak berbasis teknologi telah meningkatkan kepatuhan pajak UMKM hingga 20% dalam lima tahun terakhir (Chakraborty et al., 2021).

Seiring berkembangnya teknologi digital, pemerintah Indonesia telah berupaya mengatasi tantangan perpajakan UMKM melalui berbagai inovasi teknologi. Salah satu terobosan tersebut adalah penerapan aplikasi perpajakan

digital, seperti M-Pajak, yang bertujuan untuk menyederhanakan proses pelaporan dan pembayaran pajak. Studi menunjukkan bahwa adopsi teknologi perpajakan berbasis digital dapat mengurangi hambatan administratif, meningkatkan akurasi data perpajakan, dan memperbaiki persepsi wajib pajak terhadap sistem perpajakan (Hesami et al., 2024). Penelitian lain menyoroti bahwa aplikasi perpajakan digital yang ramah pengguna dapat secara signifikan meningkatkan tingkat adopsi di kalangan UMKM, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan dalam literasi teknologi (Ali et al., 2023).

Namun, keberhasilan transformasi digital dalam sistem perpajakan bergantung pada beberapa faktor kunci, seperti literasi digital, kepercayaan terhadap teknologi, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Penelitian oleh Rakhmawati et al. (2020) menyoroti pentingnya pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi perpajakan. Selain itu, literasi digital yang rendah di kalangan UMKM sering kali menjadi hambatan dalam adopsi teknologi. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta diperlukan untuk menyediakan pelatihan dan pendampingan yang memadai. Penelitian di Afrika Selatan juga menunjukkan bahwa pelatihan intensif tentang perpajakan digital mampu meningkatkan literasi pajak hingga 35% di kalangan pelaku UMKM (Mkhize et al., 2022).

Studi lain menekankan pentingnya membangun ekosistem digital yang inklusif, di mana UMKM dapat mengakses layanan perpajakan dengan mudah dan murah. Penggunaan teknologi berbasis blockchain juga dipertimbangkan sebagai solusi untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan terhadap sistem

perpajakan (Yang et al., 2012). Integrasi teknologi ini memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan pelaporan dan pembayaran pajak secara real-time, sekaligus meminimalkan risiko kesalahan. Penelitian oleh Zhang et al. (2021) menunjukkan bahwa penggunaan blockchain dalam sistem perpajakan mampu mengurangi tingkat fraud hingga 40% dalam tiga tahun pertama implementasinya.

Penerapan insentif pajak juga telah diakui sebagai salah satu strategi efektif untuk meningkatkan kepatuhan pajak, khususnya di sektor UMKM. Insentif berupa pengurangan tarif pajak, keringanan administratif, atau kredit pajak dapat memberikan manfaat finansial langsung sekaligus mendorong pelaku usaha untuk lebih taat dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka (Blackwell, 2007). Penelitian di Malaysia menemukan bahwa pengurangan tarif pajak sebesar 5% untuk UMKM berhasil meningkatkan tingkat kepatuhan hingga 15% dalam dua tahun (Yusof et al., 2021).

Penelitian menunjukkan bahwa efektivitas insentif pajak sangat dipengaruhi oleh persepsi wajib pajak terhadap keadilan dan manfaat langsung dari insentif tersebut. Rasa keadilan prosedural dan distribusi manfaat yang dirasakan menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepatuhan pajak UMKM (Hartner et al., 2008). Selain itu, pengurangan kompleksitas administratif juga terbukti meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Misalnya, di Brasil, reformasi perpajakan yang menyederhanakan proses pelaporan pajak bagi UMKM berhasil meningkatkan kepatuhan hingga 25% dalam kurun waktu lima tahun (Silva et al., 2020).

Penelitian oleh Enachescu et al. (2019) menunjukkan bahwa UMKM di negara-negara berkembang lebih cenderung mematuhi pajak ketika mereka merasakan bahwa sistem perpajakan dirancang secara adil dan memberikan manfaat yang proporsional. Hal ini relevan bagi Indonesia, di mana persepsi ketidakadilan dalam distribusi manfaat sering kali menjadi penghambat kepatuhan pajak. Selain itu, insentif pajak yang dirancang untuk mendukung inovasi, seperti pengurangan pajak untuk pengembangan teknologi atau riset, dapat mendorong pertumbuhan jangka panjang sektor UMKM (Sayed et al., 2020).

Kota Sungai Penuh, sebagai salah satu daerah dengan potensi ekonomi lokal yang kuat di Indonesia, menghadapi tantangan unik dalam mengelola kepatuhan pajak UMKM. Tingkat kepatuhan pajak di wilayah ini masih rendah, meskipun berbagai kebijakan telah diterapkan untuk meningkatkan partisipasi wajib pajak. Faktor yang menyebabkan rendahnya tingkat kepatuhan pajak di Kota Sungai Penuh adalah banyak pelaku UMKM yang belum terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM, terutama yang dikategorikan sebagai pelaku Usaha Mikro, yang menyebabkan pelaku usaha tersebut tidak terdeteksi sebagai kategori Wajib Pajak. Faktor-faktor lain seperti kurangnya akses terhadap teknologi perpajakan modern, rendahnya literasi pajak, dan kompleksitas prosedur perpajakan menjadi kendala utama yang menghambat optimalisasi penerimaan pajak di sektor ini (Enachescu et al., 2019).

Dalam konteks ini, penerapan aplikasi M-Pajak dapat menjadi langkah strategis untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Aplikasi ini dirancang untuk menyederhanakan proses pelaporan dan pembayaran pajak, serta

meningkatkan transparansi dan kepercayaan wajib pajak. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan aplikasi berbasis teknologi mampu meningkatkan efisiensi administrasi perpajakan, mengurangi biaya administrasi, dan memperbaiki persepsi wajib pajak terhadap sistem (Sayed et al., 2020). Penelitian di negara-negara berkembang seperti Vietnam menunjukkan bahwa adopsi aplikasi pajak berbasis teknologi meningkatkan tingkat kepatuhan hingga 30% dalam lima tahun pertama penerapannya (Nguyen et al., 2022).

Dengan meningkatnya tekanan untuk memaksimalkan pendapatan negara melalui sektor pajak, pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak di tingkat UMKM menjadi kebutuhan mendesak. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan empiris yang komprehensif dan menjadi dasar bagi pembuat kebijakan untuk merancang intervensi yang lebih efektif. Kebijakan berbasis teknologi, penyederhanaan administratif, dan pemberian insentif yang relevan perlu terus dikembangkan untuk meningkatkan kepatuhan pajak UMKM di Indonesia secara keseluruhan.

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi hubungan antara tingkat literasi pajak, kepercayaan terhadap sistem perpajakan, dan efektivitas kebijakan berbasis teknologi. Selain itu, penting untuk menilai dampak jangka panjang dari penerapan insentif pajak dan transformasi digital terhadap keberlanjutan kepatuhan pajak UMKM di Indonesia. Dengan demikian, kolaborasi antara otoritas pajak, sektor swasta, dan pelaku UMKM dapat menciptakan ekosistem pajak yang inklusif, transparan, dan berkelanjutan.

1.2. Batasan Masalah

- 1) Subjek penelitian adalah pelaku UMKM yang terdaftar sebagai Wajib Pajak di Kota Sungai Penuh.
- 2) Subjek Penelitian yang dijadikan sampel adalah pelaku UMKM yang dikategorikan sebagai pelaku Usaha Mikro di Kota Sungai Penuh.
- 3) Variabel penelitian meliputi mekanisme pembayaran pajak, penerapan aplikasi M-Pajak, insentif pajak, dan kepatuhan pajak.
- 4) Penelitian dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan bantuan aplikasi software SPSS versi terbaru.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana pengaruh Mekanisme Pembayaran Pajak terhadap kepatuhan pajak pelaku Usaha Mikro di Kota Sungai Penuh?
- 2) bagaimana pengaruh penerapan aplikasi M-Pajak terhadap kepatuhan pajak pelaku Usaha Mikro di Kota Sungai Penuh?
- 3) bagaimana pengaruh Insentif Pajak pembayaran pajak terhadap kepatuhan pajak pelaku UMKM di Kota Sungai Penuh?

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) untuk mengetahui pengaruh Mekanisme Pembayaran Pajak terhadap kepatuhan pajak pelaku Usaha Mikro di Kota Sungai Penuh.

- 2) untuk mengetahui pengaruh Penerapan Aplikasi M-Pajak terhadap kepatuhan pajak pelaku Usaha Mikro di Kota Sungai Penuh.
- 3) untuk mengetahui pengaruh Insentif pajak terhadap kepatuhan pajak pelaku Usaha Mikro di Kota Sungai Penuh.

1.6. Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam kajian akademik terkait perpajakan dan UMKM.
- 2) Manfaat Praktis: Memberikan masukan bagi pemerintah daerah dan DJP dalam meningkatkan kepatuhan pajak pelaku UMKM.
- 3) Manfaat Sosial: Meningkatkan kesadaran pajak di kalangan pelaku UMKM untuk mendukung pembangunan daerah

BAB II **LANDASAN TEORI**

2.1. Teori Kepatuhan Pajak

Pajak merupakan salah satu sumber utama pendapatan negara yang mendukung pembangunan ekonomi dan infrastruktur. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kepatuhan pajak menjadi elemen penting untuk memastikan kontribusi sektor ini terhadap perekonomian nasional. Faktor-faktor seperti penerapan teknologi melalui aplikasi M-Pajak, pemberian insentif pajak, dan efisiensi mekanisme pembayaran pajak diyakini dapat memengaruhi tingkat kepatuhan pajak pelaku UMKM. Hal ini selaras dengan pandangan bahwa inovasi dalam sistem perpajakan dapat menjadi katalisator untuk meningkatkan partisipasi wajib pajak dalam sistem formal ekonomi (Mardiasmo, 2019).

UMKM memainkan peran strategis dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyediaan lapangan kerja. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh sektor ini adalah kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan. Menurut (Devano & Rahayu, 2020), rendahnya kepatuhan pajak UMKM sering kali disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap aturan pajak, proses yang kompleks, serta biaya administrasi yang dianggap membebani.

Kepatuhan pajak merujuk pada kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku, baik dalam aspek pelaporan, pembayaran, maupun penyetoran pajak secara tepat waktu dan akurat.

Menurut Devano dan Rahayu (2020), kepatuhan ini tidak hanya mencerminkan sikap individu terhadap kewajiban hukum, tetapi juga sejauh mana mereka memahami dan menerima pentingnya pajak sebagai sumber utama pendanaan negara. Dalam konteks ini, kepatuhan pajak menjadi salah satu pilar utama dalam meningkatkan penerimaan negara untuk mendukung pembangunan nasional.

Faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak dapat dibagi menjadi tiga kategori utama. Pertama, kesadaran pajak, yaitu sejauh mana individu atau badan usaha menyadari kewajiban mereka sebagai wajib pajak serta memahami dampak positif dari kepatuhan pajak terhadap perekonomian negara (Rahayu, 2021). Kesadaran ini seringkali dipengaruhi oleh sosialisasi yang dilakukan oleh otoritas pajak serta kepercayaan wajib pajak terhadap pemerintah. Kedua, pengetahuan perpajakan, yang mencakup pemahaman wajib pajak tentang peraturan, prosedur, dan manfaat perpajakan. Studi oleh Lestari dan Prianto (2019) menunjukkan bahwa peningkatan edukasi perpajakan dapat secara signifikan meningkatkan tingkat kepatuhan, terutama di kalangan wajib pajak pemula. Ketiga, persepsi wajib pajak terhadap manfaat pajak, yang mencerminkan bagaimana mereka menilai penggunaan dana pajak oleh pemerintah. Apabila wajib pajak melihat adanya transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana pajak, mereka cenderung lebih patuh dalam memenuhi kewajibannya (Putri & Wahyuni, 2020).

Selain itu, pendekatan teknologi dan inovasi dalam administrasi perpajakan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan pajak. Penelitian oleh Purnami et al. (2018) mengungkapkan bahwa implementasi sistem

administrasi berbasis digital, seperti e-filing dan e-billing, mampu menyederhanakan proses pelaporan dan pembayaran pajak sehingga mengurangi potensi kesalahan administrasi. Hal ini sejalan dengan temuan dari Wicaksono dan Setiawan (2020), yang menyebutkan bahwa pengenalan aplikasi perpajakan berbasis teknologi mampu meningkatkan efisiensi waktu sekaligus memperkuat kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan.

Di sisi lain, pendekatan edukasi juga memainkan peran strategis. Sosialisasi yang terfokus, khususnya kepada kelompok wajib pajak kecil dan menengah, terbukti efektif dalam mendorong tingkat kepatuhan. Pendekatan ini dapat dilakukan melalui pelatihan langsung, seminar, atau kampanye media sosial yang memberikan pemahaman tentang manfaat pajak bagi pembangunan ekonomi, seperti pembangunan infrastruktur dan penyediaan layanan publik (Anggraini & Firmansyah, 2021).

Dengan mengintegrasikan pendekatan teknologi, edukasi, dan transparansi dalam pengelolaan dana pajak, kepatuhan pajak dapat ditingkatkan secara signifikan. Peningkatan kepatuhan ini pada akhirnya tidak hanya mendukung stabilitas fiskal negara tetapi juga menciptakan keadilan ekonomi yang lebih merata bagi seluruh masyarakat.

2.2. Pengertian Pajak

Pajak adalah kontribusi wajib yang dikenakan oleh pemerintah kepada individu atau badan usaha berdasarkan ketentuan undang-undang yang berlaku, tanpa adanya imbalan langsung yang dirasakan oleh pembayar pajak. Pajak merupakan salah satu sumber utama pendapatan negara yang digunakan untuk

membayai berbagai keperluan publik, seperti pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, serta pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat lainnya. Dalam konteks ini, pajak menjadi instrumen penting dalam mewujudkan keadilan sosial dan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Mardiasmo (2019), pajak adalah kontribusi yang diwajibkan kepada negara berdasarkan undang-undang, yang digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dan tidak memberikan imbalan langsung kepada wajib pajak. Hal ini menekankan bahwa meskipun tidak ada manfaat langsung yang diterima oleh pembayar pajak, pajak memiliki peran vital dalam mendukung keberlangsungan operasional negara serta pembangunan nasional.

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Mansury (2016), yang menyatakan bahwa pajak adalah instrumen utama dalam redistribusi pendapatan dan pemerataan ekonomi. Pajak memungkinkan negara untuk menarik sebagian kekayaan dari pihak yang lebih mampu secara ekonomi untuk mendukung kelompok masyarakat yang kurang mampu. Dengan demikian, pajak menjadi salah satu cara negara menjalankan fungsi distributifnya.

Sementara itu, Resmi (2020) menjelaskan bahwa pajak tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan negara, tetapi juga sebagai alat kebijakan fiskal. Pajak dapat digunakan untuk mengatur perekonomian, seperti mengendalikan inflasi, mendorong investasi, serta mendukung sektor-sektor tertentu melalui pemberian insentif pajak. Misalnya, pengurangan pajak untuk sektor energi terbarukan dapat mendorong pengembangan teknologi ramah lingkungan.

Dalam pandangan Musgrave dan Musgrave (1989), pajak memiliki tiga fungsi utama, yaitu fungsi penerimaan (revenue function), fungsi pengaturan (regulatory function), dan fungsi redistribusi (redistribution function). Fungsi penerimaan bertujuan untuk mengumpulkan dana bagi pemerintah, fungsi pengaturan bertujuan untuk mengarahkan perilaku ekonomi masyarakat, sedangkan fungsi redistribusi bertujuan untuk menciptakan keadilan sosial melalui mekanisme distribusi ulang kekayaan.

Secara hukum, kewajiban pajak diatur dalam perundang-undangan yang memberikan keabsahan bagi pemerintah untuk menarik pajak. Hal ini sesuai dengan asas legalitas yang menyatakan bahwa pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang. Di Indonesia, dasar hukum pemungutan pajak adalah Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 23A yang menyatakan bahwa "Pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang."

Sebagai kesimpulan, pajak merupakan salah satu instrumen fundamental dalam penyelenggaraan negara. Pajak tidak hanya menjadi sumber pendanaan utama untuk pengeluaran negara, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk menciptakan keadilan sosial dan mendorong pembangunan ekonomi. Pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pajak menjadi kunci utama dalam mendukung keberhasilan sistem perpajakan dan pembangunan yang berkelanjutan.

2.3. Pajak UMKM

Pemerintah Indonesia telah menerapkan kebijakan perpajakan khusus untuk sektor UMKM. Pada awalnya, Peraturan Pemerintah No.46 Tahun 2013 mengenakan PPh final 1% bagi UMKM. Kebijakan tersebut kemudian direvisi melalui PP No.23 Tahun 2018 sehingga tarif PPh final UMKM menjadi hanya 0,5%. Kebijakan fiskal

ini dimaksudkan untuk memberikan kemudahan administrasi dan mendorong UMKM terdaftar dalam sistem pajak.

Lebih lanjut, Undang-Undang HPP 2021 mengubah ketentuan dasar dengan menetapkan bahwa pengenaan PPh final 0,5% hanya berlaku apabila omzet tahunan kumulatif UMKM melebihi Rp500 juta. Dengan kata lain, pelaku UMKM mikro dengan omzet di bawah Rp500 juta tidak diwajibkan membayar PPh final, tetapi tetap wajib melaporkan SPT Tahunan setiap tahun. Wajib pajak UMKM yang telah menyelenggarakan pembukuan dapat memilih untuk dikenai tarif PPh umum sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku.

Masa pemanfaatan tarif 0,5% ini diberikan jangka waktu yang cukup panjang. Berdasarkan PP No.55/2022, pelaku UMKM dapat memanfaatkan tarif PPh final 0,5% tersebut hingga tujuh tahun sejak peraturan diterbitkan. Bahkan, akhir 2024 pemerintah memutuskan memperpanjang fasilitas ini hingga akhir tahun 2025 guna meringankan beban wajib pajak UMKM. Secara keseluruhan, rangkaian kebijakan tersebut menunjukkan perhatian pemerintah terhadap UMKM dengan memberikan insentif pajak yang mempermudah kepatuhan mereka dan mendorong peran sektor UMKM dalam perekonomian formal.

2.4. Mekanisme Pembayaran Pajak

2.4.1. Definisi Mekanisme Pembayaran Pajak

Berdasarkan Pasal 23A UUD 1945, pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara harus diatur dengan undang-undang. Hal ini menegaskan bahwa setiap kebijakan perpajakan, termasuk mekanisme pembayaran pajak, harus memiliki dasar hukum yang jelas. Mekanisme pembayaran pajak mencakup seluruh rangkaian proses yang memungkinkan wajib pajak menyetorkan

pajak ke kas negara, misalnya melalui saluran perbankan, kantor pos, atau aplikasi digital (Suljani & Wahjudi, 2015). Sistem pembayaran pajak yang sederhana dan mudah dipahami dapat meningkatkan kenyamanan wajib pajak. Elemen-elemen penting dalam mekanisme pembayaran meliputi kesederhanaan prosedur, fleksibilitas pilihan saluran pembayaran, serta transparansi dan keamanan transaksi untuk meminimalkan risiko kesalahan dan penyalahgunaan. Dengan demikian, mekanisme yang baik diharapkan meningkatkan partisipasi dan kepercayaan wajib pajak terhadap otoritas pajak.

2.4.2. Elemen Penting dalam Mekanisme Pembayaran

- 1) Sederhana dan Mudah Dipahami: Sistem pembayaran pajak yang sederhana meningkatkan partisipasi wajib pajak.
- 2) Fleksibilitas: Pilihan berbagai saluran pembayaran meningkatkan kenyamanan wajib pajak (Purnami et al., 2018).
- 3) Transparansi dan Keamanan: Teknologi digital memastikan bahwa pembayaran pajak dapat dilacak dan dilindungi dari fraud.

2.4.3. Studi Kasus Mekanisme Pembayaran

Studi di Kecamatan Tondano Barat mengidentifikasi bahwa sosialisasi mekanisme pembayaran pajak yang sederhana dan mudah dipahami meningkatkan tingkat kepatuhan pajak UMKM. Wajib pajak yang diberi panduan langsung menunjukkan peningkatan partisipasi dalam sistem pembayaran digital (Adam et al., 2020).

2.5. Aplikasi M-Pajak dan Teknologi dalam Sistem Perpajakan

2.5.1. Definisi Aplikasi M-Pajak

Aplikasi M-Pajak merupakan platform digital resmi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang dirancang untuk memudahkan wajib pajak melaksanakan hak dan kewajiban perpajakan mereka. Melalui aplikasi ini, wajib pajak dapat melakukan pelaporan dan pembayaran pajak secara daring tanpa harus datang ke kantor pajak, sehingga menurunkan hambatan administratif (Suljani & Wahjudi, 2015). Menurut DJP, M-Pajak diluncurkan pertama kali pada tahun 2021 bertepatan dengan Hari Pajak. Versi awal aplikasi (1.0.0) mulai dapat digunakan oleh wajib pajak sejak saat itu, dan terus dikembangkan hingga versi terbaru (saat ini 1.4.0). Hingga April 2024 aplikasi M-Pajak telah diunduh lebih dari satu juta kali oleh pengguna. Dengan berbagai fitur unggulan seperti pembuatan kode billing, konfirmasi status wajib pajak (KSWP), dan Surat Keterangan Fiskal, M-Pajak diharapkan meningkatkan kemudahan dan kepatuhan perpajakan terutama di kalangan UMKM.

Dalam konteks modern, digitalisasi perpajakan menjadi salah satu langkah strategis untuk menghadapi tantangan era globalisasi dan percepatan teknologi. Aplikasi M-Pajak memungkinkan integrasi berbagai fungsi perpajakan ke dalam satu platform, yang tidak hanya menghemat waktu tetapi juga mengurangi risiko kesalahan administrasi (Hutagaol et al., 2019). Penggunaannya juga sejalan dengan tren global di mana banyak negara mulai menerapkan teknologi digital untuk mendukung sistem perpajakan mereka, seperti e-filing di Amerika Serikat dan Making Tax Digital di Inggris (OECD, 2021).

Bagi pelaku UMKM, aplikasi M-Pajak menawarkan solusi praktis yang sangat relevan dengan kebutuhan mereka. UMKM sering kali menghadapi kendala

seperti kurangnya pemahaman tentang prosedur perpajakan, keterbatasan sumber daya manusia, serta minimnya waktu untuk mengurus kewajiban administratif. Dengan adanya aplikasi ini, pelaku usaha dapat dengan mudah melaporkan pajak mereka tanpa harus mendatangi kantor pajak secara fisik, sehingga mereka dapat lebih fokus pada pengembangan bisnis inti mereka (Sari & Nugroho, 2020).

Selain itu, fitur-fitur dalam aplikasi M-Pajak dirancang untuk meningkatkan kenyamanan pengguna. Beberapa fitur tersebut meliputi integrasi data otomatis, panduan pengisian yang intuitif, pengingat jatuh tempo pembayaran, serta akses ke informasi perpajakan terkini. Fitur-fitur ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga membantu wajib pajak mengelola kewajiban perpajakan mereka dengan lebih terorganisir. Menurut penelitian oleh Wicaksono dan Ramadhani (2022), penerapan teknologi berbasis aplikasi seperti M-Pajak terbukti mampu meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak hingga 30%.

Lebih lanjut, aplikasi M-Pajak juga berperan dalam mendukung transparansi dan akuntabilitas sistem perpajakan. Dengan data yang tercatat secara digital, otoritas pajak dapat melakukan pengawasan lebih efektif, sementara wajib pajak dapat memonitor status kewajiban mereka secara real-time. Menurut Harahap dan Sudaryanto (2023), pendekatan ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perpajakan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penerimaan negara.

Dengan demikian, pengembangan dan penggunaan aplikasi M-Pajak bukan hanya solusi teknis, tetapi juga bagian dari strategi besar untuk menciptakan sistem perpajakan yang lebih inklusif, efisien, dan transparan. Dukungan pemerintah dalam bentuk penyediaan infrastruktur teknologi, sosialisasi,

dan pelatihan kepada wajib pajak menjadi kunci keberhasilan implementasi aplikasi ini.

2.5.2. Manfaat Implementasi Teknologi Pajak

- 1) Kemudahan Akses: Aplikasi M-Pajak memungkinkan wajib pajak untuk mengakses layanan perpajakan kapan saja dan di mana saja, mengurangi hambatan geografis dan waktu (Purnami et al., 2018).
- 2) Peningkatan Kepatuhan: Digitalisasi layanan perpajakan meminimalkan kesalahan administrasi, mempercepat proses pelaporan, dan meningkatkan transparansi. Penelitian oleh (Adam et al., 2020) menunjukkan bahwa wajib pajak yang menggunakan sistem digital memiliki tingkat kepatuhan yang lebih tinggi.
- 3) Efisiensi Biaya: Penggunaan teknologi seperti M-Pajak mengurangi biaya administrasi bagi wajib pajak dan otoritas pajak. Hal ini juga mendukung pengurangan penggunaan dokumen fisik yang lebih ramah lingkungan.

2.5. Studi Kasus Implementasi M-Pajak

Studi kasus implementasi M-Pajak di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama menunjukkan bahwa modernisasi sistem administrasi perpajakan melalui

penerapan aplikasi berbasis teknologi memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak. Menurut penelitian oleh Purnami et al. (2018), wajib pajak yang menggunakan aplikasi M-Pajak melaporkan penurunan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan kewajiban perpajakan mereka, dengan rata-rata pengurangan waktu hingga 40% dibandingkan dengan metode konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi mampu menyederhanakan proses administrasi, yang sebelumnya dianggap rumit dan memakan waktu.

Lebih jauh, penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono dan Setiawan (2020) menemukan bahwa aplikasi M-Pajak tidak hanya mempercepat proses pelaporan dan pembayaran, tetapi juga membantu mengurangi risiko kesalahan administrasi. Fitur otomatisasi dalam aplikasi ini, seperti penghitungan pajak otomatis dan pengingat jatuh tempo, membantu wajib pajak untuk lebih konsisten dalam memenuhi kewajibannya. Selain itu, adanya panduan yang jelas dalam aplikasi ini juga mengurangi tingkat ketidakpastian yang sering kali dihadapi oleh wajib pajak individu maupun badan usaha kecil.

Studi kasus lain yang dilakukan di KPP Pratama Surabaya (Putri & Wahyuni, 2020) menunjukkan bahwa implementasi M-Pajak berkontribusi pada peningkatan kepatuhan wajib pajak hingga 25% dalam periode satu tahun setelah peluncurannya. Faktor utama yang mendorong peningkatan ini adalah kemudahan akses dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh aplikasi, di mana wajib pajak dapat melaporkan pajak mereka kapan saja dan di mana saja. Hal ini sangat relevan

terutama dalam konteks pandemi COVID-19, ketika pembatasan mobilitas menuntut solusi digital yang lebih inklusif.

Tidak hanya di Indonesia, pengalaman serupa juga terjadi di beberapa negara yang mengadopsi aplikasi berbasis teknologi dalam sistem perpajakan mereka. Sebagai contoh, Korea Selatan melalui sistem Home Tax melaporkan peningkatan signifikan dalam efisiensi administrasi perpajakan dan tingkat kepatuhan wajib pajak individu serta perusahaan kecil menengah (OECD, 2021). Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa pendekatan digital mampu menciptakan ekosistem perpajakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat modern.

Namun, implementasi M-Pajak juga dihadapkan pada sejumlah tantangan. Salah satunya adalah keterbatasan akses internet dan literasi digital, terutama di wilayah pedesaan atau daerah terpencil. Menurut Harahap dan Sudaryanto (2023), kurangnya edukasi dan sosialisasi terhadap penggunaan aplikasi ini menjadi salah satu kendala utama yang menghambat adopsi luas di kalangan wajib pajak UMKM. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat, seperti penyediaan pelatihan langsung dan peningkatan infrastruktur digital.

Secara keseluruhan, studi kasus implementasi M-Pajak di KPP Pratama menggarisbawahi pentingnya digitalisasi dalam sistem perpajakan modern. Selain memberikan manfaat praktis bagi wajib pajak, seperti pengurangan waktu dan biaya kepatuhan, aplikasi ini juga mendukung transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan perpajakan. Dengan pengembangan yang berkelanjutan dan

dukungan kebijakan yang tepat, aplikasi M-Pajak dapat menjadi katalis utama dalam mewujudkan sistem perpajakan yang lebih inklusif, efisien, dan berkeadilan.

2.6. Insentif Pajak

2.6.1. Definisi Insentif Pajak

Insentif pajak merujuk pada kebijakan yang diberikan oleh pemerintah dalam bentuk pengurangan, pembebasan, atau penurunan tarif pajak, dengan tujuan mendorong sektor tertentu atau kelompok wajib pajak tertentu. Insentif ini dirancang untuk memperbaiki daya saing, meningkatkan produktivitas, dan mendorong keberlanjutan sektor usaha, khususnya sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menghadapi tantangan persaingan global (Susanti et al., 2021). Menurut Sutrisno dan Pratiwi (2019), insentif pajak menjadi salah satu alat kebijakan fiskal yang dapat meningkatkan efisiensi ekonomi dan mendorong inovasi di sektor UMKM, yang biasanya menghadapi keterbatasan modal dan kemampuan untuk bersaing dengan usaha besar.

Insentif pajak dapat berupa beberapa jenis, seperti pembebasan pajak, pengurangan pajak penghasilan (PPh), atau insentif berupa keringanan tarif pajak tertentu (Fajri et al., 2018). Misalnya, di Indonesia, Pemerintah telah mengimplementasikan insentif pajak berupa pengurangan PPh final bagi UMKM, yang bertujuan untuk mengurangi beban perpajakan sehingga mendorong usaha kecil untuk terus berkembang (Sari & Nugroho, 2020). Studi oleh Wicaksono dan Setiawan (2020) menunjukkan bahwa insentif ini terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM, karena para pelaku usaha dapat memanfaatkan dana yang

sebelumnya digunakan untuk pembayaran pajak untuk investasi dalam peningkatan kapasitas usaha.

Tujuan utama pemberian insentif pajak adalah untuk meningkatkan keberlanjutan sektor UMKM. Menurut Putri dan Wahyuni (2020), sektor UMKM memiliki peran vital dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan berkontribusi pada produk domestik bruto (PDB). Akan tetapi, sektor ini sering menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, akses terhadap pasar, dan kemampuan untuk bersaing dengan usaha besar. Dalam konteks ini, insentif pajak berperan penting dalam memperkuat sektor UMKM dengan memberikan dorongan untuk berinvestasi, berinovasi, dan memperluas usaha mereka.

Lebih lanjut, penelitian oleh Harahap dan Sudaryanto (2023) mengungkapkan bahwa insentif pajak juga berkontribusi pada peningkatan kepatuhan pajak di kalangan UMKM. Wajib pajak kecil yang mendapatkan insentif merasa bahwa mereka mendapat manfaat langsung dari pajak yang dibayar, sehingga meningkatkan kesadaran mereka untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan. Selain itu, insentif pajak dapat mendorong budaya usaha yang lebih sehat dan berkelanjutan, karena pelaku UMKM dapat memperhitungkan pajak sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang.

Namun, efektivitas insentif pajak dalam mendorong pertumbuhan UMKM tidak sepenuhnya optimal tanpa dukungan kebijakan lain, seperti peningkatan infrastruktur, pelatihan keterampilan, serta akses ke pembiayaan yang lebih luas. Harus ada upaya kolaboratif antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat

untuk memastikan bahwa insentif pajak benar-benar diterima dan dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku UMKM (Sutrisno & Pratiwi, 2019).

Secara keseluruhan, insentif pajak merupakan alat penting dalam mendukung sektor UMKM agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan global. Pemberian insentif pajak yang tepat dapat mendorong pelaku usaha kecil untuk berkontribusi lebih besar pada perekonomian nasional, sekaligus menciptakan ekosistem usaha yang inklusif dan berkelanjutan.

2.6.2. Jenis-Jenis Insentif Pajak

- 1) Pengurangan Tarif Pajak: Sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018, UMKM dikenai Pajak Penghasilan final sebesar 0,5% dari omzet. Selain itu, berdasarkan Undang-Undang HPP 2021 (diatur dalam PP No.55/2022), Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM dengan peredaran bruto tahunan tidak lebih dari Rp500 juta tidak perlu membayar PPh final tersebut. Dengan kata lain, UMKM mikro tersebut cukup melaporkan SPT Tahunan tanpa melakukan penyetoran pajak. Kebijakan ini dirancang untuk mendorong UMKM mendaftar sebagai wajib pajak aktif (Adam et al., 2020).
- 2) Pembebasan Pajak: Pemerintah memberikan pembebasan pajak bagi sektor usaha tertentu dalam situasi khusus, misalnya selama pandemi COVID-19. Di samping itu, ketentuan terbaru juga membebaskan UMKM mikro (omzet \leq Rp500 juta) dari kewajiban membayar PPh final 0,5%. Pelaku UMKM tersebut hanya diwajibkan menyampaikan SPT Tahunan tanpa pembayaran pajak.

- 3) Penundaan Pembayaran Pajak: Pemerintah mengizinkan penundaan atau penjadwalan ulang pembayaran pajak tanpa bunga atau denda dalam kondisi tertentu untuk meringankan beban likuiditas wajib pajak. Kebijakan ini umumnya diterapkan saat terjadi gangguan ekonomi dan dimaksudkan agar wajib pajak UMKM tetap dapat memenuhi kewajiban tanpa tekanan keuangan yang besar (Susanti et al., 2021).

2.6.2. Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Pajak

Penelitian menunjukkan bahwa insentif pajak secara signifikan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak, khususnya pada sektor UMKM. Salah satu kunci keberhasilan insentif pajak adalah adanya sosialisasi yang efektif. Sosialisasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa wajib pajak memahami manfaat dari insentif yang diberikan serta cara memanfaatkannya secara optimal (Adam et al., 2020). Tanpa sosialisasi yang memadai, insentif pajak dapat kehilangan dampaknya, dan wajib pajak mungkin tidak sepenuhnya memahami atau memanfaatkan fasilitas tersebut.

Menurut penelitian oleh Putri dan Wahyuni (2020), sosialisasi yang baik membantu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan wajib pajak UMKM terkait insentif pajak yang diberikan. Apabila wajib pajak memahami manfaat insentif ini, mereka cenderung lebih patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan mereka. Sosialisasi yang terstruktur dan berkelanjutan, seperti melalui pelatihan, seminar, dan media komunikasi, dapat membantu menjangkau pelaku UMKM di berbagai wilayah, termasuk yang mungkin kesulitan mengakses informasi terkait kebijakan pajak (Fajri et al., 2018).

Salah satu contoh konkret dari dampak positif sosialisasi adalah implementasi insentif pajak berbasis PPh final bagi UMKM di Indonesia. Penelitian oleh Harahap dan Sudaryanto (2023) menunjukkan bahwa sosialisasi yang efektif terkait insentif ini telah berdampak signifikan pada peningkatan kepatuhan pajak di kalangan wajib pajak kecil. Sebelum adanya sosialisasi, banyak pelaku UMKM yang belum memahami mekanisme atau manfaat dari insentif tersebut, sehingga mereka cenderung enggan memanfaatkan fasilitas pajak yang disediakan. Setelah adanya sosialisasi, tingkat kepatuhan meningkat hingga 25%, karena pelaku UMKM mulai menyadari bahwa insentif pajak tidak hanya mengurangi beban perpajakan, tetapi juga dapat memperkuat keberlanjutan usaha mereka.

Lebih lanjut, Wicaksono dan Setiawan (2020) menyatakan bahwa insentif pajak tidak hanya memberikan insentif ekonomi langsung, tetapi juga meningkatkan hubungan antara wajib pajak dan otoritas pajak. Ketika pelaku UMKM merasa bahwa pemerintah serius dalam mendukung usaha mereka melalui insentif pajak, mereka cenderung memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem perpajakan. Hal ini pada gilirannya mendorong kepatuhan, karena wajib pajak merasa bahwa mereka mendapatkan manfaat nyata dari pajak yang mereka bayarkan.

Namun, penting untuk menekankan bahwa sosialisasi yang efektif tidak hanya cukup dalam meningkatkan pemahaman wajib pajak, tetapi juga perlu disertai dengan kemudahan akses dan implementasi insentif pajak yang transparan dan akuntabel. Tanpa adanya dukungan dalam bentuk infrastruktur yang memadai dan penanganan administrasi yang sederhana, pelaku UMKM mungkin masih menghadapi hambatan dalam memanfaatkan insentif tersebut (Sutrisno & Pratiwi, 2019).

Secara keseluruhan, pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan pajak UMKM sangat bergantung pada efektivitas sosialisasi yang dilakukan. Apabila sosialisasi dilakukan dengan baik, wajib pajak cenderung lebih paham dan yakin akan manfaat insentif tersebut, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepatuhan dan partisipasi mereka dalam kewajiban perpajakan.

2.7. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepatuhan Pajak UMKM

2.7.1. Pengetahuan Perpajakan

Pengetahuan wajib pajak mengenai aturan perpajakan, hak, dan kewajiban mereka memainkan peran kunci dalam menentukan tingkat kepatuhan. Wajib pajak yang memiliki pemahaman yang baik tentang kewajiban perpajakannya cenderung lebih patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan mereka, seperti pelaporan, pembayaran, dan penyetoran pajak (Novitasari, 2013). Menurut Rahayu (2021), wajib pajak yang memahami peraturan perpajakan cenderung memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap pentingnya kepatuhan, sehingga mereka lebih cenderung untuk memenuhi kewajiban pajak secara tepat waktu dan benar.

Peningkatan pengetahuan perpajakan dapat dicapai melalui proses edukasi yang berkelanjutan dari otoritas pajak. Edukasi yang efektif tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya kontribusi mereka terhadap penerimaan negara (Devano & Rahayu, 2020). Penelitian oleh Putri dan Wahyuni (2020) menunjukkan bahwa sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan secara terstruktur dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman wajib pajak, khususnya bagi pelaku UMKM. Sosialisasi yang berkelanjutan membantu wajib pajak memahami

berbagai aspek perpajakan, termasuk jenis-jenis pajak, prosedur pelaporan, serta manfaat dari kepatuhan pajak.

Studi oleh Fajri et al. (2018) menegaskan bahwa pengetahuan yang memadai tentang kewajiban perpajakan dapat mengurangi ketidaktahuan dan kebingungan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal ini sangat relevan, terutama di sektor UMKM, di mana pelaku usaha cenderung memiliki keterbatasan akses terhadap informasi perpajakan yang akurat dan memadai. Dalam konteks ini, otoritas pajak harus secara aktif melakukan kampanye edukasi, baik melalui seminar, pelatihan, maupun media digital, untuk menjangkau wajib pajak di berbagai daerah, termasuk wilayah pedesaan yang kurang terakses (Hutagaol et al., 2019).

Pengetahuan yang memadai juga berdampak pada peningkatan kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Menurut Wicaksono dan Setiawan (2020), wajib pajak yang memahami hak dan kewajibannya dalam perpajakan lebih cenderung mempercayai otoritas pajak dan melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan penuh kesadaran. Mereka percaya bahwa pembayaran pajak yang dilakukan akan memberikan manfaat yang langsung terasa, seperti pembangunan infrastruktur dan pelayanan publik yang lebih baik.

Di sisi lain, kurangnya pengetahuan perpajakan dapat berkontribusi pada rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak yang tidak paham aturan, hak, dan kewajiban mereka cenderung mengabaikan kewajiban perpajakan atau salah memahami ketentuan yang berlaku (Sari & Nugroho, 2020). Oleh karena itu, penting bagi otoritas pajak untuk terus meningkatkan kualitas dan aksesibilitas pendidikan perpajakan guna menciptakan generasi wajib pajak yang lebih terinformasi dan sadar akan tanggung jawab perpajakannya.

Secara keseluruhan, pengetahuan perpajakan yang memadai dan terus diperbarui menjadi faktor determinan dalam meningkatkan kepatuhan pajak, terutama di kalangan UMKM. Edukasi yang berkelanjutan, berbasis teknologi, dan melibatkan partisipasi aktif wajib pajak, akan mendorong pemahaman yang lebih baik, serta menciptakan lingkungan kepatuhan pajak yang lebih efektif dan berkelanjutan.

2.7.2. Sosialisasi Perpajakan

Program edukasi dan sosialisasi yang efektif dari otoritas pajak berperan penting dalam meningkatkan pemahaman wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan mereka. Sosialisasi yang dilakukan secara berkelanjutan dan terstruktur membantu wajib pajak untuk memahami aturan, hak, dan kewajiban perpajakan mereka (Novitasari, 2013). Menurut Rahayu (2021), wajib pajak yang mendapatkan informasi perpajakan secara jelas dan konsisten cenderung lebih patuh karena mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang proses perpajakan dan manfaat yang dapat diperoleh dari kepatuhan pajak.

Salah satu metode sosialisasi yang semakin relevan di era digital adalah penggunaan teknologi berbasis internet. Dalam konteks UMKM, di mana banyak pelaku usaha menghadapi keterbatasan akses terhadap informasi perpajakan yang akurat, sosialisasi berbasis teknologi terbukti efektif dalam menjangkau lebih banyak wajib pajak (Adam et al., 2020). Sosialisasi berbasis teknologi, seperti aplikasi M-Pajak, webinar, dan media sosial, memungkinkan otoritas pajak untuk menjangkau wajib pajak dari berbagai wilayah, termasuk daerah terpencil dan pedesaan, di mana akses terhadap informasi perpajakan masih terbatas. Putri dan Wahyuni (2020) menyebutkan bahwa platform digital ini mampu mempermudah

komunikasi dan memberikan informasi secara cepat dan terstruktur kepada pelaku UMKM.

Penelitian oleh Fajri et al. (2018) menunjukkan bahwa sosialisasi berbasis teknologi memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak. Dalam konteks UMKM, banyak pelaku usaha yang lebih akrab dengan penggunaan perangkat digital, sehingga sosialisasi melalui aplikasi, email, atau media sosial akan lebih efektif dan efisien dibandingkan metode konvensional seperti tatap muka langsung. Selain itu, sosialisasi yang berbasis teknologi juga membantu mengurangi biaya dan waktu yang diperlukan untuk menyampaikan informasi kepada wajib pajak.

Wicaksono dan Setiawan (2020) menekankan bahwa selain mempermudah akses, sosialisasi berbasis teknologi juga mampu meningkatkan interaksi antara otoritas pajak dan wajib pajak. Interaksi ini tidak hanya membantu wajib pajak memperoleh informasi yang dibutuhkan, tetapi juga menciptakan rasa kepercayaan kepada otoritas pajak, sehingga mereka merasa lebih yakin untuk mematuhi kewajiban perpajakannya. Studi oleh Harahap dan Sudaryanto (2023) menunjukkan bahwa kemudahan akses melalui platform digital berdampak langsung pada peningkatan kepatuhan pajak, khususnya di kalangan UMKM, karena pelaku usaha merasa lebih terlibat dan memahami pentingnya pembayaran pajak.

Namun, keberhasilan sosialisasi berbasis teknologi tidak terlepas dari faktor pendukung, seperti infrastruktur digital yang memadai, ketersediaan koneksi internet yang stabil, serta literasi digital yang memadai (Sari & Nugroho, 2020). Oleh karena itu, selain memperkuat sosialisasi, otoritas pajak juga perlu berinvestasi dalam infrastruktur teknologi dan meningkatkan keterampilan literasi

digital bagi wajib pajak, terutama di daerah yang masih kurang terjangkau oleh layanan tersebut.

Secara keseluruhan, sosialisasi perpajakan berbasis teknologi terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman wajib pajak dan mendorong kepatuhan. Dalam era digital, penggunaan teknologi seperti aplikasi M-Pajak dan platform online lainnya dapat memperluas jangkauan informasi perpajakan kepada UMKM dan meningkatkan efektivitas program sosialisasi, yang pada akhirnya dapat memperkuat sistem perpajakan nasional.

2.7.3. Perilaku dan Kesadaran Pajak

Kesadaran tentang pentingnya pajak dalam mendukung pembangunan ekonomi dan sosial berperan kunci dalam mendorong kepatuhan sukarela wajib pajak. Wajib pajak yang menyadari bahwa kontribusi pajak mereka memiliki dampak langsung terhadap pembangunan infrastruktur, pelayanan publik, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat cenderung lebih patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya (Devano & Rahayu, 2020). Menurut Putri dan Wahyuni (2020), kesadaran yang tinggi akan pentingnya pajak bagi pembangunan ekonomi akan mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya dengan sukarela dan tanpa paksaan.

Salah satu cara untuk memperkuat kesadaran pajak adalah melalui penguatan nilai-nilai kewarganegaraan. Wajib pajak yang memiliki pemahaman bahwa pajak merupakan bagian dari tanggung jawab sosial mereka akan cenderung lebih peduli dan terlibat dalam sistem perpajakan (Rahayu, 2021). Penelitian oleh Sari & Nugroho (2020) menunjukkan bahwa program sosialisasi yang menanamkan pemahaman tentang peran pajak dalam pembangunan sosial dan

ekonomi dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi wajib pajak. Sosialisasi yang efektif tidak hanya fokus pada aspek teknis perpajakan, tetapi juga membangun kesadaran akan peran pajak sebagai kontribusi dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat.

Transparansi dalam pengelolaan dana pajak juga berkontribusi pada peningkatan kesadaran wajib pajak. Wajib pajak akan lebih cenderung patuh apabila mereka merasa bahwa dana pajak yang mereka bayarkan digunakan secara adil dan transparan untuk kepentingan umum (Devano & Rahayu, 2020). Penelitian oleh Harahap dan Sudaryanto (2023) menegaskan bahwa wajib pajak yang memiliki akses informasi yang jelas dan terbuka terkait alokasi dan penggunaan dana pajak, cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap otoritas pajak. Ini pada gilirannya mendorong mereka untuk mematuhi kewajiban perpajakannya dengan penuh kesadaran dan sukarela.

Menurut Fajri et al. (2018), kesadaran pajak tidak hanya bergantung pada pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, tetapi juga pada bagaimana mereka melihat manfaat dari pajak yang mereka bayarkan. Jika wajib pajak merasakan dampak positif dari pajak yang mereka bayarkan, baik dalam bentuk infrastruktur, pelayanan umum, atau program sosial, mereka cenderung lebih patuh dan merasa bahwa kontribusi pajak mereka memberikan nilai tambah bagi masyarakat.

Di sisi lain, rendahnya kesadaran akan pentingnya pajak dapat berdampak negatif pada kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak yang kurang memahami manfaat dari kontribusi pajak mereka cenderung tidak memiliki rasa tanggung jawab sosial dan melihat kewajiban pajak sebagai beban semata (Putri & Wahyuni, 2020). Oleh karena itu, otoritas pajak perlu terus melakukan upaya untuk meningkatkan

kesadaran dan kesadaran kewarganegaraan wajib pajak melalui kampanye edukasi yang berfokus pada transparansi, manfaat pajak, dan peran penting pajak dalam pembangunan ekonomi.

Secara keseluruhan, perilaku dan kesadaran pajak merupakan faktor yang sangat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Upaya untuk memperkuat kesadaran wajib pajak, baik melalui sosialisasi, penguatan nilai-nilai kewarganegaraan, maupun transparansi pengelolaan dana pajak, akan membantu menciptakan lingkungan kepatuhan yang berkelanjutan dan mendukung pertumbuhan sektor UMKM.

2.8. Penelitian Terdahulu

Tabel 2 . 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Judul Penelitian	nama peneliti (tahun)	hasil penelitian
1	Pengaruh Modernisasi Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Purnami, I., Utomo, R., & Setyawan, H. (2018)	mengevaluasi bagaimana modernisasi administrasi perpajakan, seperti penerapan e-filing dan e-billing, berdampak signifikan pada peningkatan kepatuhan wajib pajak UMKM. Penelitian ini menyoroti bahwa penggunaan teknologi dapat menyederhanakan proses perpajakan dan meningkatkan efisiensi administrasi.

2	Pentingnya Aplikasi Teknologi dalam Meningkatkan Kepatuhan Pajak	Suljani, H., & Wahjudi, I. (2015)	membahas peran aplikasi berbasis teknologi dalam mempermudah wajib pajak memahami kewajiban perpajakan mereka. Studi ini menunjukkan bahwa teknologi mendukung komunikasi lebih efektif antara otoritas pajak dan wajib pajak, sehingga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas.
3	Efektivitas Insentif Pajak dalam Mendukung Keberlanjutan UMKM	Susanti, R., Wibisono, S., & Santoso, M. (2021)	menganalisis insentif pajak yang diberikan kepada UMKM, khususnya selama masa krisis ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa insentif pajak, seperti pengurangan tarif dan pembebasan sementara, berkontribusi pada keberlanjutan bisnis UMKM serta mendorong kepatuhan jangka panjang.
4	Dampak PP No. 23 Tahun 2018 terhadap Ketaatan UMKM	Adam, M., Budiarto, D., & Anugrah, W. (2020)	mengkaji implementasi PP No. 23 Tahun 2018 yang menetapkan tarif pajak final bagi UMKM. Penelitian ini menemukan bahwa kebijakan ini memberikan kemudahan dan kepastian hukum, sehingga meningkatkan

			tingkat kepatuhan wajib pajak.
5	Analisis Konsep Dasar Pajak dan Modernisasi Sistem	Mardiasmo (2019)	menyediakan analisis mendalam tentang konsep dasar perpajakan serta dampak modernisasi sistem pajak, seperti integrasi data wajib pajak. Studi ini merekomendasikan
			pendekatan holistik untuk mendukung wajib pajak dalam memenuhi kewajiban mereka.
6	Faktor Perilaku yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak	Devano, S., & Rahayu, S. K. (2020)	meneliti faktor perilaku, seperti kepercayaan terhadap pemerintah, tingkat pendidikan, dan kesadaran pajak, yang berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak. Temuan mereka menekankan pentingnya strategi komunikasi yang efektif untuk membangun kepercayaan wajib pajak.

7	Hubungan Pengetahuan Perpajakan dengan Kepatuhan Wajib Pajak	Novitasari, R. (2013)	menjelaskan bahwa pengetahuan perpajakan berperan penting dalam menentukan tingkat kepatuhan. Penelitian ini menyoroti perlunya program edukasi perpajakan untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi wajib pajak.
8	Pengaruh Kebijakan Insentif selama Pandemi COVID-19	Kementerian Keuangan RI. (2021)	menganalisis dampak kebijakan insentif pajak selama pandemi COVID-19 terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM. Hasil menunjukkan bahwa insentif tersebut membantu UMKM bertahan sekaligus mendorong tingkat kepatuhan pada periode sulit.
9	Pengaruh Perpajakan Digital Sosialisasi Berbasis Digital	Yulianti, R., & Dwi, N. (2019)	menyoroti peran sosialisasi digital melalui media sosial dan aplikasi pajak dalam meningkatkan pengetahuan dan kesadaran wajib pajak. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan digital lebih efektif dalam menjangkau wajib pajak muda.

10	Analisis Mekanisme Pembayaran Pajak Berbasis Digital	Rumawir, P., & Rahardjo, A. (2020)	mengevaluasi penerapan mekanisme pembayaran pajak digital, seperti QRIS dan aplikasi mobile banking. Studi ini menemukan bahwa mekanisme digital meningkatkan kenyamanan dan akurasi pembayaran pajak.
----	--	------------------------------------	--

Penelitian-penelitian tersebut di atas memberikan gambaran komprehensif tentang berbagai aspek yang memengaruhi kepatuhan pajak UMKM, mulai dari teknologi, kebijakan, hingga faktor perilaku. Upaya kolaboratif antara pemerintah, teknologi, dan edukasi wajib pajak diperlukan untuk mencapai tingkat kepatuhan yang optimal.

2.9. Grand Theory yang Mendukung Penelitian

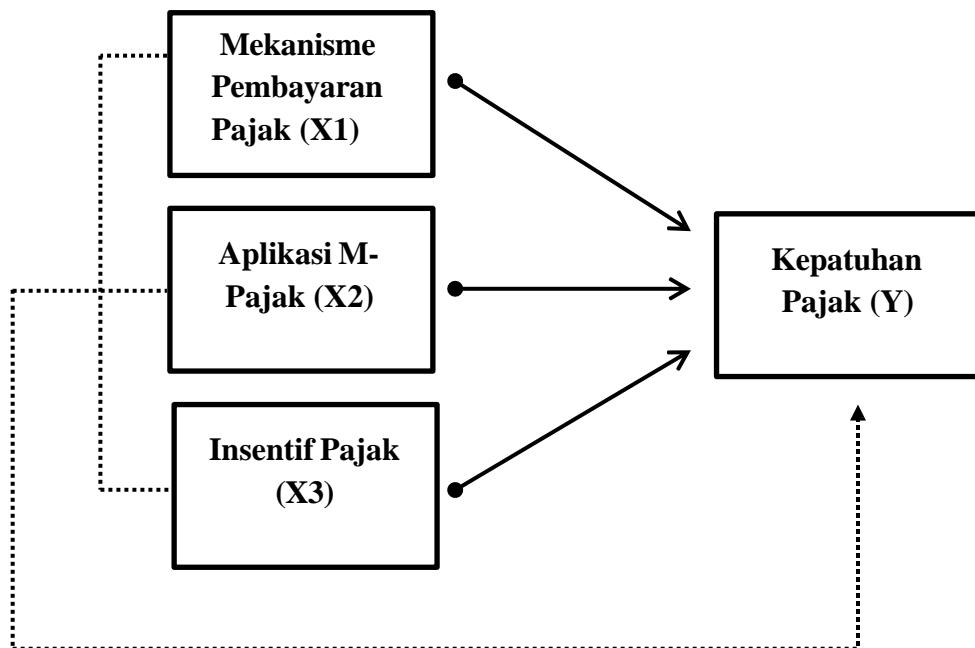
Penelitian ini didasarkan pada Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa perilaku individu dapat diprediksi oleh niat mereka yang dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam konteks pajak, sikap wajib pajak terhadap kepatuhan, pengaruh norma sosial (misalnya, tekanan dari rekan bisnis atau masyarakat), dan persepsi mereka tentang kemudahan atau kesulitan dalam mematuhi kewajiban perpajakan sangat relevan.

Studi menunjukkan bahwa kombinasi dari teknologi, kebijakan insentif, dan mekanisme yang efisien berkontribusi secara signifikan terhadap pengurangan

biaya kepatuhan pajak dan peningkatan kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional. Penerapan aplikasi M-Pajak, pemberian insentif pajak, dan penyederhanaan mekanisme pembayaran pajak adalah langkah-langkah strategis yang dapat meningkatkan kepatuhan pajak UMKM.

2.10. Kerangka Konseptual

Gambar 2.10. 1 Kerangka Konseptual



Keterangan:

- : pengaruh secara parsial ●—————→
- : pengaruh secara simultan →

2.11. Hipotesis Penelitian

Untuk memperjelas pembahasan dalam penelitian ini, maka hipotesis atau dugaan sementara dalam penelitian ini adalah:

- 1) H_{01} : Mekanisme Pembayaran Pajak (X1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepatuhan pajak pelaku UMKM (Y).
 H_{a1} : Mekanisme Pembayaran Pajak (X1) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Pajak UMKM (Y).
- 2) H_{02} : Aplikasi M-Pajak (X2) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Pajak UMKM (Y).
 H_{a2} : Aplikasi M-Pajak (X2) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Pajak UMKM (Y).
- 3) H_{03} : Insentif Pajak (X3) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Pajak UMKM (Y).
 H_{a3} : Insentif Pajak (X3) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepatuhan Pajak UMKM (Y).
- 4) H_{04} : Mekanisme Pembayaran Pajak (X1), Aplikasi M-Pajak (X2) dan Insentif Pajak (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepatuhan Pajak UMKM (Y).
 H_{a4} : Mekanisme Pembayaran Pajak (X1), Aplikasi M-Pajak (X2) dan Insentif Pajak (X3) tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepatuhan Pajak UMKM

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2017). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah berupa penelitian lapangan (data primer). Penelitian termasuk penelitian eksplanasi. Penelitian eksplanasi adalah penelitian yang berusaha menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2017). Melalui penelitian ini, peneliti berusaha menjelaskan variabel-variabel Digital marketing labelisasi halal dan modal usaha terhadap pendapatan umkm.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Basuki dan Prawoto (2017) Data panel merupakan gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dengan data silang (*cross section*). Penelitian ini dilakukan dan difokuskan terhadap digital marketing labelisasi halal dan modal usaha terhadap pendapatan umkm kota sungai penuh. Penelitian ini termasuk dalam kategori pendekatan kuantitatif karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dengan variabel terikat.

Metode penelitian ini sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2020) yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian ini sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2020) yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan

untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Lokasi Penelitian dan Ruang Lingkup Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat, lingkungan atau wilayah yang direncanakan oleh peneliti untuk dijadikan sebagai objek penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data-data diperlukan untuk penelitian. Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu pelaku UMKM di kota sungai penuh

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan penelitian asosiatif. Pendekatan penelitian asosiatif bertujuan untuk menganalisis permasalahan suatu variabel dengan variabel lainnya. Menurut sugiyono (2019) penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel yaitu: Mekanisme Pembayaran pajak (X1); Aplikasi M-Pajak (X2); Insentif Pajak (X3); Kepatuhan Pajak UMKM (Y). Secara operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

Berikut adalah definisi operasional untuk masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

3.3.1. Mekanisme Pembayaran Pajak (X1)

Mekanisme pembayaran pajak merujuk pada prosedur atau tata cara yang harus diikuti oleh wajib pajak untuk melunasi kewajiban perpajakan mereka. Hal

ini mencakup metode pembayaran yang tersedia (online atau offline), kesesuaian prosedur dengan regulasi, serta kemudahan aksesibilitasnya. Studi oleh Dewi dan Ramadhani (2022) menunjukkan bahwa mekanisme pembayaran yang sederhana dan transparan dapat meningkatkan kepatuhan pajak wajib pajak UMKM (Dewi & Ramadhani, 2022).

3.3.2. Aplikasi M-Pajak (X2)

Aplikasi M-Pajak didefinisikan sebagai platform digital yang dikembangkan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk membantu wajib pajak dalam mengakses layanan perpajakan, seperti pelaporan SPT, pembayaran pajak, dan pemantauan kewajiban perpajakan lainnya. Keberadaan aplikasi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan administrasi pajak oleh UMKM. Pengukuran variabel ini dapat dilihat dari tingkat pemahaman, frekuensi penggunaan, dan kemudahan yang dirasakan pengguna. Menurut studi oleh Setiawan et al. (2021), digitalisasi layanan pajak terbukti meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Setiawan et al., 2021).

3.3.3. Insentif Pajak (X3)

Insentif pajak adalah fasilitas atau keringanan yang diberikan oleh pemerintah kepada wajib pajak, khususnya UMKM, untuk meringankan beban pajak mereka dan mendukung keberlangsungan usaha. Variabel ini diukur berdasarkan jenis insentif yang diterima (misalnya, pengurangan tarif pajak, penangguhan pembayaran), tingkat pemanfaatannya, serta dampaknya terhadap pengelolaan keuangan usaha. Sebagaimana dijelaskan oleh Pratama dan Nugroho (2020), insentif pajak mendorong UMKM untuk lebih patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka (Pratama & Nugroho, 2020).

3.3.4. Kepatuhan Pajak UMKM (Y)

Kepatuhan pajak UMKM adalah tingkat ketaatan pelaku usaha kecil dan menengah dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka sesuai dengan peraturan yang berlaku. Variabel ini mencakup aspek pelaporan, pembayaran, dan pemenuhan dokumen pendukung yang sesuai dengan standar otoritas pajak. Menurut penelitian oleh Sari dan Putri (2023), kepatuhan pajak dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal (kesadaran wajib pajak) dan eksternal (dukungan regulasi dan fasilitas) (Sari & Putri, 2023).

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, kumpulan elemen tersebut menunjukkan karakteristik dari keseluruhan populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Sungai Penuh, yang berjumlah sebanyak 7.698 pelaku usaha.

3.4.2. Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel dipilih dari pelaku UMKM yang telah menggunakan aplikasi M-Pajak. Etikan et al. (2020) menyatakan bahwa *purposive sampling* memungkinkan peneliti untuk menjangkau responden yang paling relevan, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih tepat sasaran.

Teknik ini sangat sesuai untuk penelitian yang berfokus pada kelompok tertentu, seperti UMKM yang masuk kategori wajib pajak. Sesuai standar umum dalam penelitian kuantitatif, ukuran sampel minimal yang disarankan adalah 10 kali jumlah variabel, yaitu sebanyak 40 responden (Susanto et al., 2020).

Namun, dalam penelitian ini jumlah pelaku UMKM yang memenuhi kriteria sebagai wajib pajak dan telah menggunakan aplikasi M-Pajak hanya berjumlah 35 pelaku usaha, berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Sungai Penuh (2024). Oleh karena itu, seluruh populasi yang memenuhi kriteria tersebut dijadikan sampel, dan penelitian ini menggunakan pendekatan sampel jenuh, yaitu seluruh anggota populasi digunakan sebagai responden karena jumlahnya terbatas dan mencukupi untuk dianalisis.

Berdasarkan regulasi perpajakan terkini, pelaku UMKM yang memiliki omzet di atas Rp500 juta per tahun dikenakan PPh Final sebesar 0,5%, sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018. Sementara itu, UMKM dengan omzet di bawah batas tersebut dibebaskan dari kewajiban membayar PPh Final, sebagai bagian dari kebijakan insentif pajak untuk usaha mikro..

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Sungai Penuh (2024), jumlah pelaku UMKM di Kota Sungai Penuh dikategorikan sebagai berikut :

Tabel 3.4.1 Jumlah Pelaku UMKM di Kota Sungai Penuh Berdasarkan Status Kewajiban Pajak Tahun 2024

Kategori UMKM	Jumlah Pelaku Usaha	Omset Tahunan
Total UMKM	7.698	
UMKM Mikro	4.000	300 Juta
UMKM Kecil	3.229	300 Juta- 2,5 Miliar
UMKM Menengah	469	2,5 Miliar- 50 Miliar
UMKM Wajib Pajak	35	Kecil

Sumber: Pemerintah Kota Sungai Penuh, Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah. (2024). *Data Jumlah Usaha Mikro 2024*. Sungai Penuh: Dinas Koperasi UKM.

3.5. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data bersifat kuantitatif, sehingga dapat berupa angka atau dapat diukur dari Data kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

3.6. Sumber Data

3.6.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber data oleh penyelidik untuk tujuan tertentu. Untuk penelitian ini yang termasuk data primer yaitu hasil data yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner yang diisi oleh pelaku usaha UMKM Kota Sungai Penuh.

3.6.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung data primer dan dapat diperoleh dari luar objek penelitian. Dalam penelitian ini data sekunder berupa gambaran dan

informasi tentang umkm kota sungai penuh yang diperoleh dari dokumen/arsip dan literatur terkait Aplikasi M-Pajak, Insentif Pajak, Mekanisme Pembayaran Pajak, dan Kepatuhan Wajib Pajak Pelakju UMKM.

Tabel 3.6. 1 Data Pelaku Usaha di Kota Sungai Penuh

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Nama Usaha	Lama Usaha	Omzet Tahunan	Kretiria usaha mikro, kecil, dan
1	Gusnita	Perempuan	> 37 tahun	Kantin Gusnita SMAN 1 Sungai Penuh	> 10 tahun	500–750 juta	Kecil
2	Haidir Fitri	Laki-laki	> 37 tahun	Salon Pangkas Khaidir	> 10 tahun	750 juta – 1 miliar	Kecil
3	Mariawati	Perempuan	> 37 tahun	Toko Phoenix	6–10 tahun	500–750 juta	Kecil
4	Hendra Tjajadi	Laki-laki	> 37 tahun	Toko Sinar Damai	6–10 tahun	750 juta – 1 miliar	Kecil
5	Yova Susyanti	Perempuan	> 37 tahun	Menjahit	> 10 tahun	> 1 miliar	Kecil
6	Eti Mursida	Perempuan	> 37 tahun	Kedai Arifa	> 10 tahun	750 juta – 1 miliar	Kecil
7	Yenti Aswati	Perempuan	> 37 tahun	Kedai Angel	6–10 tahun	500–750 juta	Kecil
8	Ermawati	Perempuan	> 37 tahun	Kedai Sembako	> 10 tahun	> 1 miliar	Kecil
9	Harmaini Jais	Perempuan	> 37 tahun	RM Sari Manggis	> 10 tahun	500–750 juta	Kecil
10	Hosen	Laki-laki	> 37 tahun	PT Natraco	> 10 tahun	> 2 miliar	Kecil
11	Arni	Perempuan	> 37 tahun	RM Arni	6–10 tahun	500–750 juta	Kecil
12	Ramses	Laki-laki	32–37 tahun	CV. Po. Kerinci Permata	3–6 tahun	750 juta – 1 miliar	Kecil
13	Edwar	Laki-laki	32–37 tahun	Incem Jus	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil

14	Fransisco	Laki-laki	26–31 tahun	Benhur Motor	1–3 tahun	> 1 miliar	Kecil
15	Murja	Perempuan	> 37 tahun	Danau Kaco	> 10 tahun	750 juta – 1 miliar	Kecil
16	H. Nasrul Madin	Laki-laki	> 37 tahun	Hotel Mahkota	> 10 tahun	> 1 miliar	Kecil
17	Andri	Laki-laki	> 37 tahun	-Erni- Mini Market	> 10 tahun	> 2 miliar	Kecil
18	As	Laki-laki	> 37 tahun	Toko Meta	> 10 tahun	> 2 miliar	Kecil
19	Dedi	Laki-laki	32–37 tahun	Pondok Belanja Shabil	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil
20	Doni Wamil Iswara	Laki-laki	26–31 tahun	Toko Doni	1–3 tahun	500–750 juta	Kecil
21	Edward	Laki-laki	20–25 tahun	Muthia Cell	< 1 tahun	500–750 juta	Kecil
22	Er	Laki-laki	26–31 tahun	Toko -Er-	3–6 tahun	> 1 miliar	Kecil
23	Evi Warman	Laki-laki	> 37 tahun	Permai Tani	> 10 tahun	> 1 miliar	Kecil
24	Fadli	Laki-laki	> 37 tahun	Toko Bangunan Kurnia Makmur	> 10 tahun	> 2 miliar	Kecil
25	Gunawan	Laki-laki	> 37 tahun	Toko Bangunan Sinar Harapan	6–10 tahun	> 1 miliar	Kecil
26	Herman	Laki-laki	> 37 tahun	Toko Bangunan Family Baru	6–10 tahun	500–750 juta	Kecil
27	M Rafi	Laki-laki	26–31 tahun	Fasipik Motor	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil
28	Son	Laki-laki	32–37 tahun	Toko Aris Bangunan	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil
29	Tole S. Adiwarsa	Laki-laki	> 37 tahun	Toko Buku Berkah	6–10 tahun	> 2 miliar	Kecil

30	Yulhendri	Laki-laki	32–37 tahun	Tunas Baru Kaca I	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil
31	Darmilus	Laki-laki	32–37 tahun	Bengkel Motor	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil
32	Wernita	Perempuan	> 37 tahun	Toko Rahmatullah	> 10 tahun	500–750 juta	Kecil
33	Untung Susanto	Laki-laki	32–37 tahun	Dita Perabot	3–6 tahun	> 1 miliar	Kecil
34	Hanny	Perempuan	32–37 tahun	Jual Pakaian	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil
35	Anna	Perempuan	20–25 tahun	Catering Ana	1–3 tahun	750 juta – 1 miliar	Kecil

Sumber: Pemerintah Kota Sungai Penuh, Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah.

(2024). *Data Jumlah Usaha Mikro 2024*. Sungai Penuh: Dinas Koperasi UKM.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017). Kuesioner ini diberikan kepada pelaku pendapatan UMKM yang ada di Kota sungai penuh peneliti berusaha memberikan penjelasan kepada responden sebelum mengisi kuesioner yang akan disebar. Serta peneliti menunggu hasil jawaban yang diberikan kepada responden sampai selesai.

Tabel 3.7. 1 Indikator dan Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1	Mekanisme Pembayaran Pajak (X1)	Prosedur atau tata cara yang harus diikuti oleh wajib pajak untuk melunasi kewajiban perpajakan mereka, baik secara manual maupun digital.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan prosedur dan efisiensi 2. Ketersediaan dan kejelasan informasi 3. Fleksibilitas dan kesesuaian metode pembayaran 4. Pengurangan kesalahan administrasi dan bantuan teknis 5. Kepuasan terhadap sistem pembayaran 	Rumawir, P., & Rahardjo, A. (2020)
2	Aplikasi M-Pajak (X2)	Aplikasi M-Pajak adalah layanan digital perpajakan berbasis mobile untuk pelaporan dan pembayaran pajak secara efisien dan real-time.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi penggunaan aplikasi 2. Kemudahan dalam memahami dan mengoperasikan aplikasi 3. Efektivitas fitur aplikasi dalam mendukung pelaporan dan pembayaran pajak 4. Ketersediaan informasi yang akurat dan terkini 5. Kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi M-Pajak 	Purnami et al. (2018); Wicaksono & Setiawan (2020)
3	Insentif Pajak (X3)	Insentif pajak adalah fasilitas yang diberikan oleh pemerintah untuk meringankan beban pajak dan mendorong kepatuhan wajib pajak UMKM.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan akses terhadap informasi insentif pajak 2. Pemahaman terhadap manfaat insentif pajak 3. Pengaruh insentif terhadap pengurangan beban pajak 4. Peningkatan 	Susanti et al. (2021); Harahap & Sudaryanto (2023)

			motivasi untuk patuh pajak 5. Kepuasan atas kebijakan insentif pajak	
4	Kepatuhan Pajak UMKM (Y)	Tingkat ketaatan pelaku UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakan, baik dari segi pelaporan, pembayaran, maupun kepatuhan administratif lainnya.	1. Ketepatan waktu pelaporan 2. Kelengkapan dokumen pelaporan 3. Kesesuaian jumlah pajak yang dibayar 4. Konsistensi dalam pelaporan pajak 5. Kepuasan terhadap pelayanan perpajakan	Sari & Putri (2023)

Tabel 3.7. 2 Kuesioner Penelitian

No	Variabel	Pertanyaan Kuesioner
1	Mekanisme Pembayaran Pajak (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prosedur pembayaran pajak saat ini sudah sederhana dan mudah dipahami. 2. Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pembayaran pajak cukup efisien. 3. Panduan dan informasi mengenai pembayaran pajak tersedia dengan jelas. 4. Metode pembayaran pajak yang tersedia fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan usaha. 5. Saya merasa mekanisme pembayaran pajak saat ini mengurangi kesalahan administrasi. 6. Saya mendapatkan dukungan teknis atau bantuan dari pihak berwenang jika terjadi kendala dalam pembayaran pajak. 7. Saya puas dengan sistem pembayaran pajak yang tersedia saat ini.
2	Aplikasi M-Pajak (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikasi M-Pajak mempermudah pelaporan dan pembayaran pajak.

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Aplikasi M-Pajak memiliki fitur yang lengkap untuk kebutuhan perpajakan UMKM. 3. Penggunaan aplikasi M-Pajak membantu saya lebih memahami kewajiban pajak. 4. Saya merasa aman dalam menggunakan aplikasi M-Pajak untuk pembayaran pajak. 5. Saya merasa waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan aplikasi M-Pajak lebih efisien dibandingkan metode lainnya. 6. Saya puas dengan penggunaan aplikasi M-Pajak dibandingkan metode manual. 7. Saya dapat dengan mudah mengakses layanan bantuan atau customer service dalam aplikasi M-Pajak. 8. Aplikasi M-Pajak memiliki antarmuka yang user-friendly dan mudah digunakan oleh wajib pajak.
3	Insentif Pajak (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Insentif pajak yang diberikan pemerintah mendukung keberlanjutan usaha saya. 2. Saya lebih termotivasi untuk membayar pajak karena adanya insentif pajak. 3. Insentif pajak dirasa adil dan sesuai dengan kebutuhan UMKM. 4. Insentif pajak membantu mengurangi beban keuangan usaha saya. 5. Saya merasa insentif pajak dapat meningkatkan daya saing usaha saya. 6. Saya merasa proses dan kriteria dalam mendapatkan insentif pajak transparan. 7. Saya puas dengan kebijakan insentif pajak yang diterapkan pemerintah.
4	Kepatuhan Pajak (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya selalu melaporkan pajak tepat waktu sesuai dengan peraturan yang berlaku. 2. Saya membayar pajak sesuai dengan jumlah yang seharusnya. 3. Saya merasa kepatuhan pajak membawa dampak positif bagi usaha saya.

	<p>4. Saya memahami seluruh kewajiban perpajakan yang harus saya penuhi sebagai pelaku UMKM.</p> <p>5. Saya merasa bahwa kepatuhan pajak merupakan bagian penting dari kontribusi terhadap pembangunan.</p> <p>6. Saya tidak mengalami kesulitan dalam menyiapkan dokumen-dokumen pajak yang diperlukan.</p> <p>7. Saya percaya terhadap sistem perpajakan yang diterapkan oleh pemerintah.</p> <p>8. Saya jarang mengalami keterlambatan dalam pelaporan atau pembayaran pajak.</p>
--	--

catatan: kuesioner lengkap dapat dilihat pada lampiran penelitian.

Tabel 3.7. 3 Daftar Skor Item Kuesioner

Item	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sugiyono, 2017)

3.8. Uji Instrument Penelitian

3.8.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuesioner tersebut sah atau tidak. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Perhitungan ini dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS 26 (*Statistical Package for*

Social Science). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan gugur perlu dikonsultasikan dengan tabel product moment. Kriteria penilaian uji validitas adalah :

Jika r hitung $>$ r tabel (pada taraf kepercayaan $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Pengujian realibilitas merupakan proses pengujian yang dirancang untuk mengukur kuisisioner sebagai variabel atau indikator struktural. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuisisioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun untuk mengetahui apakah kuisisioner tersebut reliabel, dengan begitu dilakukan uji realibilitas . Kuisisioner dikatakan reliabel jika hasil koefisiennya lebih besar dari taraf signifikan 0,6. (Sugiyono, 2019).

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari kewaktu. Untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0.60.103 (Sujerweni, 2014).

jika r hitung $<$ r tabel (pada taraf kepercayaan $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan item kuisisioner tersebut tidak valid.

3.9. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi didapat merupakan model yang baik atau tidak. Jika model yang baik, hasil analisis regresi layak dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengetahuan.

3.9.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021) Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel residual berdistribusi secara normal dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik mempunyai variabel residual yang berdistribusi secara normal . Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji One Kolmogorov-Smimov dengan pendekatan Monte Carlo. Menurut Ghozali (2021) hipotesis uji normalitas One Kolmogorov-Smimov, sebagai berikut:

H₀: Data residual berdistribusi secara normal

H_a: Data residual berdistribusi secara tidak normal

Dasar pengambilan keputusan atas uji normalitas sebagai berikut:

- 1) Jika Sig. (2-tailed) < 0,05 maka H₀ ditolak, artinya variabel residual berdistribusi secara tidak normal.
- 2) Jika Sig. (2-tailed) > 0,05 maka H₀ diterima, artinya variabel residual berdistribusi secara normal.

3.9.2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap berarti terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik jika terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Kebanyakan data *cross*

section mengandung heteroskedastisitas karena terdapat data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Hipotesis:

H₀ : Terdapat Heteroskedastisitas

H_a : Tidak terdapat Heteroskedastisitas

Kriteria pengambilan keputusan:

- 3) Jika c^2 hitung $< c^2$ tabel maka tidak terdapat heteroskedastisitas , artinya H₀ ditolak.
- 4) Jika c^2 hitung $> c^2$ tabel maka terdapat heteroskedastisitas , artinya H₀ diterima.

3.9.3. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021) uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik tidak mempunyai korelasi antara variabel independen. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas sebagai berikut:

- 5) Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) ≥ 10 , artinya terjadi multikolinearitas.
- 6) Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 , artinya tidak terjadi multikolinearitas.

3.10. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis data kuantitatif. (Sugiyono, 2017) Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian

berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi. (Sugiyono, 2017)

3.10.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali (2021) analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap suatu variabel dependen. Hasil dari analisis regresi linear berganda akan menguji pengaruh penerapan aplikasi M-Pajak, insentif pajak, dan mekanisme pembayaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Secara umum, bentuk persamaan garis regresinya adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepatuhan Wajib Pajak Umkm

A = Konstanta

β = Koefisien regresi

X1 = Mekanisme Pembayaran Pajak

X2 = Aplikasi M-Pajak

X3 = Insentif Pajak

e = Variabel pengganggu (Residual) atau *standart error*.

3.10.2. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2021) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah

penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi yang dalam hal ini adalah korelasi digital marketing labelisasi halal dan modal usaha terhadap pendapatan umkm kota sungai penuh. dengan menggunakan perhitungan statistik. Ada dua jenis koefisien regresi yang dapat dilakukan yaitu dengan uji t dan uji F.

1) Uji Secara Parsial (Uji T) terikat (Y)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui secara individu (parsial) variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian individual ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2021). Untuk menguji signifikan hubungan, digunakan rumus uji statistic t, yaitu:

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

keterangan :

t = nilai t hitung

r = koefisien korelasi

n = banyaknya pasangan rank

1) Cara pengujian hipotesis uji t :

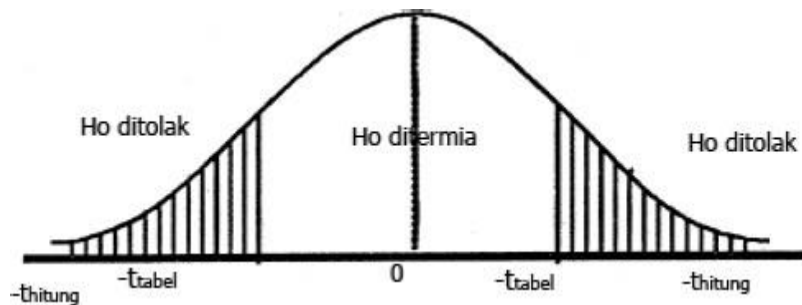
- a. $H_0 = \rho = 0$ (ada pengaruh signifikan variabel bebas dengan variabel terikat).

b. $H_1 = \rho \neq 1$ (tidak ada pengaruh signifikan variabel bebas dengan variabel terikat)

2) Kriteria penarikan kesimpulan “secara manual” adalah sebagai berikut:

a. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, menunjukkan ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

b. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terika



Gambar 3.10. 1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t

2) **Uji simultan F**

Uji statistik F adalah uji F koefisien regresi secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Menurut Sugiyono (2021:257), pengujian hipotesis dapat digunakan dengan rumus signifikan korelasi ganda sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

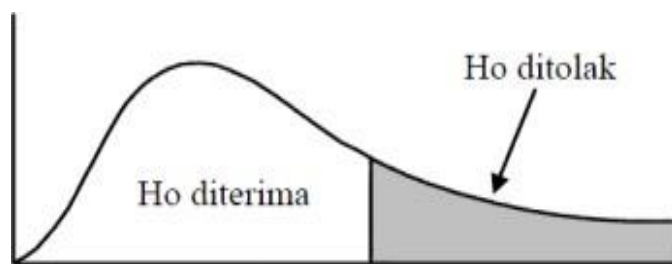
Adapun tahapan-tahapannya sebagai berikut :

1) Bentuk Pengujian

- a. $H_0 = \beta = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- b. $H_0 = \beta \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

2) Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai $F_{hitung} \geq F_{table}$, tolak H_0 sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{table}$, terima H_0 sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.



Gambar 3.10. 2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F

3) Uji koefisien Determinasi (R-Square)

Menurut Ghozali (2018) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Analisis

koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui keterkaitan hubungan antara dua variabel atau lebih variabel. Penggunaan koefisien Determinasi berikut memiliki kelemahan, yaitu terdapat adanya suatu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Agar terhindar dari bias tersebut, maka digunakan Adjusted R square, dimana nilai Adjusted R Square mampu naik ataupun turun apabila terjadi penambahan satu variabel independen.

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar model dalam menjelaskan variabel terikat. Menurut Ghozali (2018) analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu antara nol dan satu. Nilai $R^2 = 0$ berarti variabel independen tidak memiliki kemampuan dalam menjelaskan variasi variabel dependen dan nilai $R^2 = 1$ berarti variabel independen memiliki kemampuan dalam menjelaskan variasi variabel dependen dan nilai $R^2 = 1$ berarti variabel independen memiliki kemampuan dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa koefisien determinasi diperoleh dari koefisien korelasi pangkat 2 sebagai berikut:

$$D = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

D = Determinasi

R = nilai korelasi berganda

100 % = persentase kontribusi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui survei dengan menyebarkan kuesioner pada pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di Kota Sungai Penuh. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang telah dikembangkan oleh peneliti sebelumnya. Total item pernyataan dalam kuesioner sebanyak 30 item, yang terdiri dari 7 item mengenai mekanisme pembayaran pajak, 7 item mengenai aplikasi M-Pajak, 8 item mengenai insentif pajak dan 8 item mengenai kepatuhan pajak. Kuesioner yang disebarkan sebanyak 35 kuesioner kepada pelaku usaha UMKM di Kota Sungai Penuh yang memiliki kriteria memiliki omzet penjualan per tahun diatas 500 juta rupiah.

Gambaran umum responden dalam penelitian ini sebagai berikut :

4.1.1. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 35 orang yang merupakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Sungai Penuh. Responden berasal dari berbagai bidang usaha, dengan mayoritas bergerak di sektor perdagangan dan jasa. Data yang dikumpulkan berasal dari usaha dengan omzet tahunan mulai dari Rp 500 juta hingga lebih dari Rp 2 miliar per tahun.

Sebagian besar responden memiliki pemahaman yang cukup tentang perpajakan, tetapi masih menghadapi kendala dalam administrasi pembayaran dan pemanfaatan insentif pajak. Digitalisasi melalui aplikasi M-Pajak mulai diterima, namun tingkat adopsinya masih bervariasi.

Tabel 4 . 1 Deskripsi Responden

Karakteristik	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	16	45,71%
Perempuan	19	54,29%
Usia		
20–25 tahun	2	5,71%
26–31 tahun	5	14,29%
32–37 tahun	9	25,71%
Di atas 37 tahun	19	54,29%
Lama Usaha		
< 1 tahun	2	5,71%
1–3 tahun	5	14,29%
3–6 tahun	8	22,86%
6–10 tahun	9	25,71%
Di atas 10 tahun	11	31,43%
Omzet Tahunan		
500–750 juta	8	22,86%
750 juta – 1 miliar	8	22,86%
1–2 miliar	10	28,57%
> 2 miliar	9	25,71%
Total	35	100%

Sumber : Data Sekunder yang Diolah (2024)

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 19 orang atau 54,29%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 16 orang atau 45,71%. Hal ini menunjukkan bahwa sektor UMKM di Kota Sungai Penuh cukup banyak digeluti oleh perempuan, yang menunjukkan adanya partisipasi aktif perempuan dalam dunia kewirausahaan lokal.

Dari segi usia, sebagian besar responden berada dalam rentang usia di atas 37 tahun sebanyak 19 orang atau 54,29%, diikuti oleh kelompok usia 32–37 tahun sebanyak 9 orang atau 25,71%. Kemudian, terdapat 5 orang atau 14,29% yang berusia 26–31 tahun, serta 2 responden atau 5,71% berada pada rentang usia 20–25

tahun. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM berada pada usia matang dan produktif.

Dalam kategori lama menjalankan usaha, mayoritas responden telah menjalankan usahanya selama lebih dari 10 tahun sebanyak 11 orang atau 31,43%, kemudian diikuti oleh kelompok usaha yang telah berjalan selama 6–10 tahun sebanyak 9 orang atau 25,71%. Responden dengan lama usaha 3–6 tahun berjumlah 8 orang (22,86%), sedangkan 5 orang (14,29%) telah menjalankan usahanya selama 1–3 tahun. Sementara itu, hanya 2 orang atau 5,71% yang baru memulai usaha dalam kurun waktu kurang dari 1 tahun. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kota Sungai Penuh telah memiliki pengalaman usaha yang cukup lama.

Berdasarkan kategori omzet tahunan, sebanyak 10 responden atau 28,57% memiliki omzet dalam kisaran 1–2 miliar rupiah, dan 9 orang atau 25,71% berada pada kategori omzet lebih dari 2 miliar rupiah per tahun. Sementara itu, masing-masing sebanyak 8 responden (22,86%) berada pada kategori omzet 500–750 juta rupiah dan 750 juta hingga 1 miliar rupiah. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kota Sungai Penuh berada pada kategori usaha menengah, dengan beberapa di antaranya telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dari sisi pendapatan.

Secara keseluruhan, data dalam Tabel 4.1 memberikan gambaran bahwa pelaku UMKM di Kota Sungai Penuh didominasi oleh perempuan yang berada pada usia produktif dan berpengalaman dalam menjalankan usaha. Mereka umumnya memiliki omzet yang cukup besar, yang menunjukkan bahwa sektor UMKM di wilayah ini memiliki potensi ekonomi yang besar dan perlu didukung agar terus berkembang.

4.2. Metode Analisis Kuantitatif

4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini benar-benar dapat mengukur apa yang ingin diukur, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat dan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Cara pengujian validitas instrumen dilakukan dengan analisis korelasi, menggunakan metode korelasi Product Moment yang mengkorelasikan skor item butir dengan total skor pertanyaan.

Uji validitas ini menggunakan bantuan SPSS 26. Penyimpulan valid atau tidaknya suatu item dilakukan dengan membandingkan r-hitung dengan r-tabel pada taraf signifikansi 5%. Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ (0.413), maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak dinyatakan valid. Adapun hasil pengujian validitas dapat dinyatakan pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4 . 2 Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Item	N	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Mekanisme Pembayaran Pajak (X1)	1	35	0,565	0,334	VALID
	2	35	0,6	0,334	VALID
	3	35	0,669	0,334	VALID
	4	35	0,528	0,334	VALID
	5	35	0,473	0,334	VALID
	6	35	0,560	0,334	VALID
	7	35	0,394	0,334	VALID
Aplikasi M-Pajak (X2)	1	35	0,526	0,334	VALID
	2	35	0,643	0,334	VALID
	3	35	0,386	0,334	VALID

	4	35	0,564	0,334	VALID
	5	35	0,379	0,334	VALID
	6	35	0,649	0,334	VALID
	7	35	0,619	0,334	VALID
	8	35	0,339		
Insentif Pajak (X3)	1	35	0,505	0,334	VALID
	2	35	0,457	0,334	VALID
	3	35	0,585	0,334	VALID
	4	35	0,629	0,334	VALID
	5	35	0,593	0,334	VALID
	6	35	0, 519	0,334	VALID
	7	35	0,527	0,334	VALID
Kepatuhan Pajak (Y)	1	35	0,499	0,334	VALID
	2	35	0,544	0,334	VALID
	3	35	0,578	0,334	VALID
	4	35	0,642	0,334	VALID
	5	35	0,461	0,334	VALID
	6	35	0,576	0,334	VALID
	7	35	0,440	0,334	VALID
	8	35	0,481	0,334	VALID

Sumber : Data Primer yang diolah 2025 pada lampiran penelitian

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur mekanisme pembayaran pajak, aplikasi M-Pajak, insentif pajak, dan kepatuhan pajak yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Hal ini berarti bahwa semua indikator dan pernyataan pada setiap variabel dalam penelitian ini dikatakan valid, sehingga layak digunakan sebagai pengumpul data dan dapat dianalisis selanjutnya

4.2.2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang sudah valid. Uji reliabilitas kuesioner dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrumen kuesioner

dapat memberikan ukuran yang konstan atau tidak. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Pengujiannya dapat dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan analisis konsistensi butir-butir yang ada. Perhitungan uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach. Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6. Uji reliabilitas dimulai dengan uji validitas terlebih dahulu, jika sebuah butir item tidak valid, maka secara otomatis tidak dapat dilakukan uji reliabilitas, sedangkan jika butir item valid, maka secara bersama dilakukan pengujian reliabilitas. Pengujian reliabilitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4 . 3 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Mekanisme Pembayaran Pajak	0,605	Reliebel
Aplikasi M-Pajak	0,610	Reliebel
Intensif Pajak	0,608	Reliebel
Kepatuhan Pajak	0,626	Reliebel

Sumber : Data primer yang diolah, 2025 pada lampiran penelitian

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa pada pengujian ini dilakukan secara variabel bukan secara item. Pertanyaan pada setiap variabel dapat dilihat hasilnya adalah nilai cronbah's alpha lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel.

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk melihat data yang digunakan mengalami penyimpangan asumsi klasik atau tidak. Pada uji asumsi yang dilakukan terdapat 3

uji yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil dari 3 uji yang digunakan adalah:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Metode uji normalitas yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah kolmogorov-Sminov (KS)

Tabel 4 . 4 Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	Y
N		35	35	35	35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	32.3714	33.7714	30.9143	32.6000
	Std. Deviation	1.80009	3.07825	2.17433	3.41450
Most Extreme Differences	Absolute	.125	.141	.116	.141
	Positive	.125	.092	.113	.141
	Negative	-.103	-.141	-.116	-.130
Test Statistic		.125	.141	.116	.141
Asymp. Sig. (2-tailed)		.187 ^c	.077 ^c	.200 ^{c,d}	.075 ^e

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data primer diolah, 2025 pada lampiran penelitian

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada signifikansi Kolmogorov-smirnov > 0,05, maka model regresi dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

4.2.4. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mengetahui adanya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Faktor (VIF).

Tabel 4 . 5 Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Mekanisme Pembayaran Pajak	0,952	1,050	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Aplikasi M-Pajak	0,915	1,093	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Insentif Pajak	0,958	1,044	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data primer yang diolah, 2025 pada lampiran penelitian

Berdasarkan Hasil Tabel 4.9 menunjukkan baik mekanisme pembayaran pajak, aplikasi M-Pajak, dan Insentif Pajak memiliki nilai *tolerance* kurang dari 1 dan VIF memiliki nilai kurang dari 10 maka dapat dikatakan data tidak mengalami multikolinieritas.

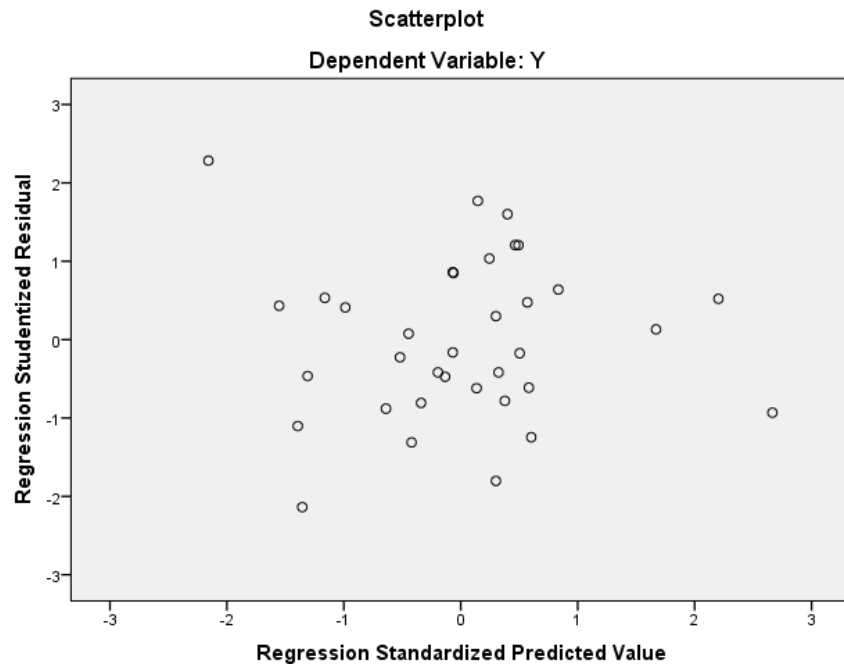
4.2.5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2012). Dengan dasar analisis sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian 64 menyempit) maka mengindikasikan bahwa penelitian tersebut telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka penelitian tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas, maka dapat dilihat lebih jelasnya seperti pada gambar berikut:

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas, maka dapat dilihat lebih jelasnya seperti pada gambar berikut:

Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer yang diolah, 2025 pada lampiran penelitian

Dari scatterplot diatas dapat terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini. Sehingga model regresi layak digunakan dalam melakukan pengujian.

4.2.6. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya variabel independen yaitu mekanisme pembayaran pajak, aplikasi M-Pajak, insentif pajak terhadap variabel dependen kepatuhan pajak. Pengolahan data dengan program SPSS 26 memberikan hasil sebagai berikut :

Tabel 4 . 6 Hasil Koefisien Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.650	12.181		-.053	.958
X1	.180	.296	.095	.608	.548
X2	.420	.176	.378	2.378	.024
X3	.429	.244	.273	1.757	.089

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel regresi di atas, persamaan regresi linear yang mencerminkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah:

$$Y = -0.650 + 0.180X_1 + 0.420X_2 + 0.429X_3$$

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat dijelaskan bahwa:

1. Konstanta (-0.650)

- Jika semua variabel independen (Mekanisme Pembayaran Pajak, Insentif Pajak, dan Aplikasi M-Pajak) bernilai nol, maka nilai variabel dependen (Kepatuhan Pajak) diprediksi sebesar -0.650.
- Namun, nilai Sig = 0.958 (> 0.05) menunjukkan bahwa konstanta ini tidak signifikan secara statistik, sehingga ada kemungkinan faktor lain di luar model yang memengaruhi variabel dependen.

2. Pengaruh Mekanisme Pembayaran Pajak ($X_1 = 0.180$)

- Setiap peningkatan satu satuan dalam Mekanisme Pembayaran Pajak akan meningkatkan Kepatuhan Pajak sebesar 0.180, dengan asumsi variabel lain tetap.
- Namun, nilai Sig = 0.548 (> 0.05) menunjukkan bahwa pengaruhnya tidak signifikan terhadap variabel dependen dalam model ini.

3. Pengaruh Aplikasi M-Pajak ($X_2 = 0.420$)

- Setiap peningkatan satu satuan dalam Aplikasi M-Pajak akan meningkatkan Kepatuhan Pajak sebesar 0.420, dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai Sig = 0.024 (< 0.05) menunjukkan bahwa pengaruhnya signifikan terhadap variabel dependen.

4. Pengaruh Insentif Pajak ($X_2 = 0.429$)

- Setiap peningkatan satu satuan dalam Insentif Pajak akan meningkatkan Kepatuhan Pajak sebesar 0.429, dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai Sig = 0.089 (> 0.05) menunjukkan bahwa pengaruhnya mendekati signifikan tetapi masih di atas batas 0.05.

4.2.7. Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen. Hasil output dari SPSS sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.650	12.181		-.053	.958
X1	.180	.296	.095	.608	.548
X2	.420	.176	.378	2.378	.024
X3	.429	.244	.273	1.757	.089

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh mekanisme pembayaran pajak terhadap kepatuhan pajak. Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai t hitung sebesar 0.608 dengan nilai signifikansi sebesar 0.548. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa mekanisme pembayaran pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak. Dengan kata lain, meskipun mekanisme pembayaran pajak diperbaiki atau dipermudah, hal tersebut belum tentu meningkatkan kepatuhan pajak wajib pajak.

2. Pengujian Hipotesis 2

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh aplikasi M-Pajak terhadap kepatuhan pajak. Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai t hitung sebesar 2.378 dengan nilai signifikansi sebesar 0.024. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa aplikasi M-Pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak. Dengan kata lain, penggunaan aplikasi M-Pajak dapat meningkatkan kepatuhan pajak wajib pajak, karena mempermudah proses pembayaran pajak.

3. Pengujian Hipotesis 3

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan pajak. Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai t hitung sebesar 1.757 dengan nilai signifikansi sebesar 0.089. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa insentif pajak tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak. Dengan kata lain, pemberian insentif pajak belum tentu mendorong wajib pajak untuk lebih patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

2. Uji Statistik F

Uji statistik F ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersamaan (simultan) terhadap variabel kepemimpinan, lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan. Adapun hasil pengujian statistik F dari SPSS dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 4 . 8 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	112.056	3	37.352	4.072	.015 ^b
	Residual	284.344	31	9.172		
	Total	396.400	34			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Data primer yang diolah 2025

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel ANOVA yang telah diberikan, diperoleh nilai F hitung sebesar 4.072 dengan nilai signifikansi sebesar 0.015.

Karena nilai signifikansi 0.015 lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Mekanisme Pembayaran Pajak, Aplikasi M-Pajak, dan Insentif Pajak secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Pajak. Dengan kata lain, meskipun secara parsial (uji t) tidak semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak, hasil uji simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan pajak secara keseluruhan.

3. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengolahan data dengan program SPSS, memberikan hasil sebagai berikut :

Tabel 4 . 9 Hasil Uji Koefisien Deterimnasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.532 ^a	.283	.213	3.02859

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Nilai Adj R Square sebesar 0,283 atau 28,1%. Nilai Koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel Mekanisme Pembayaran Pajak (X1), Aplikasi M-Pajak (X2), dan Insentif Pajak (X3) mampu menjelaskan variabel Kepatuhan Pajak (Y) Sebesar 28,1% sedangkan sisanya yaitu 78,1% dijelaskan oleh variabel lain

4.3.Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat tiga variabel bebas yaitu Mekanisme Pembayaran Pajak (X1), Aplikasi M-Pajak (X2), Intensif Pajak (X3) terhadap Kepatuhan Pajak (Y) pelaku usaha usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Sungai Penuh, dengan hasilnya sebagai berikut :

4.4.1. Pengaruh Mekanisme Pembayaran Pajak terhadap kepatuhan pajak pelaku Usaha Mikro di Kota Sungai Penuh.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang ditunjukkan pada Tabel 4.10 dan 4.11, diketahui bahwa mekanisme pembayaran pajak (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,180 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,548. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka secara parsial mekanisme

pembayaran pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak (Y) pelaku usaha mikro di Kota Sungai Penuh.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun pemerintah telah menyediakan berbagai kemudahan dalam sistem pembayaran pajak, seperti layanan online melalui e-billing dan aplikasi M-Pajak, hal tersebut belum mampu memberikan dampak nyata terhadap kepatuhan pajak pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha mikro yang masih enggan atau belum terbiasa menggunakan metode digital, serta terdapat kendala infrastruktur seperti keterbatasan jaringan internet di beberapa wilayah.

Temuan ini bertentangan dengan hasil penelitian Purnami et al. (2018) yang menyatakan bahwa penyederhanaan administrasi perpajakan melalui modernisasi sistem, termasuk mekanisme pembayaran digital, mampu meningkatkan efisiensi dan pada akhirnya meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Selain itu, studi oleh Adam et al. (2020) juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mendapatkan panduan dan edukasi langsung mengenai mekanisme pembayaran digital menunjukkan peningkatan signifikan dalam kepatuhan.

Namun, dalam konteks Kota Sungai Penuh, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kemudahan prosedur saja tidak cukup. Seperti yang dikemukakan oleh Suljani & Wahjudi (2015), diperlukan pendekatan yang lebih menyeluruh, termasuk peningkatan literasi pajak dan pelatihan penggunaan sistem digital agar kemudahan mekanisme benar-benar dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM

4.4.2. Pengaruh penerapan aplikasi M-Pajak terhadap kepatuhan pajak pelaku Usaha Mikro di Kota Sungai Penuh

Hasil penelitian pada Tabel 4.10 dan 4.11 menunjukkan bahwa aplikasi M-Pajak (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak, dengan koefisien regresi sebesar 0,420 dan nilai signifikansi sebesar 0,024. Karena nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa aplikasi M-Pajak secara signifikan memengaruhi tingkat kepatuhan pelaku usaha mikro di Kota Sungai Penuh.

Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi pemahaman dan pemanfaatan aplikasi M-Pajak oleh pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk taat terhadap kewajiban perpajakan. Aplikasi ini dinilai mempermudah proses pelaporan, pembayaran, serta pengecekan informasi perpajakan, sehingga menurunkan hambatan administratif.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Wicaksono dan Ramadhani (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi berbasis digital dapat meningkatkan kepatuhan hingga 30%. Begitu pula dengan studi oleh Purnami et al. (2018) dan Sari & Nugroho (2020) yang mengungkapkan bahwa digitalisasi administrasi pajak seperti e-filing, e-billing, dan aplikasi mobile mampu memangkas waktu dan biaya kepatuhan.

Namun demikian, perlu diperhatikan bahwa penerapan aplikasi ini tetap menghadapi kendala di lapangan. Harahap & Sudaryanto (2023) menyebutkan bahwa di beberapa daerah, rendahnya literasi digital menjadi penghambat utama. Beberapa pelaku usaha mikro masih mengalami kebingungan dalam menggunakan aplikasi dan lebih memilih pelayanan manual. Dengan demikian, keberhasilan M-

Pajak juga sangat tergantung pada intensitas sosialisasi dan pelatihan penggunaannya.

4.4.3. Pengaruh Insentif Pajak pembayaran pajak terhadap kepatuhan pajak pelaku UMKM di Kota Sungai Penuh

Dari hasil uji regresi (Tabel 4.10 dan 4.11), insentif pajak (X3) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,275 dengan nilai signifikansi 0,089. Karena nilai signifikansi $> 0,05$, maka secara parsial insentif pajak tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak pelaku usaha mikro di Kota Sungai Penuh.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun pemerintah telah memberikan insentif pajak seperti penurunan tarif PPh final dan kemudahan pelaporan, pelaku UMKM belum sepenuhnya terinformasi atau termotivasi oleh insentif tersebut untuk lebih taat dalam membayar pajak. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami mekanisme dan manfaat insentif secara langsung.

Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Putri & Wahyuni (2020) dan Yusof et al. (2021) yang menunjukkan bahwa pemberian insentif berupa pengurangan tarif mampu meningkatkan kepatuhan UMKM secara signifikan. Di Malaysia, pengurangan tarif 5% meningkatkan kepatuhan hingga 15% dalam dua tahun. Demikian pula, Fajri et al. (2018) menekankan bahwa sosialisasi intensif terhadap kebijakan insentif sangat memengaruhi efektivitasnya dalam mendorong kepatuhan pajak.

Adapun dalam konteks lokal di Sungai Penuh, ketidakefektifan insentif ini diduga akibat dari keterbatasan sosialisasi dan rendahnya kesadaran pelaku UMKM mengenai keberadaan dan manfaat dari insentif. Hal ini sejalan dengan pendapat

Sutrisno & Pratiwi (2019) bahwa insentif pajak tidak akan efektif jika tidak disertai dengan edukasi yang memadai dan penyederhanaan akses untuk memperoleh insentif tersebut.

4.4.4. Pengaruh Simultan X1, X2, dan X3 terhadap Kepatuhan Pajak (Y)

Berdasarkan hasil pengujian statistik F yang ditampilkan pada Tabel 4.12, diperoleh nilai F hitung sebesar 4.072 dengan nilai signifikansi sebesar 0.015. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Mekanisme Pembayaran Pajak (X1), Aplikasi M-Pajak (X2), dan Insentif Pajak (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Pajak (Y).

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tidak semua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial (misalnya, mekanisme pembayaran dan insentif pajak), namun ketika dianalisis secara simultan, ketiganya memberikan kontribusi yang bermakna terhadap perubahan tingkat kepatuhan pajak pelaku UMKM. Dalam konteks ini, pendekatan kebijakan perpajakan yang menggabungkan aspek kemudahan pembayaran, digitalisasi sistem melalui M-Pajak, dan pemberian insentif menjadi lebih efektif dibanding pendekatan satu dimensi.

Selanjutnya, nilai Adjusted R-Square sebesar 0.281 atau 28.1% menunjukkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 mampu menjelaskan perubahan pada variabel Y sebesar 28.1%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Hal ini mengindikasikan bahwa kebijakan perpajakan yang menasar lebih dari satu aspek memiliki daya dorong yang lebih kuat terhadap kepatuhan pajak pelaku UMKM, terutama dalam kondisi daerah seperti Kota Sungai Penuh yang sedang berproses menuju digitalisasi perpajakan secara penuh.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Mekanisme Pembayaran Pajak terhadap Kepatuhan Pajak. Berdasarkan hasil analisis regresi, mekanisme pembayaran pajak memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,180 dengan nilai signifikansi 0,548 ($> 0,05$), yang berarti pengaruhnya terhadap kepatuhan pajak tidak signifikan.
2. Pengaruh Penerapan Aplikasi M-Pajak terhadap Kepatuhan Pajak. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa aplikasi M-Pajak memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,420 dengan nilai signifikansi 0,024 ($< 0,05$), yang berarti bahwa penggunaan aplikasi M-Pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak.
3. Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Pajak. Berdasarkan hasil analisis regresi, insentif pajak memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,429 dengan nilai signifikansi 0,089 ($> 0,05$), yang berarti bahwa insentif pajak tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak.
4. Pengaruh Simultan Ketiga Variabel terhadap Kepatuhan Pajak. Hasil uji F menunjukkan bahwa mekanisme pembayaran pajak, aplikasi M-Pajak, dan insentif pajak secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepatuhan pajak.

5.2. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Peningkatan Pemahaman Wajib Pajak

Pemerintah dan otoritas pajak perlu meningkatkan sosialisasi dan edukasi mengenai prosedur pembayaran pajak, manfaat insentif pajak, serta cara penggunaan aplikasi M-Pajak. Program pelatihan dan pendampingan teknis dapat membantu wajib pajak dalam memahami dan memanfaatkan sistem yang ada agar kepatuhan pajak dapat meningkat.

2. Optimalisasi Penggunaan Aplikasi M-Pajak

Meskipun aplikasi M-Pajak telah terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak, penggunaannya masih perlu dioptimalkan. Diperlukan perbaikan dalam segi fitur, antarmuka yang lebih ramah pengguna, serta peningkatan infrastruktur digital agar aksesibilitas terhadap aplikasi ini lebih merata di berbagai daerah.

3. Evaluasi dan Penyederhanaan Kebijakan Insentif Pajak

Pemerintah perlu mengevaluasi efektivitas insentif pajak yang telah diberikan dan memastikan bahwa insentif tersebut benar-benar memberikan manfaat bagi pelaku UMKM. Penyederhanaan prosedur administrasi dalam memperoleh insentif juga perlu dilakukan agar lebih mudah diakses oleh wajib pajak dan tidak menjadi kendala dalam pelaksanaannya.

4. Pendekatan Kebijakan yang Lebih Menyeluruh

Mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa insentif pajak dan mekanisme pembayaran pajak tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak, pemerintah perlu mempertimbangkan faktor lain yang lebih berpengaruh. Faktor-

faktor seperti insentif berbasis digital, peningkatan transparansi pengelolaan pajak, serta kebijakan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan UMKM perlu menjadi perhatian utama dalam upaya meningkatkan kepatuhan pajak.

5. Pengembangan Infrastruktur Digital untuk Perpajakan

Untuk meningkatkan efektivitas pembayaran pajak berbasis teknologi, diperlukan penguatan infrastruktur digital di Kota Sungai Penuh. Akses internet yang lebih baik, peningkatan layanan e-government, serta pelatihan penggunaan teknologi perpajakan dapat meningkatkan partisipasi wajib pajak dalam sistem perpajakan berbasis digital.

6. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat membedakan variabel teknologi informasi, mekanisme pembayaran pajak, insentif pajak, serta faktor-faktor lain yang relevan guna memperkaya analisis mengenai kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M., Budiarto, D., & Anugrah, W. (2020). Dampak PP No. 23 Tahun 2018 terhadap Ketaatan UMKM. *Jurnal Kebijakan Perpajakan Indonesia*, 15(2), 45-60.
- Adam, M., Purnami, D., & Wahyuni, L. (2020). Efektivitas Digitalisasi Pajak terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Administrasi Pajak*, 12(3), 45-57.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ali, R., & Hassan, M. (2023). Digital Tax Applications for SMEs: Enhancing Accessibility and Adoption. *Journal of Tax Innovation*, 12(1), 34-45.
- Anggraini, S., & Firmansyah, A. (2021). The Role of Tax Education in Enhancing Compliance Among SMEs. *Jurnal Edukasi Perpajakan Indonesia*, 8(1), 112-124.
- Blackwell, J. (2007). Administrative Challenges in Tax Compliance: A Focus on SMEs. *International Journal of Tax Policy*, 5(4), 98-110.
- Chakraborty, R., & Bhattacharya, A. (2021). Technology-Driven Tax Reforms in India. *Indian Journal of Public Finance*, 29(3), 56-75.
- Devano, S., & Rahayu, S. K. (2020). Behavioral Insights into Tax Compliance in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 18(3), 55-71.
- Devano, S., & Rahayu, S. K. (2020). Faktor Perilaku yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak. *Jurnal Perpajakan dan Ekonomi*, 18(1), 25-40.
- Devano, S., & Rahayu, S. K. (2020). *Perpajakan: Konsep, Kebijakan, dan Implementasi*. Jakarta: Kencana.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2024, 5 April). *M-Pajak: Layanan Pajak Mudah dalam Genggaman*. pajak.go.id.

- Direktorat Jenderal Pajak. (2022, 8 November). *Pajak Sanana Jelaskan Manfaat M-Pajak untuk Wajib Pajak Usahawan*. pajak.go.id.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2021, 24 Maret). *Melihat Insentif Pajak bagi UMKM dari Perspektif Contagius*. stats.pajak.go.id.
- Enachescu, C., Popescu, R., & Tofan, M. (2019). SME Tax Compliance in Emerging Economies: The Role of Perceived Fairness. *Eastern European Economics*, 57(2), 78–102.
- Fajri, R., Setiawan, H., & Nugroho, E. (2018). *Penerapan Insentif Pajak bagi UMKM: Studi Kasus Kebijakan PPh Final di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 8(2), 120-132.
- Fauzi, I., & Amalia, N. (2021). Communication Barriers in Tax Compliance Among Indonesian SMEs. *Jurnal Perpajakan dan Kebijakan Publik*, 14(2), 120–133.
- Handita, I. G. A. D., & Aditya, G. N. I. (2023). *Pengaruh insentif pajak orang pribadi UMKM terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Denpasar Barat*. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh*, 2(3).
- Harahap, D., & Sudaryanto, T. (2023). *Transparansi dan Akuntabilitas dalam Digitalisasi Sistem Perpajakan di Indonesia*. *Journal of Fiscal Studies*, 15(1), 10-25.
- Hartner, M., Kirchler, E., & Rechberger, S. (2008). Tax Perceptions and Compliance Behavior. *Behavioral Public Finance Journal*, 2(1), 11–29.
- Hesami, A., & Rezaei, H. (2024). Enhancing Tax Compliance Through Digitalization. *Journal of Financial Innovation*, 15(1), 66–82.
- Hutagaol, J., Suljani, A., & Wahjudi, M. (2015). Modernisasi Administrasi Perpajakan melalui Digitalisasi Layanan. *Journal of Tax Reform*, 7(4), 60- 72.
- Jelita, M. A., Dekrita, Y. A., & Romario, F. (2023). *Pengaruh pemberian insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (Studi pada wajib pajak UMKM di*

- Kabupaten Sikka, Provinsi NTT*). *Student Scientific Creativity Journal*, 1(5), 357–372.
- Jones, T., & Brown, C. (2015). Integrated Tax Platforms for SMEs. *Journal of Tax Systems*, 18(3), 44–57.
- Kementerian Keuangan RI. (2021). *Pengaruh Kebijakan Insentif selama Pandemi COVID-19*. Jakarta: Laporan Kebijakan Fiskal Nasional.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Statistik UMKM di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kim, S., & Lee, J. (2010). Transparency in Tax Administration: Lessons from South Korea. *Asian Journal of Public Policy*, 22(2), 88–102.
- Lestari, D., & Prianto, E. (2019). The Impact of Tax Education on Compliance Among New Taxpayers. *Jurnal Ilmu Perpajakan Indonesia*, 7(2), 98–107.
- Mansury, F. (2016). Redistribution Through Taxation. *Journal of Fiscal Studies*, 9(3), 45–56.
- Mardiasmo. (2019). Analisis Konsep Dasar Pajak dan Modernisasi Sistem. *Jurnal Ekonomi dan Perpajakan*, 14(3), 75-92.
- Mardiasmo. (2019). *Taxation in Indonesia: Concepts and Implementation*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mkhize, P., & Khoza, R. (2022). Impact of Digital Literacy Programs on SME Tax Compliance. *South African Journal of Taxation*, 19(4), 77–89.
- Musgrave, R. A., & Musgrave, P. B. (1989). *Public Finance in Theory and Practice*. New York: McGraw-Hill Education.
- Mustapha, A., & Tukur, R. (2019). Digitalization and Fraud Mitigation in Tax Administration. *Journal of Public Sector Management*, 11(2), 91–102.
- Nguyen, T., & Vu, H. (2022). Adoption of Digital Tax Platforms in Vietnam.

Journal of Southeast Asian Tax Studies, 9(3), 40–57.

Novitasari, D. (2013). Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 5(2), 75-90.

Novitasari, R. (2013). Hubungan Pengetahuan Perpajakan dengan Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 11(1), 101-115.

OECD. (2021). *Tax Administration 2021: Comparative Information on OECD and other Advanced and Emerging Economies*. OECD Publishing.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2022 tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan.

Purnami, I., Utomo, R., & Setyawan, H. (2018). Pengaruh Modernisasi Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Administrasi dan Bisnis Indonesia*, 10(2), 67-81.

Purnami, I., Utomo, R., & Setyawan, H. (2018). The Role of Digital Administration Systems in Enhancing Tax Compliance. *Jurnal Administrasi dan Perpajakan Indonesia*, 12(1), 66–79.

Putri, A., & Wahyuni, R. (2020). Taxpayer Perception of Benefits and Its Influence on Compliance. *Jurnal Perpajakan dan Pembangunan Nasional*, 11(2), 88–97.

Putri, S., & Wahyuni, L. (2020). Analisis Dampak Penerapan M-Pajak terhadap UMKM di Surabaya. *Jurnal Inovasi Kebijakan Pajak*, 9(3), 78-90.

Rahayu, S. K. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak: Perspektif Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 12-25.

Rahayu, S. K. (2021). Tax Awareness and Its Role in Compliance. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Fiskal Indonesia*, 10(4), 101–113.

Rakhmawati, L., & Santoso, D. (2020). Building Confidence in Tax Digitalization for SMEs. *Jurnal Kebijakan Perpajakan Indonesia*, 8(2), 56–67.

- Resmi, A. (2020). The Dual Role of Taxation as Revenue and Fiscal Policy Tool. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia*, 19(2), 77–89.
- Rumawir, P., & Rahardjo, A. (2020). Analisis Mekanisme Pembayaran Pajak Berbasis Digital. *Jurnal Teknologi Informasi Perpajakan*, 12(2), 123-134.
- Sari, R., & Nugroho, P. (2020). Efek Pengurangan Tarif Pajak terhadap Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 14(1), 45-58.
- Sayed, A., & Ali, M. (2020). Blockchain Technology in Tax Administration. *Global Tax Innovation Review*, 14(1), 123–139.
- Silva, J., & Costa, A. (2020). Simplifying Tax Systems for SMEs: The Brazilian Experience. *Journal of Emerging Markets Taxation*, 17(4), 102–119.
- Suljani, H., & Wahjudi, I. (2015). Pentingnya Aplikasi Teknologi dalam Meningkatkan Kepatuhan Pajak. *Jurnal Teknologi dan Akuntansi Indonesia*, 9(1), 55-70.
- Susanti, M., Sutrisno, B., & Pratiwi, D. (2021). Insentif Pajak sebagai Alat Kebijakan Fiskal: Studi pada Sektor UMKM. *Jurnal Kebijakan Fiskal dan Ekonomi*, 10(2), 85-101.
- Susanti, M., Sutrisno, B., & Pratiwi, D. (2021). Insentif Pajak sebagai Alat Kebijakan Fiskal: Studi pada Sektor UMKM. *Jurnal Kebijakan Fiskal dan Ekonomi*, 10(2), 85-101.
- Susanti, R., Wibisono, S., & Santoso, M. (2021). Efektivitas Insentif Pajak dalam Mendukung Keberlanjutan UMKM. *Jurnal Bisnis dan Perpajakan*, 17(2), 81-95.
- Susilawaty, T. E., & Azzahra, A. S. (2023). *The effect of ease of use of M-Pajak and ease of use of E-Form on MSMEs taxpayer compliance*. *Enrichment: Journal of Management*, 13(1), 32–38.
- Susanto, H., Suryani, N., & Septiowati, R. (2019). *The influence of education level and understanding of tax payment mechanism on taxpayer compliance in MSMEs of*

- South Jakarta. Advances in Economics, Business and Management Research*, 143, 31–36.
- Sutrisno, B., & Pratiwi, D. (2019). Kebijakan Fiskal untuk Mendukung UMKM: Perspektif Insentif Pajak. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 12-22.
- Thaha, R., & Mahfud, I. (2023). Factors Influencing Tax Compliance in Indonesia's SMEs. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 11(1), 70–85.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Pasal 23A (1945).
- Wicaksono, A., & Ramadhani, R. (2022). Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak melalui Digitalisasi Layanan Pajak: Studi pada Aplikasi M-Pajak. *Jurnal Administrasi Pajak*, 13(2), 30-50.
- Wicaksono, A., & Setiawan, R. (2020). Efektivitas Implementasi Insentif Pajak bagi UMKM di Indonesia. *Journal of Tax Policy*, 15(2), 25-40.
- Wicaksono, A., & Setiawan, R. (2020). Effectiveness of Digital Tax Applications in Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Administrasi Perpajakan*, 9(3), 134– 147.
- Yanti, L. D., & Wijaya, V. S. (2023). Pengaruh pengetahuan perpajakan, tarif pajak, mekanisme pembayaran pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *ECo-Buss*, 6(1), 206–216.
- Yang, S., & Lin, J. (2012). Tax Simplification Mechanisms for SMEs. *Asian Journal of Tax Reform*, 10(1), 35–50.
- Yulianti, R., & Dwi, N. (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Berbasis Digital. *Jurnal Media Sosial dan Pajak*, 8(3), 45-56.
- Yusof, Z., & Harun, H. (2021). Tax Incentives and Compliance in Malaysian SMEs. *Malaysian Journal of Taxation*, 8(2), 22–33.

- Yusro, H. W., & Kiswanto, K. (2014). *Pengaruh tarif pajak, mekanisme pembayaran pajak dan kesadaran membayar pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Jepara*. *Accounting Analysis Journal*, 3(4).
- Zhang, Y., & Wang, L. (2021). Reducing Tax Fraud Through Blockchain Integration. *Journal of Blockchain Applications*, 5(3), 18–29.

DOKUMENTASI

Lampiran 1

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



1. IDENTITAS DIRI

Nama : Aditia Kasmando
Jenis Kelamin : Laki - laki
Nim : 2110402106
Tempat/Tanggal Lahir : Sungai Deras , 01 – September - 2003
Alamat : Desa Baru Sungai Deras

2. Riwayat Pendidikan

Pendidikan	Tahun
SDN 03/ III Sungai Deras	2010-2016 Tahun
SMP 19 KERINCI	2016-2019 Tahun
SMA NEGERI KERINCI	2019-2022 Tahun

Lampiran 2 : Kuesioner dan Data Responden

KUESIONER PENELITIAN

Identitas Responden

1. Nama UMKM :
2. Jenis Kelamin : Laki – laki / Perempuan
3. Usia : Tahun
4. Bidang Usaha :
5. Lama Usaha : Tahun
6. Omzet /Tahun : Rp.

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Bapak/Ibu/Saudara cukup memberikan checklist (√) pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara. Keterangan dan nilai jawaban untuk setiap pernyataan adalah sebagai berikut :

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

KUESIONER PENELITIAN

MEKANISME PEMBAYARAN PAJAK (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Indikator : Kemudahan prosedur dan efisiensi						
1.	Prosedur pembayaran pajak saat ini sudah sederhana dan mudah dipahami					
2.	Faktor yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pembayaran pajak cukup efisien.					

Indikator: Ketersediaan dan kejelasan informasi						
3.	Panduan dan informasi mengenai pembayaran pajak tersedia dengan jelas.					
Indikator: Fleksibilitas dan kesesuaian metode pembayaran						
4.	Metode pembayaran pajak yang tersedia fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan usaha					
Indikator: Pengurangan kesalahan administrasi dan bantuan teknis						
5.	Saya merasa mekanisme pembayaran pajak saat ini mengurangi kesalahan administrasi.					
6.	saya mendapatkan dukungan teknis atau bantuan dari pihak berwenang jika terjadi kendala dalam pembayaran pajak					
Indikator: Kepuasan terhadap sistem pembayaran						
7.	Saya puas dengan sistem pembayaran pajak yang tersedia saat ini.					

Sumber : Rumawir, P., & Rahardjo, A. (2020). Analisis Mekanisme Pembayaran Pajak Berbasis Digital. *Jurnal Teknologi Informasi Perpajakan*, 12(2), 123-134.

APLIKASI M-PAJAK(X2)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Indikator : Kemudahan penggunaan aplikasi dan kelengkapan fitur aplikasi						
1.	Aplikasi M-Pajak mempermudah pelaporan dan pembayaran pajak.					
2.	Aplikasi M-Pajak memiliki fitur yang lengkap untuk kebutuhan perpajakan UMKM.					
Indikator: Peningkatan pemahaman perpajakan						
3.	Penggunaan aplikasi M-Pajak membantu saya lebih memahami kewajiban pajak.					
Indikator: Keamanan penggunaan aplikasi						
4.	Saya merasa aman dalam menggunakan aplikasi M-Pajak untuk pembayaran pajak.					
Indikator: Efisiensi waktu dalam penggunaan aplikasi dan kepuasan Pelanggan						

5.	Saya merasa waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan aplikasi M-Pajak lebih efisien dibandingkan metode lainnya.					
6.	Saya puas dengan penggunaan aplikasi M-Pajak dibandingkan metode manual.					
Indikator: Akses bantuan pengguna						
7.	Saya dapat dengan mudah mengakses layanan bantuan atau customer service dalam aplikasi M-Pajak.					
8.	Aplikasi M-Pajak memiliki antarmuka yang user-friendly dan mudah digunakan oleh wajib pajak.					

Sumber : Wicaksono, A., & Ramadhani, R. (2022). Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak melalui Digitalisasi Layanan Pajak: Studi pada Aplikasi M-Pajak. Jurnal Administrasi Pajak, 13(2), 30-50.

INSENTIF PAJAK (X3)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Indikator : Dukungan terhadap keberlanjutan usaha						
1.	Insentif pajak yang diberikan pemerintah mendukung keberlanjutan usaha saya.					
Indikator : Motivasi dan keadilan insentif						
2.	Saya termotivasi untuk membayar pajak karena adanya insentif pajak					
3.	Insentif pajak dirasa adil dan sesuai dengan kebutuhan UMKM.					
Indikator: Pengurangan beban keuangan						
4.	Insentif pajak membantu mengurangi beban keuangan usaha saya.					
Indikator: Peningkatan daya saing usaha						

5.	Saya merasa insentif pajak dapat meningkatkan daya saing usaha saya.					
Indikator: Transparansi dan kepuasan terhadap insentif						
6.	Saya merasa proses dan kriteria dalam mendapatkan insentif pajak transparan.					
7.	Saya puas dengan kebijakan insentif pajak yang diterapkan pemerintah.					

Sumber : Susanti, M., Sutrisno, B., & Pratiwi, D. (2021). Insentif Pajak sebagai Alat Kebijakan Fiskal: Studi pada Sektor UMKM. *Jurnal Kebijakan Fiskal dan Ekonomi*, 10(2), 85-101.

KEPATUHAN PAJAK(Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Indikator : Kepatuhan pelaporan dan pembayaran pajak						
1.	Saya selalu melaporkan pajak tepat waktu sesuai dengan peraturan yang berlaku.					
2.	Saya membayar pajak sesuai dengan jumlah yang seharusnya.					
Indikator: Pemahaman dan kesadaran perpajakan						
3.	Saya merasa kepatuhan pajak membawa dampak positif bagi usaha saya.					
4.	Saya memahami seluruh kewajiban perpajakan yang harus saya penuhi sebagai pelaku UMKM.					
5.	Saya merasa bahwa kepatuhan pajak merupakan bagian penting dari kontribusi terhadap pembangunan.					
Indikator : Kemudahan administratif dan kepercayaan pada sistem perpajakan						
6.	Saya tidak mengalami kesulitan dalam menyiapkan dokumen-dokumen pajak yang diperlukan.					

7.	Saya percaya terhadap sistem perpajakan yang diterapkan oleh pemerintah.					
Indikator : Ketepatan waktu pelaporan dan pembayaran pajak						
8.	Saya jarang mengalami keterlambatan dalam pelaporan atau pembayaran pajak.					

Sumber : Devano, S., & Rahayu, S. K. (2020). Faktor Perilaku yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak. *Jurnal Perpajakan dan Ekonomi*, 18(1), 25-40.

IDENTITAS RESPONDEN

A. Responden

Tabel 1. Profil Ringkas Pelaku Usaha di Kota Sungai Penuh

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Nama Usaha	Lama Usaha	Omzet Tahunan	Kriteria
1	Gusnita	Perempuan	> 37 tahun	Kantin Gusnita SMAN 1 Sungai Penuh	> 10 tahun	500–750 juta	Kecil
2	Haidir Fitri	Laki-laki	> 37 tahun	Salon Pangkas Khaidir	> 10 tahun	750 juta – 1 miliar	Kecil
3	Mariawati	Perempuan	> 37 tahun	Toko Phoenix	6–10 tahun	500–750 juta	Kecil
4	Hendra Tjajadi	Laki-laki	> 37 tahun	Toko Sinar Damai	6–10 tahun	750 juta – 1 miliar	Kecil
5	Yova Susyanti	Perempuan	> 37 tahun	Menjahit	> 10 tahun	> 1 miliar	Kecil
6	Eti Mursida	Perempuan	> 37 tahun	Kedai Arifa	> 10 tahun	750 juta – 1 miliar	Kecil
7	Yenti Aswati	Perempuan	> 37 tahun	Kedai Angel	6–10 tahun	500–750 juta	Kecil
8	Ermawati	Perempuan	> 37 tahun	Kedai Sembako	> 10 tahun	> 1 miliar	Kecil
9	Harmaini Jais	Perempuan	> 37 tahun	RM Sari Manggis	> 10 tahun	500–750 juta	Kecil
10	Hosen	Laki-laki	> 37 tahun	PT Natraco	> 10 tahun	> 2 miliar	Kecil
11	Arni	Perempuan	> 37 tahun	RM Arni	6–10 tahun	500–750 juta	Kecil

12	Ramses	Laki-laki	32–37 tahun	CV. Po. Kerinci Permata	3–6 tahun	750 juta – 1 miliar	Kecil
13	Edwar	Laki-laki	32–37 tahun	Incem Jus	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil
14	Fransisco	Laki-laki	26–31 tahun	Benhur Motor	1–3 tahun	> 1 miliar	Kecil
15	Murja	Perempuan	> 37 tahun	Danau Kaco	> 10 tahun	750 juta – 1 miliar	Kecil
16	H. Nasrul Madin	Laki-laki	> 37 tahun	Hotel Mahkota	> 10 tahun	> 1 miliar	Kecil
17	Andri	Laki-laki	> 37 tahun	-Erni- Mini Market	> 10 tahun	> 2 miliar	Kecil
18	As	Laki-laki	> 37 tahun	Toko Meta	> 10 tahun	> 2 miliar	Kecil
19	Dedi	Laki-laki	32–37 tahun	Pondok Belanja Shabil	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil
20	Doni Wamil Iswara	Laki-laki	26–31 tahun	Toko Doni	1–3 tahun	500–750 juta	Kecil
21	Edward	Laki-laki	20–25 tahun	Muthia Cell	< 1 tahun	500–750 juta	Kecil
22	Er	Laki-laki	26–31 tahun	Toko -Er-	3–6 tahun	> 1 miliar	Kecil
23	Evi Warman	Laki-laki	> 37 tahun	Permai Tani	> 10 tahun	> 1 miliar	Kecil
24	Fadli	Laki-laki	> 37 tahun	Toko Bangunan Kurnia Makmur	> 10 tahun	> 2 miliar	Kecil
25	Gunawan	Laki-laki	> 37 tahun	Toko Bangunan Sinar Harapan	6–10 tahun	> 1 miliar	Kecil
26	Herman	Laki-laki	> 37 tahun	Toko Bangunan Family Baru	6–10 tahun	500–750 juta	Kecil
27	M Rafi	Laki-laki	26–31 tahun	Fasipik Motor	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil

28	Son	Laki-laki	32–37 tahun	Toko Aris Bangunan	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil
29	Tole S. Adiwarso	Laki-laki	> 37 tahun	Toko Buku Berkah	6–10 tahun	> 2 miliar	Kecil
30	Yulhendri	Laki-laki	32–37 tahun	Tunas Baru Kaca I	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil
31	Darmilus	Laki-laki	32–37 tahun	Bengkel Motor	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil
32	Wernita	Perempuan	> 37 tahun	Toko Rahmatullah	> 10 tahun	500–750 juta	Kecil
33	Untung Susanto	Laki-laki	32–37 tahun	Dita Perabot	3–6 tahun	> 1 miliar	Kecil
34	Hanny	Perempuan	32–37 tahun	Jual Pakaian	3–6 tahun	500–750 juta	Kecil
35	Anna	Perempuan	20–25 tahun	Catering Ana	1–3 tahun	750 juta – 1 miliar	Kecil

Tabel 1. Klasifikasi Pelaku Usaha Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Pelaku Usaha
Laki-laki	16
Perempuan	19
Total	35

Tabel 2. Klasifikasi Pelaku Usaha Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Pelaku Usaha
20–25 tahun	2
26–31 tahun	5
32–37 tahun	9
Di atas 37 tahun	19
Total	35

Tabel 3. Klasifikasi Pelaku Usaha Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah Pelaku Usaha
< 1 tahun	2
1–3 tahun	5
3–6 tahun	8
6–10 tahun	9
Di atas 10 tahun	11
Total	35

Lampiran 3 : Data Hasil Kuesioner

DATA JAWABAN RESPONDEN

RESPONDEN	Mekanisme Pembayaran Pajak (X1)							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	5	4	4	4	5	4	5	31
3	5	4	4	5	5	5	5	33
4	4	4	4	5	4	5	5	31
5	5	5	4	4	4	5	5	32
6	4	4	4	5	4	4	5	30
7	4	4	5	4	4	5	5	31
8	5	5	5	5	4	4	5	33
9	5	4	5	4	5	5	4	32
10	5	5	4	4	4	5	5	32
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	4	5	5	5	5	5	5	34
13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	4	5	4	5	5	4	5	32
15	4	4	5	5	4	4	5	31
16	5	4	4	4	4	4	5	30
17	5	4	4	5	5	4	5	32
18	4	4	4	4	5	4	5	30
19	5	5	5	5	5	5	5	35
20	4	4	5	5	5	5	5	33
21	5	4	5	5	5	5	5	34
22	5	5	5	5	5	5	5	35
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	4	5	5	5	4	4	4	31
25	4	4	5	5	4	5	5	32
26	5	5	5	5	4	5	5	34
27	5	4	4	5	4	5	4	31
28	5	4	5	5	4	5	5	33
29	5	5	5	5	4	5	5	34
30	4	4	4	5	4	5	4	30
31	4	4	4	4	5	5	5	31
32	4	5	4	5	4	5	5	32
33	5	4	5	5	5	5	4	33
34	5	4	5	5	4	5	5	33
35	5	5	5	5	5	5	5	35

RESPONDEN	APLIKASI M-PAJAK (X2)								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	5	4	4	5	38
2	5	4	4	3	3	4	4	4	31
3	4	4	4	4	5	4	4	5	34
4	5	4	4	4	4	4	5	5	35
5	4	5	5	3	4	4	4	4	33
6	4	3	5	5	5	3	5	5	35
7	3	5	4	3	3	3	4	5	30
8	5	4	3	3	5	5	4	4	33
9	4	3	5	2	5	4	4	4	31
10	5	4	4	5	4	5	4	4	35
11	4	5	4	5	4	5	5	4	36
12	3	4	5	3	3	4	3	4	29
13	4	3	3	5	5	4	4	4	32
14	4	5	5	5	5	4	5	3	36
15	4	5	5	5	4	4	4	4	35
16	4	3	3	4	4	3	4	4	29
17	4	4	5	3	5	2	3	3	29
18	4	4	5	5	5	4	5	4	36
19	4	5	5	3	4	4	4	4	33
20	5	5	5	5	4	4	3	4	35
21	5	3	4	3	5	3	3	4	30
22	4	4	5	5	5	4	3	4	34
23	5	3	4	3	3	4	4	4	30
24	5	5	4	3	5	5	5	4	36
25	5	5	5	4	5	4	5	4	37
26	3	4	4	4	4	3	5	5	32
27	3	3	3	4	5	3	3	4	28
28	5	4	3	5	4	4	3	4	32
29	5	5	4	4	4	4	4	5	35
30	5	5	3	4	4	5	5	5	36
31	5	4	4	5	3	3	5	5	34
32	5	5	5	4	5	5	4	5	38
33	5	5	5	5	5	5	5	4	39
34	5	4	4	4	5	4	5	5	36
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40

RESPONDEN	INSENTIF PAJAK (X3)							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	5	5	4	4	4	5	5	32
3	4	4	4	5	4	5	5	31
4	4	4	4	5	4	4	5	30
5	4	4	5	5	4	4	5	31
6	4	4	4	4	4	4	4	28
7	4	4	5	4	4	5	5	31
8	5	5	5	4	4	5	5	33
9	4	5	5	5	4	5	4	32
10	4	5	5	5	4	5	4	32
11	4	4	4	4	4	5	4	29
12	4	4	4	4	4	4	5	29
13	4	4	4	3	4	4	3	26
14	3	4	4	4	4	4	4	27
15	3	4	5	5	4	4	5	30
16	3	5	5	4	4	4	5	30
17	4	5	4	5	4	4	4	30
18	4	5	5	5	4	4	4	31
19	5	5	4	4	4	4	4	30
20	5	5	5	5	4	4	4	32
21	4	5	4	4	4	4	4	29
22	4	5	5	5	4	4	5	32
23	5	5	5	5	5	5	5	35
24	5	5	3	5	4	5	4	31
25	3	5	3	4	5	5	5	30
26	4	5	5	4	5	5	5	33
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	5	5	5	5	4	5	33
29	5	5	4	5	4	3	5	31
30	4	3	5	5	5	4	5	31
31	5	5	5	4	4	4	4	31
32	4	5	5	5	5	5	5	34
33	4	4	4	3	4	4	5	28
34	5	3	5	5	4	5	5	32
35	5	5	5	5	5	5	5	35

RESPONDEN	KEPATUHAN PAJAK (Y)								Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
1	5	5	5	5	5	4	4	5	38
2	5	3	4	3	3	5	4	4	31
3	4	2	3	4	3	5	5	5	31
4	5	4	4	4	4	4	5	5	35
5	4	5	4	3	3	4	4	4	31
6	4	3	3	3	3	3	5	5	29
7	4	5	4	4	3	3	4	5	32
8	5	4	3	3	3	5	4	4	31
9	4	3	4	4	3	3	3	4	28
10	4	4	3	5	4	5	4	4	33
11	4	5	2	5	2	5	5	4	32
12	4	3	3	3	3	4	3	4	27
13	4	5	2	5	3	3	3	4	29
14	4	5	4	2	5	4	5	3	32
15	4	5	5	3	4	4	3	4	32
16	4	5	3	4	4	3	4	4	31
17	4	1	3	3	5	2	3	3	24
18	4	4	4	2	2	3	5	4	28
19	4	5	5	3	3	3	4	4	31
20	3	5	4	4	3	3	4	4	30
21	4	4	4	3	4	4	5	4	32
22	4	4	4	5	5	5	4	4	35
23	3	3	4	4	4	4	4	4	30
24	4	5	5	5	5	5	5	4	38
25	5	4	5	5	5	5	4	4	37
26	4	5	4	5	4	5	4	5	36
27	5	4	4	5	3	5	5	4	35
28	5	4	5	5	5	5	5	4	38
29	5	5	5	4	3	5	5	5	37
30	3	5	4	4	5	3	5	5	34
31	5	4	4	5	4	3	5	5	35
32	5	5	4	5	4	4	4	5	36
33	5	4	4	4	4	3	4	4	32
34	5	5	4	5	4	4	4	5	36
35	5	5	4	4	4	4	4	5	35

Lampiran 4 : Hasil Pengolahan Data

Output Software Uji Validitas Variabel Mekanisme Pembayaran Pajak (X1)

		Correlations							
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	total
X1_1	Pearson Correlation	1	.236	.236	.053	.210	.258	.093	.565**
	Sig. (2-tailed)		.173	.173	.761	.226	.134	.596	.000
	Sum of Squares and Cross-products	8.400	2.000	2.000	.400	1.800	2.000	.600	17.200
	Covariance	.247	.059	.059	.012	.053	.059	.018	.506
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
X1_2	Pearson Correlation	.236	1	.283	.245	.083	.164	.241	.600**
	Sig. (2-tailed)	.173		.099	.155	.637	.346	.164	.000
	Sum of Squares and Cross-products	2.000	8.571	2.429	1.857	.714	1.286	1.571	18.429
	Covariance	.059	.252	.071	.055	.021	.038	.046	.542
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
X1_3	Pearson Correlation	.236	.283	1	.415*	.149	.347*	.066	.669**
	Sig. (2-tailed)	.173	.099		.013	.394	.041	.708	.000
	Sum of Squares and Cross-products	2.000	2.429	8.571	3.143	1.286	2.714	.429	20.571
	Covariance	.059	.071	.252	.092	.038	.080	.013	.605
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
X1_4	Pearson Correlation	.053	.245	.415*	1	.049	.207	.079	.528**
	Sig. (2-tailed)	.761	.155	.013		.782	.233	.651	.001
	Sum of Squares and Cross-products	.400	1.857	3.143	6.686	.371	1.429	.457	14.343
	Covariance	.012	.055	.092	.197	.011	.042	.013	.422
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
X1_5	Pearson Correlation	.210	.083	.149	.049	1	.108	.139	.473**
	Sig. (2-tailed)	.226	.637	.394	.782		.535	.427	.004
	Sum of Squares and Cross-products	1.800	.714	1.286	.371	8.743	.857	.914	14.686
	Covariance	.053	.021	.038	.011	.257	.025	.027	.432
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
X1_6	Pearson Correlation	.258	.164	.347*	.207	.108	1	.048	.560**
	Sig. (2-tailed)	.134	.346	.041	.233	.535		.784	.000
	Sum of Squares and Cross-products	2.000	1.286	2.714	1.429	.857	7.143	.286	15.714
	Covariance	.059	.038	.080	.042	.025	.210	.008	.462
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
X1_7	Pearson Correlation	.093	.241	.066	.079	.139	.048	1	.394*
	Sig. (2-tailed)	.596	.164	.708	.651	.427	.784		.019
	Sum of Squares and Cross-products	.600	1.571	.429	.457	.914	.286	4.971	9.229
	Covariance	.018	.046	.013	.013	.027	.008	.146	.271
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
total	Pearson Correlation	.565**	.600**	.669**	.528**	.473**	.560**	.394*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.004	.000	.019	
	Sum of Squares and Cross-products	17.200	18.429	20.571	14.343	14.686	15.714	9.229	110.171
	Covariance	.506	.542	.605	.422	.432	.462	.271	3.240
	N	35	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Output Software Uji Validitas Variabel Aplikasi M-Pajak (X2)

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	Total
X2_1	Pearson Correlation	1	.209	-.056	.150	.104	.476**	.204	.148	.526**
	Sig. (2-tailed)		.228	.747	.391	.551	.004	.240	.396	.001
	Sum of Squares and Cross-products	16.400	3.800	-1.000	3.200	1.800	8.400	3.600	2.000	38.200
	Covariance	.482	.112	-.029	.094	.053	.247	.106	.059	1.124
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2_2	Pearson Correlation	.209	1	.393*	.192	-.051	.472**	.288	.114	.643**
	Sig. (2-tailed)	.228		.020	.270	.772	.004	.094	.513	.000
	Sum of Squares and Cross-products	3.800	20.171	7.714	4.543	-9.71	9.229	5.629	1.714	51.829
	Covariance	.112	.593	.227	.134	-.029	.271	.166	.050	1.524
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2_3	Pearson Correlation	-.056	.393*	1	.062	.176	.015	.067	-.127	.386*
	Sig. (2-tailed)	.747	.020		.724	.311	.932	.700	.467	.022
	Sum of Squares and Cross-products	-1.000	7.714	19.143	1.429	3.286	.286	1.286	-1.857	30.286
	Covariance	-.029	.227	.563	.042	.097	.008	.038	-.055	.891
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2_4	Pearson Correlation	.150	.192	.062	1	.189	.176	.246	.138	.564**
	Sig. (2-tailed)	.391	.270	.724		.277	.311	.154	.430	.000
	Sum of Squares and Cross-products	3.200	4.543	1.429	27.886	4.257	4.057	5.657	2.429	53.457
	Covariance	.094	.134	.042	.820	.125	.119	.166	.071	1.572
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2_5	Pearson Correlation	.104	-.051	.176	.189	1	.128	.095	-.120	.379*
	Sig. (2-tailed)	.551	.772	.311	.277		.465	.586	.491	.025
	Sum of Squares and Cross-products	1.800	-9.71	3.286	4.257	18.171	2.371	1.771	-1.714	28.971
	Covariance	.053	-.029	.097	.125	.534	.070	.052	-.050	.852
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2_6	Pearson Correlation	.476**	.472**	.015	.176	.128	1	.325	.088	.649**
	Sig. (2-tailed)	.004	.004	.932	.311	.465		.057	.613	.000
	Sum of Squares and Cross-products	8.400	9.229	.286	4.057	2.371	18.971	6.171	1.286	50.771
	Covariance	.247	.271	.008	.119	.070	.558	.182	.038	1.493
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2_7	Pearson Correlation	.204	.288	.067	.246	.095	.325	1	.364*	.619**
	Sig. (2-tailed)	.240	.094	.700	.154	.586	.057		.032	.000
	Sum of Squares and Cross-products	3.600	5.629	1.286	5.657	1.771	6.171	18.971	5.286	48.371
	Covariance	.106	.166	.038	.166	.052	.182	.558	.155	1.423
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2_8	Pearson Correlation	.148	.114	-.127	.138	-.120	.088	.364*	1	.339*
	Sig. (2-tailed)	.396	.513	.467	.430	.491	.613	.032		.047
	Sum of Squares and Cross-products	2.000	1.714	-1.857	2.429	-1.714	1.286	5.286	11.143	20.286
	Covariance	.059	.050	-.055	.071	-.050	.038	.155	.328	.597
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Total	Pearson Correlation	.526**	.643**	.386*	.564**	.379*	.649**	.619**	.339*	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.022	.000	.025	.000	.000	.047	
	Sum of Squares and Cross-products	38.200	51.829	30.286	53.457	28.971	50.771	48.371	20.286	322.171
	Covariance	1.124	1.524	.891	1.572	.852	1.493	1.423	.597	9.476
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Output Software Uji Validitas Variabel Insentif Pajak (X3)

Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	total
X3_1	Pearson Correlation	1	.244	.122	.198	.044	.185	.000	.505**
	Sig. (2-tailed)		.158	.487	.255	.803	.287	1.000	.002
	Sum of Squares and Cross-products	13.600	3.200	1.600	2.600	.400	2.200	.000	23.600
	Covariance	.400	.094	.047	.076	.012	.065	.000	.694
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
X3_2	Pearson Correlation	.244	1	.061	.139	.187	.122	-.074	.457**
	Sig. (2-tailed)	.158		.729	.425	.281	.485	.673	.006
	Sum of Squares and Cross-products	3.200	12.686	.771	1.771	1.657	1.400	-.857	20.629
	Covariance	.094	.373	.023	.052	.049	.041	-.025	.607
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
X3_3	Pearson Correlation	.122	.061	1	.372*	.238	.104	.283	.585**
	Sig. (2-tailed)	.487	.729		.028	.168	.551	.099	.000
	Sum of Squares and Cross-products	1.600	.771	12.743	4.743	2.114	1.200	3.286	26.457
	Covariance	.047	.023	.375	.139	.062	.035	.097	.778
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
X3_4	Pearson Correlation	.198	.139	.372*	1	.238	.104	.283	.629**
	Sig. (2-tailed)	.255	.425	.028		.168	.551	.099	.000
	Sum of Squares and Cross-products	2.600	1.771	4.743	12.743	2.114	1.200	3.286	28.457
	Covariance	.076	.052	.139	.375	.062	.035	.097	.837
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
X3_5	Pearson Correlation	.044	.187	.238	.238	1	.350*	.424*	.593**
	Sig. (2-tailed)	.803	.281	.168	.168		.040	.011	.000
	Sum of Squares and Cross-products	.400	1.657	2.114	2.114	6.171	2.800	3.429	18.686
	Covariance	.012	.049	.062	.062	.182	.082	.101	.550
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
X3_6	Pearson Correlation	.185	.122	.104	.104	.350*	1	.191	.519**
	Sig. (2-tailed)	.287	.485	.551	.551	.040		.272	.001
	Sum of Squares and Cross-products	2.200	1.400	1.200	1.200	2.800	10.400	2.000	21.200
	Covariance	.065	.041	.035	.035	.082	.306	.059	.624
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
X3_7	Pearson Correlation	.000	-.074	.283	.283	.424*	.191	1	.527**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.673	.099	.099	.011	.272		.001
	Sum of Squares and Cross-products	.000	-.857	3.286	3.286	3.429	2.000	10.571	21.714
	Covariance	.000	-.025	.097	.097	.101	.059	.311	.639
	N	35	35	35	35	35	35	35	35
total	Pearson Correlation	.505**	.457**	.585**	.629**	.593**	.519**	.527**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.006	.000	.000	.000	.001	.001	
	Sum of Squares and Cross-products	23.600	20.629	26.457	28.457	18.686	21.200	21.714	160.743
	Covariance	.694	.607	.778	.837	.550	.624	.639	4.728
	N	35	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Output Software Uji Validitas Variabel Kepatuhan Pajak (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.048	.246	.252	.084	.334*	.118	.260	.499**
	Sig. (2-tailed)		.786	.154	.145	.632	.050	.501	.132	.002
	Sum of Squares and Cross-products	13.143	1.000	4.143	5.000	1.571	6.286	1.714	3.143	36.000
	Covariance	.387	.029	.122	.147	.046	.185	.050	.092	1.059
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y2	Pearson Correlation	.048	1	.290	.252	.027	.106	.146	.258	.544**
	Sig. (2-tailed)	.786		.091	.144	.879	.543	.403	.134	.001
	Sum of Squares and Cross-products	1.000	33.600	7.800	8.000	.800	3.200	3.400	5.000	62.800
	Covariance	.029	.988	.229	.235	.024	.094	.100	.147	1.847
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y3	Pearson Correlation	.246	.290	1	.039	.416*	.161	.156	.138	.578**
	Sig. (2-tailed)	.154	.091		.822	.013	.355	.370	.428	.000
	Sum of Squares and Cross-products	4.143	7.800	21.543	1.000	9.971	3.886	2.914	2.143	53.400
	Covariance	.122	.229	.634	.029	.293	.114	.086	.063	1.571
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y4	Pearson Correlation	.252	.252	.039	1	.283	.352*	.045	.383*	.642**
	Sig. (2-tailed)	.145	.144	.822		.100	.038	.796	.023	.000
	Sum of Squares and Cross-products	5.000	8.000	1.000	30.000	8.000	10.000	1.000	7.000	70.000
	Covariance	.147	.235	.029	.882	.235	.294	.029	.206	2.059
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y5	Pearson Correlation	.084	.027	.416*	.283	1	.065	.003	-.083	.461**
	Sig. (2-tailed)	.632	.879	.013	.100		.711	.987	.636	.005
	Sum of Squares and Cross-products	1.571	.800	9.971	8.000	26.686	1.743	.057	-1.429	47.400
	Covariance	.046	.024	.293	.235	.785	.051	.002	-.042	1.394
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y6	Pearson Correlation	.334*	.106	.161	.352*	.065	1	.298	.074	.576**
	Sig. (2-tailed)	.050	.543	.355	.038	.711		.082	.672	.000
	Sum of Squares and Cross-products	6.286	3.200	3.886	10.000	1.743	26.971	6.229	1.286	59.600
	Covariance	.185	.094	.114	.294	.051	.793	.183	.038	1.753
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y7	Pearson Correlation	.118	.146	.156	.045	.003	.298	1	.277	.440**
	Sig. (2-tailed)	.501	.403	.370	.796	.987	.082		.108	.008
	Sum of Squares and Cross-products	1.714	3.400	2.914	1.000	.057	6.229	16.171	3.714	35.200
	Covariance	.050	.100	.086	.029	.002	.183	.476	.109	1.035
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y8	Pearson Correlation	.260	.258	.138	.383*	-.083	.074	.277	1	.481**
	Sig. (2-tailed)	.132	.134	.428	.023	.636	.672	.108		.003
	Sum of Squares and Cross-products	3.143	5.000	2.143	7.000	-1.429	1.286	3.714	11.143	32.000
	Covariance	.092	.147	.063	.206	-.042	.038	.109	.328	.941
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Total	Pearson Correlation	.499**	.544**	.578**	.642**	.461**	.576**	.440**	.481**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.000	.005	.000	.008	.003	
	Sum of Squares and Cross-products	36.000	62.800	53.400	70.000	47.400	59.600	35.200	32.000	396.400
	Covariance	1.059	1.847	1.571	2.059	1.394	1.753	1.035	.941	11.659
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Output Software Uji Reliabilitas Variabel Mekanisme Pembayaran Pajak(X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.605	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	27.7714	2.476	.331	.563
X1_2	27.9429	2.408	.372	.548
X1_3	27.8000	2.282	.465	.512
X1_4	27.6286	2.593	.315	.569
X1_5	27.8857	2.634	.212	.606
X1_6	27.6571	2.526	.346	.558
X1_7	27.5429	2.844	.194	.603

Output Software Uji Reliabilitas Variabel Aplikasi M-Pajak (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.610	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	25.0857	6.963	.318	.575
X2_2	25.2571	6.255	.457	.526
X2_3	25.2000	7.282	.189	.616
X2_4	25.4286	6.429	.296	.586
X2_5	25.1143	7.339	.186	.616
X2_6	25.5143	6.257	.480	.519
X2_7	25.3143	6.634	.369	.558

Output Software Uji Reliabilitas Variabel Intensif Pajak (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.608	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3_1	26.7143	3.739	.240	.584
X3_2	26.3714	3.887	.194	.608
X3_3	26.4286	3.546	.350	.541
X3_4	26.4286	3.429	.408	.519
X3_5	26.6857	3.810	.443	.611
X3_6	26.5143	3.787	.295	.561
X3_7	26.3429	3.761	.303	.559

Output Software Uji Reliabilitas Variabel Kepatuhan Pajak (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.626	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	28.3143	9.928	.343	.593
Y2	28.4000	8.953	.289	.608
Y3	28.7143	9.151	.389	.575
Y4	28.6000	8.424	.432	.559
Y5	28.8571	9.655	.221	.624
Y6	28.6286	8.946	.360	.583
Y7	28.3714	10.064	.256	.611
Y8	28.3143	10.104	.337	.596

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	Y
N		35	35	35	35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	32.3714	33.7714	30.9143	32.6000
	Std. Deviation	1.80009	3.07825	2.17433	3.41450
Most Extreme Differences	Absolute	.125	.141	.116	.141
	Positive	.125	.092	.113	.141
	Negative	-.103	-.141	-.116	-.130
Test Statistic		.125	.141	.116	.141
Asymp. Sig. (2-tailed)		.187 ^c	.077 ^c	.200 ^{c,d}	.075 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.952	1.050
	X2	.915	1.093
	X3	.958	1.044

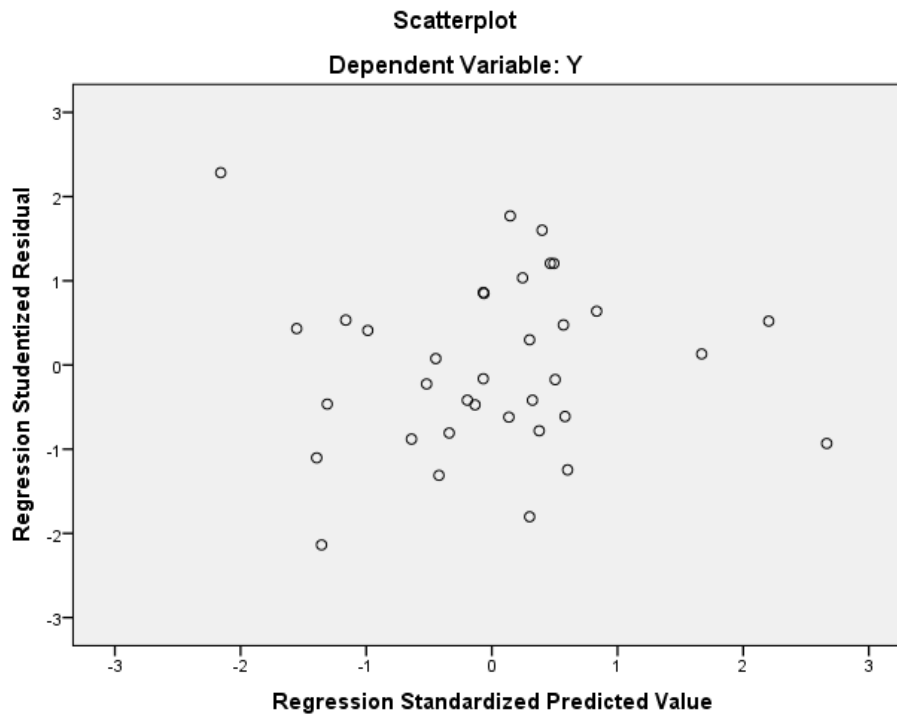
a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.989	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.006	26.780	.02	.02	.96	.14
	3	.004	31.705	.02	.31	.04	.58
	4	.001	57.872	.96	.67	.00	.27

a. Dependent Variable: Y

Uji Heterokedastisitas



Hasil Koefisien Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.650	12.181		-.053	.958
	X1	.180	.296	.095	.608	.548
	X2	.420	.176	.378	2.378	.024
	X3	.429	.244	.273	1.757	.089

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-.650	12.181			-.053	.958
	X1	.180	.296			.095	.548
	X2	.420	.176			.378	.024
	X3	.429	.244			.273	.089

a. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	112.056	3	37.352	4.072	.015 ^b
	Residual	284.344	31	9.172		
	Total	396.400	34			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Uji Koefisien Determinasi R2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.532 ^a	.283	.213	3.02859

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y