

## SYSTEMATIC LITERATUR REVIEW (SLR): PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, SANKSI PERPAJAKAN, DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM

Saras Shinta Qurrota 'Aini<sup>1</sup>, Aditya Kumala Dewi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Tidar, Magelang, Indonesia

Email: [sarasshintaqurrotaaini@untidar.ac.id](mailto:sarasshintaqurrotaaini@untidar.ac.id)

---

### Article History

Received: 13-09-2025

Revision: 22-10-2025

Accepted: 01-11-2025

Published: 14-12-2025

**Abstract.** *Paying tax is an obligation for all taxpayers. As one of the taxpayer segments, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are also required to fulfill their tax liabilities in accordance with existing government regulations. However, the level of compliance among MSMEs still faces various challenges, making it important to examine the factors that can influence such compliance. Purposed of this study to analyze the influence of tax socialization, tax sanctions, and the level of trust in government on compliance of MSME taxpayer. This study uses a Systematic Literature Review (SLR) method, drawing on 48 journal articles that met the selection criteria of being published within the 2020–2025 period. The results on this study show that the three variables are able to encourage the compliance of MSME taxpayer. This study recommends that the tax authorities improve the quality of tax socialization, enhance transparency in tax management, and strengthen the enforcement of sanctions as strategies to encourage voluntary and sustainable taxpayer compliance.*

**Keywords:** *Tax socialization, Tax sanctions, Trust in government, MSME taxpayers*

**Abstrak.** Membayar pajak merupakan kewajiban bagi seluruh wajib pajak. UMKM sebagai salah satu wajib pajak harus patuh dan taat dalam membayarkan pajak sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku. Tingkat kepatuhan UMKM dalam membayar pajak masih menghadapi berbagai tantangan sehingga perlu diteliti faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis apakah faktor sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan dan tingkat kepercayaan memiliki dampak pada tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM. Metode yang digunakan yaitu *Systematic Literature Review* (SLR) dengan menggunakan data analisis sebanyak 48 jurnal dari hasil pengumpulan dengan kriteria jurnal yang terbit pada periode tahun 2020 sampai 2025. Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan ketiga variabel mampu mendorong kepatuhan wajib pajak UMKM. Penelitian ini merekomendasikan agar otoritas pajak dapat meningkatkan kualitas sosialisasi dan transparansi pengelolaan pajak, serta mempertegas sanksi sebagai strategi untuk mendorong meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara sukarela dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Tingkat kepercayaan pada pemerintah, Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

---

**How to Cite:** Aini, S.S.Q & Dewi, A.K. (2025). Systematic Literatur Review (Slr): Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5 (4), 7531-7549. [10.54373/ifiheb.v5i4.4237](https://doi.org/10.54373/ifiheb.v5i4.4237)

---

### PENDAHULUAN

Di suatu negara pajak menjadi salah satu sumber utama penerimaan yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber pendanaan untuk pembangunan dan berbagai kebutuhan publik.

Di Indonesia, salah satu sektor yang berperan strategis dalam menopang perekonomian adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kontribusi dari UMKM cukup besar bagi nilai PDB dan penciptaan lapangan kerja. Namun, terlepas dari perannya yang vital, tingkat kepatuhan para wajib pajak dari sektor ini masih menjadi tantangan bagi otoritas pajak. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan para wajib pajak UMKM masih berada di tingkat yang rendah, sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan mereka (Cahyani & Noviari, 2019).

Berbagai faktor telah diteliti untuk memahami apa saja yang mampu mempengaruhi tingkat ketaatan para wajib pajak UMKM, termasuk faktor eksternal dan faktor internal. Sosialisasi mengenai pajak adalah salah satu variabel yang sering dikaji. Sosialisasi mengenai pajak bertujuan agar dapat meningkatkan pemahaman para wajib pajak tentang peraturan dan kewajiban pajak. Hasil dari beberapa penelitian terdahulu ditemukan bahwa sosialisasi pajak dapat secara positif mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak (Ristanti, et al., 2022), sementara penelitian lain menunjukkan hasil yang kontradiktif, di mana sosialisasi perpajakan tidak cukup berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (Noviana, et al., 2020).

Faktor lain yang dianggap krusial adalah sanksi perpajakan. Sanksi bertujuan sebagai alat untuk pencegah supaya wajib pajak tidak melanggar ketentuan perpajakan. Sejumlah hasil studi menunjukkan hasil bahwa variabel sanksi pajak dapat memiliki pengaruh positif dan signifikan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Soda, et al., 2021; Zulma, 2020). Namun, seperti faktor sosialisasi, ada pula penelitian yang mengungkapkan bahwa sanksi perpajakan tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak secara parsial (Noviana, et al., 2020).

Selain faktor-faktor di atas, tingkat kepercayaan terhadap kinerja pemerintah dan aparat pajak juga menjadi determinan penting dalam memengaruhi kepatuhan. Ketika wajib pajak percaya bahwa pemerintah akan menggunakan dana pajak secara transparan dan efisien, mereka cenderung lebih patuh. Beberapa penelitian telah menguji hubungan ini dan menemukan adanya pengaruh positif antara kepercayaan terhadap pemerintah dan kepatuhan wajib pajak UMKM (Handayani, Harimurti & Kristanto, 2020; Suyitno & Virlanda, 2022).

Meskipun ketiga variabel tersebut telah diteliti secara terpisah atau dalam kombinasi dua variabel, masih terdapat celah penelitian yang signifikan. Berdasarkan penelusuran pustaka, belum ada penelitian komprehensif yang secara bersamaan mengkaji pengaruh dari sosialisasi mengenai pajak, sanksi perpajakan, dan tingkat kepercayaan wajib pajak pada pemerintah terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM dalam satu model penelitian. Oleh karena itu, tujuan dari tinjauan literatur ini untuk mengisi gap tersebut dengan cara

menganalisis pengaruh dari ketiga variabel terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM.

## **METODE**

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Systematic Literature Review* (SLR). Penggunaan metode SLR dipilih untuk mengidentifikasi, menilai dan mengumpulkan studi yang relevan terkait dengan topik dalam penelitian ini, yaitu mengenai sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan, tingkat kepercayaan dan kepatuhan wajib pajak UMKM. Teknik metode SLR dalam penelitian ini dimulai dari mencari dan mengumpulkan studi ilmiah terdahulu, lalu membaca, menganalisis, dan mengidentifikasi hal-hal penting terkait faktor-faktor penyebab kepatuhan wajib pajak UMKM. Dalam pencarian penulis menggunakan media pencarian Google Scholar, Mendeley, dan media online akademik lainnya.

Selama proses pencarian penulis menggunakan filter atau penyaringan dengan kriteria jurnal ditulis dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Berdasarkan dari artikel-artikel yang diperoleh, lalu dianalisis menggunakan pertanyaan sebagai berikut:

Q1 : Apakah artikel diterbitkan dalam kurun waktu tahun 2020 – 2025?

Q2 : Apakah artikel membahas mengenai temuan yang terkait dengan hubungan sosialisasi perpajakan dan/atau sanksi perpajakan dan/atau tingkat kepercayaan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM?

Q3 : Selain variabel sosialisasi, sanksi dan kepercayaan, apakah ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM?

Dalam tahap awal pencarian penulis mensortir jurnal yang sesuai dengan topik dan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sehingga menghasilkan jurnal akhir sebanyak 48 jurnal. Data yang sudah di filter dianalisis secara deskriptif dan tematik. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik umum dari studi yang digunakan. Analisis tematik dilakukan untuk mengidentifikasi tema utama yang muncul dari literatur, termasuk korelasi antara variabel sosialisasi, sanksi perpajakan, kepercayaan dan kepatuhan wajib pajak UMKM.

**Tabel 1.** Jumlah Tipe Studi

<b>Topik</b>	<b>Jumlah Studi</b>
<b>Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan wajib pajak</b>	16
<b>Faktor Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan wajib pajak</b>	10

<b>Faktor Tingkat Kepercayaan terhadap Kepatuhan wajib pajak</b>	14
<b>Faktor Pendukung Lainnya</b>	8
<b>Jumlah</b>	48

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses analisis jurnal yang digunakan oleh penulis yaitu mengacu pada komponen judul, abstrak, dan tahun penerbitan jurnal. Kriteria atau kata kunci yang digunakan dalam pengkatagorian jurnal adalah “ Sosialisasi Perpajakan”, Sanksi Perpajakan”, Tingkat Kepercayaan” dan “Kepatuhan Wajib Pajak UMKM”. Dari hasil pembahasan jurnal-jurnal yang dikumpulkan dan dianalisis oleh penulis, maka berikut ringkasan table literatur review jurnal yang dianalisis:

**Tabel 2.** Beberapa Ringkasan Jurnal Relevan yang di Review

No	Judul	Penulis (Tahun)	Prosedur Penelitian	Hasil
1.	<i>Tax morale, perception of justice, trust in public authorities, tax knowledge, and tax compliance: a study of Indonesian SMEs</i>	Timothy & Abbas (2021)	Penelitian dilakukan dengan kuesioner kepada 239 UMKM di Indonesia yang berisi 4 komponen pertanyaan tentang kepatuhan pajak, moral, kepercayaan dan keadilan. Data analisis menggunakan <i>Structural Equation Modeling Maximum Likelihood Estimator</i> (SEM MLE)	Terdapat hubungan korelasi positif antara moral pajak, kepercayaan pada otoritas publik, persepsi keadilan, dan pengetahuan mengenai pajak terhadap ketaatan wajib pajak UMKM
2	<i>Enhancing Tax Compliance in MSME Tax Reporting: The</i>	Ariana, Widjaja & Michael (2024)	Menggunakan metode kuantitatif dengan menyebar kuesioner terhadap 100 UMKM di	Kesadaran pajak dan kepercayaan mempengaruhi ketaatan wajib pajak

---

<i>Role of Tax</i>	Tanah Abang, Jakarta.	UMKM, namun
<i>Awareness,</i>	Data dianalisis dengan	sosialisasi pajak
<i>Trust, and</i>	SEM-PLS	tidak memberikan
<i>Socialization</i>		pengaruh positif.
<b>3.</b> <i>Trust, power and religiosity in Indonesian micro small and medium sized enterprises tax compliance</i>	Pradnyanit asari, et al (2025)	Penelitian dengan menyebar kuesioner terhadap 145 UMKM di Bali dan 121 UMKM di Malang dengan variabel kepercayaan, kekuasaan, karma dan kepatuhan wajib pajak. Data dianalisis dengan SEM-PLS
Variabel kepercayaan, kekuasaan, dan religiositas berpengaruh terhadap ketaatan wajib pajak UMKM di Indonesia.	Hartanto (2025)	Data kuantitatif didapat melalui menyebar kuesioner secara online dalam bentuk google form. Sampel sejumlah 73 UMKM di Jakarta. Data dianalisis dengan menggunakan SmartPLS.
<b>4.</b> <i>The Influence Of Tax Knowledge, Tax Socialization, And Tax Sanctions On Tax Compliance Of MSME Actors With Tax Service Quality As A Moderating Variable</i>		Pengetahuan mengenai pajak, sosialisasi pajak, dan sanksi perpajakan menunjukkan pengaruh positif terhadap ketaatan wajib pajak UMKM, dengan kualitas layanan pajak sebagai variabel pemoderasi.
<b>5.</b> <i>Pengaruh Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, Penerapan PP No. 23 Tahun 2018, Dan Sanksi</i>	Noviana, et al (2020)	Penelitian menggunakan data primer dengan menyebar kuesioner dengan sampel 95 UMKM di Kabupaten Sampang. Data diolah
Faktor tarif pajak, penerapan PP Nomor 23 Tahun 2018 dan sanksi pajak secara simultan memiliki		

---

			menggunakan analisis analisis regresi linear berganda	pengaruh positif terhadap ketaatan wajib pajak UMKM, sedangkan sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh.
6.	Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia	Zulma (2020)	Populasi dan sampel adalah UMKM di Indonesia. Data kuesioner terkumpul sebanyak 154 dan dianalisis menggunakan model regresi dengan SPSS statistic 23.	Faktor pengetahuan, administrasi serta sanksi pajak memiliki korelasi positif dalam meningkatkan kepatuhan pajak UMKM di Indonesia
7.	<i>Literature Review</i> Pengaruh Penerapan Pajak UMKM, Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	Ristanti, Khasanah & Kuntadi (2022)	Penelitian menggunakan metode <i>literature review</i> dengan variabel Pengetahuan pajak, sanksi pajak, kesadaran WP dan kepatuhan WP UMKM. Sumber data dari media online <i>Google Scholar</i> dan <i>Mendeley</i> .	Pengetahuan mengenai pajak, sanksi pajak dan tingkat kesadaran berdampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM
8.	Pengaruh Sosialisasi, Sanksi, dan Kesadaran Pajak terhadap	Permana & Sabarudin (2025)	Menggunakan metode kuantitatif dengan menyebar kuesioner secara offline dan online	Adanaya pengaruh positif dan signifikan mengenai variabel sosialisasi pajak,

---

Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Tangerang	terhadap 87 wajib pajak UMKM di Kota Tangerang. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antara variabel independen terhadap kepatuhan wajib pajak.	sanksi pajak dan kesadaran akan pajak terhadap ketaatan wajib pajak UMKM di Kota Tangerang	
9. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM <i>E-Commerce</i>	Maxuel & Primastiwi (2021)	Metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan data primer (kuesioner) yang disebar kepada UMKM e-commerce. Data dari 100 responden dianalisis dengan SPSS 17.0	Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan sanksi perpajakan memiliki pengaruh negatif pada tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM <i>E-Commerce</i>
10. Literature Reiew Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Pajak Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada UMKM	Murti, et al (2024)	Penelitian dilakukan terhadap UMKM di Kabupaten Bandung. Metode yang digunakan <i>literature review</i> , data diambil dari google cendekia, Mendeley dan database akademik lainnya	Pengetahuan mengenai pajak, kualitas pelayanan perpajakan, dan sosialisasi perpajakan secara efektif dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM

---

---

	di Kabupaten Bandung			
<b>11.</b>	Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah	Hura & Kakisina (2022)	Penelitian menggunakan data primer dari hasil kuesioner dan wawancara. Responden sebanyak 47 pelaku usaha UMKM di kota Gunungsitoli yang terdaftar di KPP Pratama Sibolga. Menggunakan metode analisis kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier.	Ada pengaruh positif antara sosialisasi perpajakan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM
<b>12.</b>	Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Pemahaman Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19	Yulianti (2022)	Metode penelitian kualitatif, data dikumpulkan dengan survey dengan menyampaikan sebuah pernyataan pada para pelaku UMKM di KPP Pratama Tegal yang telah memiliki NPWP. Hasil responden diukur dengan skala likert.	Sosialisasi pajak, kesadaran para wajib pajak dan pemahaman yang insentif terhadap pajak memiliki dampak positif terhadap ketaatan wajib pajak UMKM
<b>13.</b>	Pengaruh Kepercayaan pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak, dan Rasa Nasionalisme	Suyitno & Virlanda (2022)	Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 wajib pajak UMKM di Kelurahan Kebayoran Lama. Data dianalisa	Kepercayaan pada pemerintah, sosialisasi pajak, dan rasa nasionalisme berpengaruh positif dan signifikan pada

---

			terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	dengan menggunakan metode uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.	tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM
<b>14.</b>	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Kepercayaan Kepada Pemerintah, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Rizalti & Iskandar (2025)	Jumlah sampel 97 Wajib Pajak UMKM di Jagakarsa, Jakarta Selatan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis melalui statistik deskriptif dan uji hipotesis dengan SmartPLS 4.	Kesadaran dan sanksi perpajakan memiliki dampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak di kecamatan Jagakarsa, namun tingkat kepercayaan tidak memiliki pengaruh	
<b>15.</b>	Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sosialisasi Pajak, Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Survey Pada Pedagang Batik di Pasar Klewer Surakarta)	Handayani Harimurti & Kristanto (2020)	Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang diberikan kepada 50 pedagang batik. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.	Sosialisasi pajak dan tingkat kepercayaan memiliki dampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, sedangkan pemahaman tentang peraturan pajak tidak berpengaruh.	
<b>16.</b>	Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Insentif Pajak Terhadap	Fazriputri, Widiasturi & Lastiningsih	Penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 108 wajib pajak UMKM di Kota Bekasi. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data dengan	Sosialisasi mengenai pajak dan pemahaman insentif pajak memiliki dampak positif terhadap kepatuhan	

Kepatuhan Wajib Pajak Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi UMKM di Kota Bekasi)		menggunakan metode Partial Least Square (PLS)	wajib pajak UMKM di Kota Bekasi
17. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Keadilan Perpajakan Serta Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Rahman & Syarli (2023)	Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 pelaku UMKM di wilayah Pekanbaru kec.Tampan. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah Structural Equation Modelling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan alat analisis SmartPLS 4.0.	Sosialisasi mengenai pajak, keadilan perpajakan dan tingkat kepercayaan memberi dampak positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM. Sedangkan tarif perpajakan memiliki dampak negatif.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil studi literatur pada 48 jurnal penelitian ditemukan 32 jurnal penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan dan tingkat kepercayaan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, dan 8 jurnal menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan.

#### a. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hartanto (2025) terhadap 73 responden wajib pajak yang ada di wilayah Jakarta, menunjukkan bahwa indikator sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan para wajib pajak UMKM, dimana indikator sosialisasi dan pelayanan perpajakan yang dilakukan oleh pegawai pajak sudah cukup baik dalam memberikan informasi-informasi yang mudah untuk dipahami oleh wajib pajak. Penelitian ini

juga sejalan dengan penelitian dari Permana & Sabarudin (2025) yang menyatakan bahwa baik secara simultan maupun parsial variabel sosialisasi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Tangerang, dimana peran edukasi mengenai pajak sangat membantu meningkatkan kepatuhan membayar pajak.

Melalui sosialisasi perpajakan seperti seminar dan penyuluhan pajak, wajib pajak dapat mengetahui atau mengakses dengan mudah informasi tentang pajak, sehingga wajib pajak UMKM mudah mendapatkan informasi mengenai pajak. Dengan mengikuti kegiatan sosialisasi perpajakan juga dapat meningkatkan motivasi, pengetahuan dan wawasan para wajib pajak sehingga wajib pajak akan berperilaku patuh terhadap kewajiban perpajakannya (Yulia, et al (2020), Utami, Suwarti, & Masdjojo (2023) juga menyatakan hal serupa dalam penelitiannya pada UMKM di kota Semarang bahwa sosialisasi perpajakan yang diupayakan oleh Dirjen Pajak dalam memberikan edukasi mengenai perpajakan dan peraturan perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak karena dengan adanya sosialisasi maka pengetahuan dan kesadaran perpajakan akan meningkat yang akan sejalan dengan peningkatan kepatuhan wajib pajak UMKM.

Selain itu, sesuai dengan hasil penelitian-penelitian terdahulu lainnya seperti Putri & Wibowo (2021), Fazriputri, Widiasturi & Lastiningsih (2021), Yulianti (2022), Hura & Kakisina (2022), Suyitno & Virlanda (2022), Lolowang, Sabijono & Wokas (2022), Adawiyah, Rahmawati & Eprianto (2023), dan Murti, et al (2024) yang menyatakan hasil yang serupa, dimana sosialisasi berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak. Dari penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan berdampak terhadap kemauan para wajib pajak UMKM untuk patuh akan kewajibannya dalam membayar pajak.

#### **b. Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini didukung dengan hasil penelitian Ristanti, Khasanah & Kuntadi (2022) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dari sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Zulma (2020) terhadap pelaku usaha UMKM di Indonesia yang menunjukkan bahwa sanksi yang efektif dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Upaya pemerintah dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dapat dilakukan dengan mempertegas terkait sanksi pajak. Hasil penelitian oleh Putra (2020) terhadap UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Kabupaten Sleman mendukung hal tersebut, dimana sanksi pajak secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap kepatuhan UMKM. Sanksi pajak yang berat akan cenderung membuat wajib pajak berfikir ulang untuk tidak mematuhi kewajiban perpajakannya dan sebaliknya jika sanksi pajak yang

diberikan ringan maka kecenderungan untuk mengabaikan kewajiban perpajakannya akan besar.

Hasil penelitian Rizalti & Iskandar (2025) juga menunjukkan hasil serupa, yaitu bahwa sanksi perpajakan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak di wilayah Kecamatan Jagakarsa, dimana wajib pajak merasa bahwa sanksi memberikan mereka rasa takut dan jera jika melanggarnya. Sanksi pajak yang semakin tegas akan membantu wajib pajak untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya (Sabila & Furqon, 2020). Hal senada juga ditunjukkan dari hasil penelitian Andreansya & Farina (2022) yang mengambil sampel wajib pajak UMKM di Pasar Rebo Jakarta Timur, dimana hasil penelitian menunjukkan variabel sanksi pajak memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Semakin tegas sanksi administrasi dan pidana diberlakukan, maka dapat meningkatkan kesadaran pelaku usaha UMKM sehingga kepatuhan atas perpajakan akan semakin meningkat.

Penelitian-penelitian terdahulu lainnya seperti Hapsari & Rahmayanti (2022), dan Yanti & Wijaya (2023) juga menunjukkan hasil yang sama. Hasil temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa sanksi pajak memiliki pengaruh signifikan dalam membantu meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini memperkuat bukti bahwa dengan adanya sanksi pajak yang jelas dan tegas akan menjadikan para wajib pajak untuk lebih patuh dalam membayarkan kewajibannya.

### **c. Pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Tingkat kepercayaan pada pemerintah berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari beberapa penelitian terdahulu, seperti Timothy & Abbas (2021) yang menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak akan meningkat apabila pemerintah bekerja secara adil dan dapat dipercaya. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Deo, Pakpahan & Tampubolon (2022) yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara tingkat kepercayaan kepada kinerja pemerintah terhadap kemauan untuk membayar pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan maka kepatuhan wajib pajak UMKM yang dihasilkan akan semakin tinggi juga.

Pemerintah perlu memperhatikan kepercayaan publik atau masyarakat jika ingin meningkatkan kepatuhan para wajib pajak UMKM (Handayani, Harimurti & Kristanto, 2020; Rahman & Syarli, 2023). Jika wajib pajak beranggapan pemerintah tidak adil dan amanah, maka wajib pajak akan enggan dalam membayar pajak. Tingkat kepercayaan memainkan peran penting dalam membantu penguatan kepatuhan wajib pajak. Pemerintahan yang efektif, adil dan terpercaya dapat membantu meningkatkan kepercayaan yang diberikan oleh wajib pajak (Sari & Hermanto, 2020).

Penelitian dari Pauji (2020) juga menunjukkan hasil yang sama, dimana tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, kepercayaan dan hukum merupakan wujud harapan wajib pajak kepada aparat dalam menjalankan pemerintahan. Penelitian-penelitian terdahulu lainnya yang menunjukkan hasil yang sama yaitu; Ibrahim, Ibrahim, & Syahribulan (2020), Qadariah, Diana, & Junaidi (2021) Zainudin, Nugroho, & Muamarah (2022), Sari, Gunawan, & Elvina (2022), Swadnyani & Martini (2024) dan Fadhilatunisa, et al (2025), dimana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan kepada pemerintah memberikan dampak terhadap motivasi para wajib pajak dalam membayarkan kewajiban perpajakannya.

## **2. Tidak ada Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Dari Hasil studi literatur pada 48 jurnal penelitian yang dianalisis terdapat 8 artikel yang menunjukkan hasil pengaruh negatif antara sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan dan tingkat kepercayaan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

### **a. Tidak ada Hubungan antara Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Dari 16 artikel terkait dengan pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM terdapat 4 artikel yang menunjukkan hasil negatif, dimana sosialisasi tidak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini ditunjukkan dari hasil penelitian dari Ariana, Widjaja & Michael (2024) dimana sosialisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak. Dari hasil survey UMKM di Tanang Abang Jakarta, menyatakan bahwa meskipun sosialisasi telah banyak dilakukan oleh pemerintah melalui berbagai media sosial, namun sosialisasi tersebut dinilai tidak efektif karena masih banyak kendala dalam fasilitas infrastruktur dan sulitnya akses terhadap layanan pajak oleh setiap wajib pajak UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Permata dan Murtanto (2022) juga membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di kota Bengkulu. Sosialisasi tidak berpengaruh positif disebabkan oleh belum adanya kesiapan fiskus dalam melayani dan memberikan informasi serta pembinaan kepada wajib pajak. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Yuniarta & Purnamawati (2020) dengan sampel UMKM di Bali, dimana hasilnya juga membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Noviana, et al (2020) terhadap pelaku UMKM dikabupaten Sampang juga mendukung hasil tersebut,

dimana variabel sosialisasi perpajakan jika diuji secara parsial tidak memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Adanya perbedaan hasil pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dipengaruhi oleh beberapa aspek, seperti adanya perbedaan kualitas dan efektivitas pelaksanaan sosialisasi di setiap daerah serta kurangnya dukungan infrastruktur dan layanan dari aparat pajak (fiskus). Banyak program sosialisasi pajak hanya dilakukan secara umum dan formal, bukan berdasarkan kebutuhan nyata UMKM. Hal ini sering menyebabkan sosialisasi yang dilakukan tidak tepat sasaran. Di kota besar kepatuhan wajib pajak UMKM lebih dipengaruhi oleh intensitas pengawasan pajak dan kemudahan sistem pembayaran.

#### **b. Tidak ada Hubungan antara Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Hasil negatif mengenai pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM ditunjukkan dari penelitian Maxuel & Primastiwi (2021) dan Widyanti, et al (2021). Dari kedua penelitian mereka dengan mengambil sampel terhadap UMKM *e-commerce* menunjukkan hasil bahwa sanksi perpajakan tidak mempengaruhi kepatuhan para wajib pajak. Pengaruh negatif ini dapat disebabkan karena karakteristik dari UMKM yang digunakan sebagai sampel yaitu UMKM bentuk *e-commerce*. Karakteristik usaha yang dilakukan secara online cenderung sulit terdeteksi secara langsung oleh otoritas pajak, dimana pelaku usaha online sering bersifat independen, *mobile* dan informal, sehingga mereka dapat dengan mudah berpindah *platform* atau mengganti akun tanpa terdeteksi oleh pihak yang berwenang, sehingga ada atau tidaknya sanksi pajak tidak akan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan para wajib pajak dalam membayarkan kewajibannya.

#### **c. Tidak ada Hubungan antara Tingkat Kepercayaan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Tingkat kepercayaan wajib pajak terhadap kinerja pemerintah maupun otoritas pajak dapat menjadi variabel yang mampu membantu dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Namun, dari hasil studi literatur 14 artikel terdapat penelitian yang menunjukkan hal yang sebaliknya, dimana kepercayaan terhadap pemerintah memiliki dampak negatif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Penelitian Sulistyowati, et al (2024) yang menguji pengaruh kepercayaan kepada kinerja pemerintah terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yang berpenghasilan lebih dari 500 juta per tahun di Kemayoran, Jakarta, menunjukkan pengaruh yang negatif. Penelitian serupa oleh Amah, Febrilyantri, & Lestari (2023) yang meneliti di Ngawi, Jawa Timur juga menunjukkan hasil yang sama, dimana tingkat kepercayaan pada pemerintah tidak mampu memoderasi pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Adanya perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh kepercayaan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya bisa dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik dari sampel penelitian yang digunakan. Penggunaan sampel penelitian pada wilayah yang luas atau kota-kota besar/daerah maju akan menunjukkan hasil pengaruh yang negatif. Hal ini dapat dipengaruhi karena selain wajib pajak UMKM di kota besar telah memperoleh pendapatan yang relatif besar, mereka umumnya juga memiliki pola pikir yang lebih rasional dan ekonomi-sentris. Artinya, mereka menilai kepatuhan pajak bukan dari rasa percaya atau tidak kepada pemerintah, tetapi dari perhitungan untung-rugi. Oleh karena itu, meskipun mereka percaya pada pemerintah, keputusan membayar pajak tetap didasarkan pada logika bisnis, bukan pada kepercayaan moral atau emosional.

### **3. Faktor Lain yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Berdasarkan penelitian-penelitian lainnya, terdapat faktor-faktor selain sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan dan tingkat kepercayaan yang ternyata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pemahaman perpajakan, seperti yang diamati oleh Hapsari & Rahmayanti (2022), Ridhotin & Ardini (2022) dan Adawiyah, Rahmawati & Eprianto (2023) berperan penting karena wajib pajak yang memiliki pemahaman yang baik mampu mendukung peningkatan tingkat kepatuhan mereka. Selain itu, norma sosial seperti yang diungkapkan oleh Dahrani, et al (2021) dan Wahyuni (2024), persepsi keadilan yang diteliti oleh Saputri & Nuswantara (2021), serta rasa nasionalisme (Suyitno & Virlanda, 2022) juga dapat menjadi faktor pendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak UMKM.

Faktor lainnya, seperti kualitas pelayanan dan kemudahan administrasi seperti yang diteliti oleh Juhairiyeh, Tampubolon, & Sopian (2023) dan Hartanto (2025) juga berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, kesadaran wajib pajak seperti yang dipaparkan oleh Ariana, Widjaja & Michael (2024) dan Hufrona & Rahmawati (2024) juga turut berkontribusi, dimana semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak, maka pelaksanaan kewajiban perpajakan menjadi semakin baik dan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil tinjauan literatur yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor seperti sosialisasi perpajakan, pemberian sanksi perpajakan dan tingkat kepercayaan secara umum dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan kepatuhan para wajib pajak UMKM. Ketiga faktor tersebut secara parsial terbukti mampu mendorong para pelaku UMKM untuk lebih taat dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Namun demikian, terdapat pula penelitian lain yang menunjukkan hasil yang berlawanan dimana pengaruh ketiga

faktor tersebut dapat menjadi tidak signifikan, seperti pada UMKM di kota-kota besar atau sektor digital (*e-commerce*). Hal ini disebabkan oleh perbedaan karakteristik wajib pajak, tingkat efektivitas sosialisasi, lemahnya penegakan sanksi, serta rendahnya persepsi manfaat pajak secara langsung.

Selain tiga faktor tersebut, dari hasil analisis literatur review diketahui juga bahwa terdapat faktor-faktor lainnya yang dapat menjadi pendorong dalam meningkatkan kepatuhan dan ketaatan wajib pajak UMKM. Beberapa faktor-faktor tersebut seperti pengetahuan mengenai pajak, norma sosial, persepsi keadilan, rasa nasionalisme, kualitas pelayanan dan kesadaran wajib pajak. Faktor-faktor ini secara bersama-sama dapat memperkuat perilaku patuh pajak yang bersifat sukarela.

Melihat dari hasil studi literatur yang telah dilakukan, maka dalam menghadapi tantangan ekonomi, diperlukan strategi dalam mengelola sumber pendapatan negara, terutama dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan negara dari sumber perpajakan. Tinjauan literatur dalam penelitian ini dapat membantu memberikan gambaran yang lebih mendalam kepada pemerintah dan pengelola pajak dalam hal mengembangkan kebijakan yang efektif dan efisien. Diharapkan Direktorat Jenderal Pajak dapat memperkuat pendekatan edukatif dan pelayanan berbasis digital yang lebih ramah agar setiap kebijakan yang dibuat dapat mengakomodasi kebutuhan setiap wajib pajak sehingga tercipta kepatuhan pajak yang berkelanjutan.

## **REKOMENDASI**

Melihat hasil dari penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa rekomendasi:

1. Bagi pemerintah dan Otoritas Pajak
  - a. Mengembangkan metode sosialisasi perpajakan yang inovatif, efisien dan menarik, terutama dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial.
  - b. Pemberian sanksi tegas terhadap para pelanggar pajak untuk memberikan efek jera dan memberikan *reward* yang sesuai bagi para wajib pajak yang taat.
  - c. Pemerintah perlu memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan pajak, agar pelaku UMKM dapat melihat manfaat nyata dari pajak yang dibayarkan
2. Bagi Perusahaan Digital

Mengembangkan media digital atau aplikasi yang dapat digunakan untuk memantau pengelolaan pajak sehingga terdapat transparansi dalam mengelola penerimaan dan penggunaan pajak.
3. Bagi Akademisi

Karena keterbatasan dari uji analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode campuran (*mix method*) dan memasukan variabel tambahan lainnya. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan sistem pencarian data yang lebih bervariasi untuk menghasilkan data yang lebih banyak dan mendapatkan hasil yang lebih komperhensif dalam rangka meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM.

## REFERENSI

- Amah, Febrilyantri, & Lestari. (2023). Insentif Pajak Dan Tingkat Kepercayaan: Pengaruhnya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ekonomi*, 28(1), 1–19. <https://doi.org/10.24912/je.v28i1.1266>
- Andreansyah, F., & Farina, K. (2022). Analisis Pengaruh Insentif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jesya*, 5(2), 2097–2104. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.796>
- Ariana, I., Widjaja, T., & Michael, R. (2024). Enhancing Tax Compliance in MSME Tax Reporting: The Role of Tax Awareness, Trust, and Socialization. *Journal of Accounting and Taxation Research*, 16(2), 101–115.
- Cahyani, L. P. G., & Noviani, N. (2019). Pengaruh Tarif Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(3), 1885-1911.
- Dahrani, D., Sari, M., Saragih, F., & Jufrizen, J. (2021). Model Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak yang Melakukan Usaha di Kota Medan). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2).
- Deo, P. P., Pakpahan, Y., & Tampubolon, L. D. (2022). Pengaruh Tarif Pajak UMKM, Pemahaman Peraturan Perpajakan, dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 3652.
- Handayani, E. P., Harimurti, F., & Kristanto, D. (2020). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Survey pada Pedagang Batik di Pasar Klewer Surakarta). *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, 16(3), 345–356.
- Hapsari & Ramayanti (2022). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 16-24. Retrieved from <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1311>
- Hartanto, G. (2025). *The Influence of Tax Knowledge, Tax Socialization, and Tax Sanctions on Tax Compliance of MSME Actors With Tax Service Quality as a Moderating Variable*. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 4(10), 1587–1599.
- Hartono, & Sianturi, R. F. (2021). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak pada UMKM yang ada di Kota Medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 21(2), 145–156.
- Hidayat, R. (2022). Sosialisasi Perpajakan Berbasis UMKM dan Pengaruhnya terhadap Kepatuhan Sukarela. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 15(3), 201–213.
- Hufrona, A. F. M., & Rahmawati, M. I. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Pemahaman Dan Kesadaran Wajib Pajak Umkm Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. 13.
- Juhairiyeh, S., Tampubolon, F. R. S., & Sopian. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan , Sanksi Pajak , dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak ( Studi Kasus

- pada UMKM di Kecamatan Koja ). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 7898–7906.
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan Edisi Terbaru 2018*. Yogyakarta: Andi.
- Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-commerce. *Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi (JASa)*, 5(2), 243–254.
- Noviana, R., Afirudin, A., & Hariri, H. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, Penerapan PP No. 23 Tahun 2018, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 8(1), 11–22.
- Nurma Risa, & Puspita Sari, M. R. (2021). Pengaruh penerapan PP Nomor 23 Tahun 2018 dan Modernisasi Perpajakan Serta Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Bekasi. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 13(2), 56–65.
- Pauji, S. N. (2020). Hubungan Tingkat Pendidikan, Kesadaran, Kepercayaan, Pengetahuan, Masyarakat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 48–58.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03 Tahun 2007 Tentang Tata Cara Penetapan Wajib Pajak Dengan Kriteria Tertentu Dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak.
- Permana, R. B., & Sabarudin, S. (2025). Pengaruh Sosialisasi, Sanksi, dan Kesadaran Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Tangerang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 26458–26462. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.31071>
- Permata, S. D., & Murtanto. (2022). Influence of incentive policy taxes and tax services on taxpayer compliance with tax socialization as a moderating variable in MSME taxpayers during the Covid-19 Pandemic. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5(3), 20962–20974. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6115>
- Purnamasari, A., Pratiwi, U., & Sukirman. (2018). Pengaruh Pemahaman, Sanksi Perpajakan, Tingkat Kepercayaan Pada Pemerintah Dan Hukum, Serta Nasionalisme Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar PBB-P2 (Studi Pada Wajib Pajak PBB-P2 di Kota Banjar). *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 14, 22-38
- Putra, A. F. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM: Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, dan Modernisasi Sistem. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 7(01), 1–12. <https://doi.org/10.35838/jrap.v7i01.1212>
- Rahman, A., & Syarli, A. Z. (2023). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Keadilan Perpajakan serta Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Tax Center*, 4(2).
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan: Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ridho Tin, N. F., & Ardini, L. (2022). Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Sanksi Perpajakan Kemudahan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(9).
- Risa, N., & Sari, M. R. P. (2021). Pengaruh Penerapan PP Nomor 23 Tahun 2018 Dan Modernisasi Perpajakan Serta Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Bekasi. *Jurnal Riset Akuntansi & Komputerisasi Akuntansi*, 12(83), 20–37.
- Ristanti, F., Khasanah, U., & Kuntadi, C. (2022). Literature Review Pengaruh Penerapan Pajak UMKM, Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 380–391.
- Rizalti, S. M., & Iskandar, D. (2025). *Pengaruh Kesadaan Wajib Pajak, Tingkat Kepercayaan Kepada Pemerintah, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM*. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 15(1), 45–60.
- Sabila, N. S. dan I. K. Furqon. 2020. Pengaruh Pengetahuam Perpajakan, Ketegasan Sanksi

- Perpajakan Dan Keadilan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi* 1(2): 263-276.
- Saputri, A. T., & Nuswantara, D. A. (2021). Pengaruh Persepsi Keadilan dan Persepsi Kemudahan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pasca Penetapan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 pada UMKM Di Jombang. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 9(2), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/akunesa.v9n2.p%25p>
- Sari, L. R. W., & Hermanto, S. B. (2020). Pengaruh kepercayaan, keadilan prosedural, sanksi pajak, dan moral perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(2).
- Soda, J., Sondakh, J. J., & Budiarso, N. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak dan Persepsi Keadilan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1047–1057.
- Sulistiyowati, Rusli, D., Chusnah, F. N., Supriati, D., & Annisa, A. (2024). Taxpayer Compliance of MSME: The Role of Tax Knowledge, Tax Office Service Quality, and Trust in the Government. *Taxation and Public Finance*, 1(2), 61–70. <https://doi.org/10.58777/tpf.v1i2.230>
- Suyitno, A., & Virlanda, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan pada Pemerintah, Sosialisasi Pajak, dan Rasa Nasionalisme terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10(2), 120–134.
- Utami, I., Suwarti, T., & Masdjojo, G. N. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Pajak, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 6(1), 10–21. <https://doi.org/10.53494/jira.v9i1.196>
- Widyanti et al., 2021. “Pengaruh tingkat pemahaman, sanksi, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM”. *Jurnal Management, Business, and Accounting*.
- Yulia, Y., Wijaya, R. A., Sari, D. P., & Adawi, M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendidikan dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada UMKM di Kota Padang. *Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 305–310. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Yuniarta, G. A., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Spiritual, psychological and social dimensions of taxpayers compliance. *Journal of Financial Crime*, 27(3), 995–1007. <https://doi.org/10.1108/JFC-03-2020-0045>
- Zulma, G. W. M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 288-294.