

Peran Faktor Internal, Eksternal Dan Teknologi Dalam Meningkatkan Kesadaran Pajak UMKM Di Kabupaten Semarang

Krisnanda Puji Setiani¹, Dewi Widyaningsih²

Program Studi Akuntansi Perpajakan, Universitas Sains Dan Teknologi Komputer

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 12 November 2025

Revised: 06 Maret 2026

Accepted: 30 Maret 2026

Keywords:

Literasi Pajak,
Literasi Keuangan,
Kualitas Pelayanan Fiskus,
Sosialisasi Pajak,
Digitalisasi Pajak,
Kesadaran Pajak UMKM.

ABSTRACT

Tujuan Penelitian: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor internal, eksternal, dan teknologi terhadap kesadaran pajak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta mengisi kesenjangan penelitian terkait integrasi ketiga faktor tersebut dalam menjelaskan perilaku kesadaran pajak UMKM.

Metode Penelitian: Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Sampel penelitian sebanyak 60 pelaku UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Semarang, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Variabel penelitian meliputi literasi pajak dan literasi keuangan (faktor internal), sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan fiskus (faktor eksternal), serta digitalisasi pajak (faktor teknologi). Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25.

Originalitas/Novelty: Kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan model analisis yang mengintegrasikan faktor internal, eksternal, dan teknologi secara simultan dalam menjelaskan kesadaran pajak UMKM pada konteks daerah.

Hasil Penelitian: Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi pajak, literasi keuangan, dan kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak UMKM. Sementara itu, sosialisasi perpajakan dan digitalisasi pajak tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Namun secara simultan seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap kesadaran pajak.

Implikasi: Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi dan kualitas pelayanan fiskus dalam mendorong kesadaran pajak UMKM serta memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan literatur perpajakan UMKM.

Research Objectives: This study aims to analyze the influence of internal, external, and technological factors on tax awareness among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), while addressing the research gap related to the integration of these three factors in explaining MSME tax compliance behavior.

Research Method: This study employs a quantitative approach using primary data collected through questionnaires. The sample consists of 60 MSME actors registered at the Department of Cooperatives and MSMEs of Semarang Regency, selected using purposive sampling. The research variables include tax literacy and financial literacy (internal factors), tax socialization and the quality of tax officer services (external factors), and tax digitalization (technological factor). The data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25.

Originality/Novelty: The novelty of this study lies in the development of a comprehensive analytical model that simultaneously integrates internal, external, and technological factors in explaining MSME tax awareness within a regional context.

Research Results: The results show that tax literacy, financial literacy, and the quality of tax officer services have a positive and significant effect on MSME tax awareness. Meanwhile, tax socialization and tax digitalization do not have a significant partial effect. However, all variables simultaneously have a significant effect on tax awareness.

Implications: These findings highlight the importance of improving literacy and the quality of tax services to enhance MSME tax awareness and provide empirical contributions to the MSME taxation literature.

Copyright © by Author(s)

This is an open-access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



Corresponding Author:

Krisnanda Puji Setiani,

Program Studi Akuntansi Perpajakan, Universitas Sains Dan Teknologi Komputer

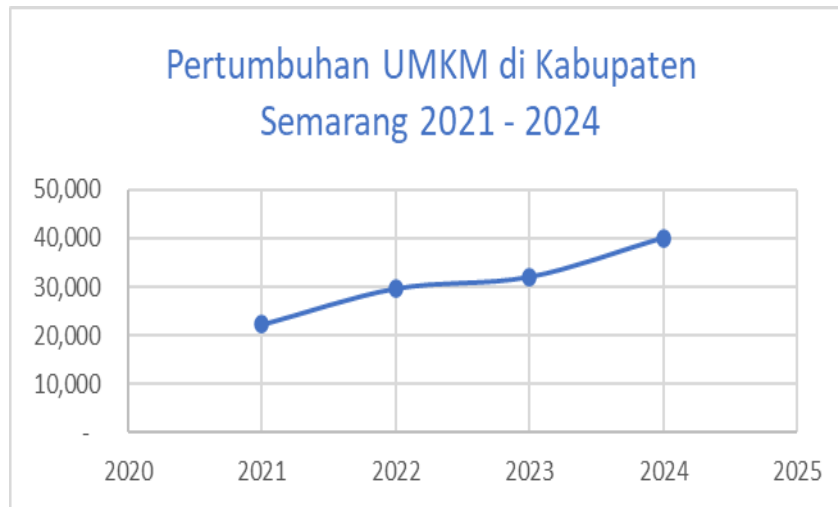
Jalan Diponegoro No.3-5, Ungaran, Kuncen, Ungaran, Kec. Ungaran Barat, Semarang, Jawa Tengah 50511, Indonesia

Email: krisnandasetiani276@gmail.com

Pendahuluan

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi digital saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat strategis dalam meningkatkan pertumbuhan

ekonomi Indonesia. UMKM bukan hanya berfungsi sebagai pilar utama perekonomian nasional, tetapi juga berkontribusi dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta mendorong aktivitas ekonomi berbasis kerakyatan di berbagai wilayah. (Suci Ramadani et al., 2025).



Gambar 1. Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Semarang
Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Berdasarkan Gambar 1, jumlah UMKM di Kabupaten Semarang menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun. Pada periode 2021–2022 jumlah UMKM meningkat sebesar 33%, kemudian meningkat kembali sebesar 8% pada periode 2022–2023, dan kembali mengalami kenaikan sebesar 25% pada periode 2023–2024. Peningkatan jumlah UMKM tersebut menunjukkan bahwa sektor UMKM terus berkembang dan memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian daerah.

Secara nasional, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga mengalami perkembangan yang pesat. Data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menunjukkan bahwa hingga akhir tahun 2023 sekitar 22 juta UMKM atau sekitar 33,6% dari total unit usaha telah mengadopsi ekonomi digital, dengan target pemerintah mencapai 30 juta UMKM digital pada tahun 2024. Selain itu, sektor UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan mampu menyerap hampir 97% tenaga kerja di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2025). Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki potensi ekonomi yang sangat besar, termasuk sebagai sumber penerimaan pajak negara.

Namun demikian, besarnya potensi tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan optimalnya penerimaan pajak dari sektor UMKM. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi penerimaan pajak yang dapat dihasilkan dari pertumbuhan jumlah UMKM dengan realisasi penerimaan pajak yang masih belum maksimal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tingkat kesadaran dan kepatuhan pajak pelaku UMKM masih menjadi tantangan dalam sistem perpajakan.

Di Kabupaten Semarang, berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran perpajakan pelaku UMKM, antara lain melalui program sosialisasi perpajakan, edukasi mengenai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), tarif Pajak Penghasilan (PPh) final UMKM, serta pelatihan pengisian Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan secara manual maupun elektronik melalui sistem e-form dan e-billing. Penelitian Sugiyanto et al. (2025) menunjukkan bahwa pelatihan perpajakan berbasis partisipatif mampu meningkatkan pemahaman pajak pelaku UMKM hingga 70%. Meskipun demikian, peningkatan pemahaman tersebut belum tentu sepenuhnya tercermin dalam perilaku kesadaran pajak. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kesadaran pajak pelaku UMKM, khususnya yang berkaitan dengan faktor internal, faktor eksternal, serta faktor teknologi dalam konteks UMKM di Kabupaten Semarang.

Menurut Setiawan (2023) kesadaran pajak pelaku UMKM di Kabupaten Semarang memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), mengingat UMKM merupakan salah satu kontributor utama dalam sektor ekonomi lokal. Semakin tinggi kesadaran pajak pelaku UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakan secara langsung berdampak pada penerimaan daerah. Penerimaan pajak daerah di Kabupaten Semarang menunjukkan bahwa realisasi yang dicapai

hingga saat ini masih belum sesuai dengan target yang telah ditetapkan pemerintah daerah hal ini dibuktikan dengan table 1.

Tabel 1 Target dan Realisasi Pajak UMKM Kabupaten Semarang 2021 - 2024

Tahun	Target Pajak	Realisasi Pajak
2021	190,701,000,000	161,450,000,000
2022	248,762,457,000	222,457,249,841
2023	270,425,627,000	253,685,038,234
2024	280,000,000,000	268,437,000,000

Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Berdasarkan data pada tabel di atas, terlihat bahwa realisasi penerimaan pajak daerah dari tahun 2021 hingga 2024 selalu berada di bawah target yang telah ditetapkan. Pada tahun 2021, realisasi pajak hanya mencapai Rp161,45 miliar dari target Rp190,70 miliar, begitu pula tahun 2022 yang hanya terealisasi Rp222,45 miliar dari target Rp248,76 miliar. Tren serupa terjadi di tahun 2023 dan 2024, di mana realisasi masing-masing sebesar Rp253,68 miliar dan Rp268,43 miliar masih belum mampu menyamai target yang ditetapkan, yaitu Rp270,42 miliar dan Rp280 miliar. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara target dan realisasi penerimaan pajak daerah, sehingga upaya peningkatan kesadaran pajak dan optimalisasi pemungutan masih perlu diperkuat.

Kesenjangan antara target dan realisasi penerimaan pajak tersebut mengindikasikan bahwa potensi penerimaan pajak daerah belum sepenuhnya tergali secara maksimal. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi kondisi tersebut adalah tingkat kesadaran pajak wajib pajak, termasuk pelaku UMKM yang jumlahnya terus meningkat dan memiliki potensi besar sebagai sumber penerimaan pajak. Dengan demikian, peningkatan jumlah UMKM seharusnya dapat berkontribusi terhadap peningkatan penerimaan pajak daerah apabila diikuti oleh tingkat kesadaran pajak yang tinggi. Namun pada kenyataannya, kontribusi tersebut belum optimal, sehingga menunjukkan bahwa kesadaran pajak pelaku UMKM masih menjadi permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kesadaran pajak UMKM. Faktor internal seperti literasi pajak dan literasi keuangan diketahui berperan dalam membentuk pemahaman dan sikap wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan (Mardiasmo, 2020). Penelitian Kumanireng & Bayu Utomo (2023), Rachmawati & Ramayanti (2022), Djadjuli et al., (2024) menunjukkan bahwa literasi pajak dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran pajak UMKM. Namun demikian, penelitian lain yang dilakukan oleh Yuningsih et al., (2022) dan Muhwa (2023) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu bahwa literasi pajak dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran pajak. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi temuan empiris yang mengindikasikan perlunya penelitian lebih lanjut.

Selain faktor internal, faktor eksternal seperti sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan fiskus juga dipandang berperan dalam memengaruhi kesadaran pajak pelaku UMKM (Iswardiningrum & Andayani, 2024). Penelitian Ilham et al. (2022), Septiani et al. (2024), dan Handayani (2020) menemukan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran pajak. Akan tetapi, hasil penelitian Isna Khoirinnisa (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran wajib pajak UMKM. Temuan tersebut kembali menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian yang membuka ruang bagi penelitian lanjutan.

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi khususnya digitalisasi perpajakan juga menjadi faktor yang berpotensi memengaruhi kesadaran pajak pelaku UMKM. Digitalisasi sistem perpajakan memberikan kemudahan bagi wajib pajak dalam melakukan pelaporan dan pembayaran pajak secara elektronik. Penelitian Susilawati & Amalia (2023) menunjukkan bahwa efektivitas digitalisasi pajak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak UMKM. Namun, penelitian Reu et al. (2023) menemukan bahwa pemanfaatan teknologi informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran wajib pajak UMKM.

Hasil pra-survey sementara yang diberikan kepada 25 pelaku pajak UMKM di Kabupaten Semarang menunjukkan literasi pajak 55%, sosialisasi sebesar 80% serta kesadaran di presentasi puncak yaitu 100% ketiganya menunjukkan presentasi tinggi tetapi masih ada yang belum mengetahui tentang pentingnya kesadaran membayar pajak terutama dalam penggunaan teknologi. Perlunya kesadaran lebih

dengan berbagai faktor yang ada untuk mencapai titik puncak presentasi dalam mencapai kesadaran akan membayar pajak.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor internal, eksternal, dan teknologi terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM di Kabupaten Semarang. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur akademik di bidang perpajakan, khususnya dalam menjelaskan perilaku kesadaran pajak UMKM melalui integrasi faktor internal, eksternal, dan teknologi dalam kerangka analisis perilaku wajib pajak. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pemerintah daerah maupun otoritas perpajakan dalam merancang kebijakan yang lebih efektif, terutama dalam meningkatkan literasi pajak, memperkuat program sosialisasi perpajakan, serta mengoptimalkan pemanfaatan layanan digital perpajakan bagi pelaku UMKM sehingga upaya peningkatan penerimaan pajak daerah dapat dilakukan secara lebih tepat sasaran.

Selain itu, kebaruan penelitian ini tidak hanya terletak pada integrasi beberapa variabel dalam satu model penelitian, tetapi juga pada upaya untuk menguji secara simultan pengaruh faktor internal, faktor eksternal, dan faktor teknologi terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM dalam satu kerangka analisis perilaku wajib pajak. Penelitian ini menggunakan pendekatan teoritis yang menggabungkan teori atribusi dan Theory of Planned Behavior untuk menjelaskan bagaimana faktor-faktor tersebut membentuk sikap, persepsi, serta perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur perpajakan, khususnya dalam memahami perilaku kesadaran pajak pelaku UMKM secara lebih komprehensif.

Uraian Theory

Teori Atribusi

Teori atribusi menjelaskan bagaimana individu menafsirkan penyebab dari suatu perilaku yang dilakukan, baik yang berasal dari faktor internal maupun faktor eksternal. Teori ini dikembangkan oleh Harold Kelley melalui model kovariansi yang menyatakan bahwa atribusi seseorang ditentukan berdasarkan tiga jenis informasi, yaitu konsensus (apakah orang lain bertindak serupa dalam situasi yang sama), konsistensi (apakah perilaku tersebut muncul secara konsisten dalam situasi yang sama), dan distinktivitas (apakah perilaku tersebut khas pada situasi tertentu) (Metalsky, 2014).

Dalam konteks perpajakan, teori atribusi dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana pelaku UMKM membentuk kesadaran pajak berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku mereka. Faktor internal, seperti literasi pajak dan literasi keuangan, berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami kewajiban perpajakan sehingga memengaruhi cara mereka menilai pentingnya membayar pajak. Sementara itu, faktor eksternal seperti sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan fiskus dapat memengaruhi persepsi dan pengalaman wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Ketika wajib pajak menilai bahwa sistem perpajakan mudah dipahami dan didukung oleh pelayanan yang baik, maka atribusi yang terbentuk cenderung positif dan dapat meningkatkan kesadaran pajak. Dengan demikian, teori atribusi membantu menjelaskan bagaimana kombinasi faktor internal dan eksternal dapat membentuk perilaku kesadaran pajak pada pelaku UMKM.

Teory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB), dikembangkan oleh Ajzen (2014) merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action yang menjelaskan bahwa niat berperilaku (behavioral intention) merupakan prediktor utama dari perilaku seseorang. Niat tersebut dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subjektif (subjective norms), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control). Sikap mencerminkan evaluasi individu terhadap suatu perilaku, norma subjektif berkaitan dengan tekanan sosial atau harapan dari lingkungan sekitar, sedangkan perceived behavioral control menggambarkan sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan dan kesempatan untuk melakukan perilaku tersebut.

Dalam konteks kepatuhan dan kesadaran pajak, TPB menjelaskan bahwa perilaku membayar pajak dipengaruhi oleh sikap wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan, pengaruh lingkungan sosial, serta persepsi terhadap kemudahan atau kesulitan dalam memenuhi kewajiban tersebut. Literasi pajak dan literasi keuangan dapat membentuk sikap positif terhadap kewajiban perpajakan karena individu

memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat dan aturan pajak. Sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan fiskus dapat memengaruhi norma subjektif serta persepsi wajib pajak terhadap dukungan dari pemerintah. Selain itu, digitalisasi pajak dapat meningkatkan *perceived behavioral control* karena memberikan kemudahan dalam proses pelaporan dan pembayaran pajak. Dengan demikian, TPB memberikan kerangka teoritis untuk menjelaskan bagaimana berbagai faktor tersebut dapat memengaruhi kesadaran dan perilaku kepatuhan pajak pada pelaku UMKM.

Pengembangan Hipotesis

Peran Literasi Pajak Terhadap Kesadaran Pajak UMKM

Literasi pajak merupakan tingkat pemahaman wajib pajak mengenai peraturan, kewajiban, serta prosedur perpajakan yang berlaku. Dalam perspektif teori atribusi, tingkat pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki individu termasuk dalam faktor internal yang dapat memengaruhi bagaimana seseorang menilai dan merespons kewajiban perpajakan. Semakin tinggi literasi pajak yang dimiliki pelaku UMKM, semakin besar kemungkinan mereka mengatribusikan kewajiban pajak sebagai tanggung jawab yang harus dipenuhi secara sadar. Selain itu, dalam *Theory of Planned Behavior*, literasi pajak dapat membentuk sikap positif terhadap kewajiban perpajakan karena individu memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat dan pentingnya pajak bagi pembangunan. Sikap yang positif tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Secara empiris, hubungan antara literasi pajak dan kesadaran pajak telah dibuktikan dalam beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian Shovie Anggraeny & Santoso (2023) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi pajak yang dimiliki wajib pajak, semakin tinggi pula kesadaran mereka dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Temuan tersebut juga diperkuat oleh penelitian Herawati et al., (2022), Ramadhani & Nadia (2025), serta Umali (2024) yang menyatakan bahwa literasi pajak berpengaruh positif terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM. Dengan demikian, semakin baik tingkat pemahaman perpajakan yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula kesadaran mereka dalam menjalankan kewajiban perpajakan.

Hipotesis 1 (H1): Peran literasi pajak berpengaruh positif terhadap kesadaran pajak UMKM.

Peran Literasi Keuangan Terhadap Kesadaran Pajak UMKM

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan yang tepat terkait dengan pengelolaan keuangan, termasuk dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Dalam perspektif teori atribusi, literasi keuangan dapat dikategorikan sebagai faktor internal yang memengaruhi cara individu memahami serta merespons kewajiban yang dimilikinya. Pelaku UMKM yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengelola arus kas usaha, merencanakan pengeluaran, serta mengalokasikan dana untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara tepat. Dengan demikian, tingkat literasi keuangan yang baik dapat membentuk persepsi positif terhadap kewajiban membayar pajak sebagai bagian dari pengelolaan keuangan usaha yang sehat.

Selain itu, dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, literasi keuangan dapat memengaruhi sikap dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) wajib pajak. Individu yang memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan, seperti budgeting, forecasting, dan manajemen kredit, akan merasa lebih mampu dalam memenuhi kewajiban perpajakan karena memiliki kendali yang lebih baik terhadap kondisinya. Hal tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan kesadaran pelaku UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Secara empiris, beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan dengan kesadaran pajak UMKM. Penelitian Hanindita & Retnani (2019) menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan menyebabkan pelaku UMKM kurang memahami kewajiban perpajakan, merasa khawatir terhadap beban pajak yang harus dibayar, serta kurang mampu mengelola keuangan usahanya secara efektif. Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian Utama & Suryani (2023), Zahra et al., (2023), serta Shariff & Musau (2024) yang menemukan bahwa *financial literacy*, seperti kemampuan dalam budgeting, forecasting, dan manajemen kredit, berpengaruh positif terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM.

Hipotesis 2 (H2): Peran literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM.

Peran Sosialisasi Pajak Terhadap Kesadaran Pajak UMKM

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya yang dilakukan oleh otoritas pajak untuk memberikan informasi, edukasi, dan pemahaman kepada wajib pajak mengenai peraturan, prosedur, serta manfaat perpajakan. Dalam perspektif teori atribusi, sosialisasi perpajakan dapat dikategorikan sebagai faktor eksternal yang memengaruhi bagaimana individu memahami dan menilai kewajiban perpajakannya. Melalui sosialisasi yang efektif, pelaku UMKM memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai hak dan kewajiban perpajakan sehingga dapat membentuk persepsi yang lebih positif terhadap kewajiban membayar pajak.

Selain itu, dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, sosialisasi perpajakan dapat memengaruhi norma subjektif dan sikap wajib pajak terhadap perilaku kepatuhan pajak. Ketika pelaku UMKM memperoleh informasi yang memadai mengenai pentingnya pajak bagi pembangunan serta memahami prosedur pelaporan dan pembayaran pajak, maka mereka akan memiliki sikap yang lebih positif dan merasa terdorong secara sosial untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Hal tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan kesadaran pajak pelaku UMKM.

Secara empiris, beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berperan dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak. Penelitian Fikri et al., (2021) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran pajak, terutama bagi pelaku UMKM, karena melalui kegiatan tersebut wajib pajak memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai hak dan kewajiban perpajakan, prosedur pelaporan, serta manfaat pajak bagi pembangunan. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian Reni Indriani et al., (2024), Ulfa & Aribowo (2021), Putri et al. (2025) serta Aprilia et al., (2025) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kesadaran wajib pajak.

Hipotesis 3 (H3): Peran Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak.

Peran Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kesadaran Pajak UMKM

Kualitas pelayanan fiskus merupakan tingkat kemampuan aparat pajak dalam memberikan pelayanan yang efektif, jelas, dan responsif kepada wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Dalam perspektif teori atribusi, kualitas pelayanan fiskus termasuk dalam faktor eksternal yang dapat memengaruhi bagaimana wajib pajak memandang kewajiban perpajakan. Pelayanan yang baik, transparan, dan informatif dapat membentuk persepsi positif wajib pajak terhadap sistem perpajakan, sehingga mendorong mereka untuk lebih sadar dan patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Selain itu, dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, kualitas pelayanan fiskus dapat memengaruhi sikap dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) wajib pajak. Pelayanan yang mudah diakses, ramah, serta memberikan penjelasan yang jelas mengenai prosedur perpajakan dapat meningkatkan keyakinan wajib pajak bahwa mereka mampu memenuhi kewajiban perpajakannya dengan baik. Kondisi tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan kesadaran pajak pelaku UMKM.

Secara empiris, beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan fiskus memiliki pengaruh terhadap kesadaran wajib pajak. Menurut Wulandari et al., (2015), kualitas pelayanan fiskus yang baik mampu memenuhi harapan serta kebutuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Firmansyah et al., (2024), Frinola Minovia et al., (2025), Awwalina Farihin Yadinta et al., (2020) serta Thaha et al., (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak UMKM.

Hipotesis 4 (H4): Peran kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM.

Peran Digitalisasi Perpajakan Terhadap Kesadaran Pajak UMKM

Digitalisasi perpajakan merupakan pemanfaatan teknologi informasi dalam sistem perpajakan, seperti penggunaan *e-filing*, *e-billing*, dan berbagai layanan digital lainnya yang memudahkan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Dalam perspektif teori atribusi, pemanfaatan teknologi informasi dapat dipandang sebagai faktor eksternal yang memengaruhi perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Kemudahan akses informasi serta proses pelaporan dan pembayaran

pajak yang lebih praktis melalui sistem digital dapat membentuk persepsi positif wajib pajak terhadap sistem perpajakan, sehingga mendorong peningkatan kesadaran pajak.

Selain itu, dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, digitalisasi perpajakan dapat meningkatkan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) wajib pajak. Dengan adanya sistem perpajakan berbasis digital, pelaku UMKM merasa lebih mampu dan lebih mudah dalam melaksanakan kewajiban perpajakan karena prosedur yang lebih sederhana, transparan, serta dapat diakses kapan saja. Kondisi ini pada akhirnya dapat mendorong meningkatnya kesadaran pajak pelaku UMKM.

Secara empiris, beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran pajak. Penelitian Riningsih et al., (2022) menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian Susilawati & Amalia (2023), Muhammad Rifan Salim et al., (2024) serta Hesami et al. (2024) yang menemukan bahwa digitalisasi pajak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM.

Hipotesis 5 (H5): Peran digitalisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM.

Peran Literasi pajak, Literasi keuangan, Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, Digitalisasi Pajak Secara Simultan Terhadap Kesadaran Pajak UMKM

Secara simultan, literasi pajak, literasi keuangan, sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan fiskus, dan digitalisasi perpajakan membentuk suatu sistem yang saling melengkapi dalam meningkatkan kesadaran pajak pelaku UMKM. Literasi pajak dan literasi keuangan sebagai faktor internal berperan dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai kewajiban perpajakan, pengelolaan keuangan usaha, serta pentingnya pajak bagi pembangunan. Peningkatan pemahaman tersebut dapat membentuk sikap yang lebih positif terhadap kewajiban perpajakan.

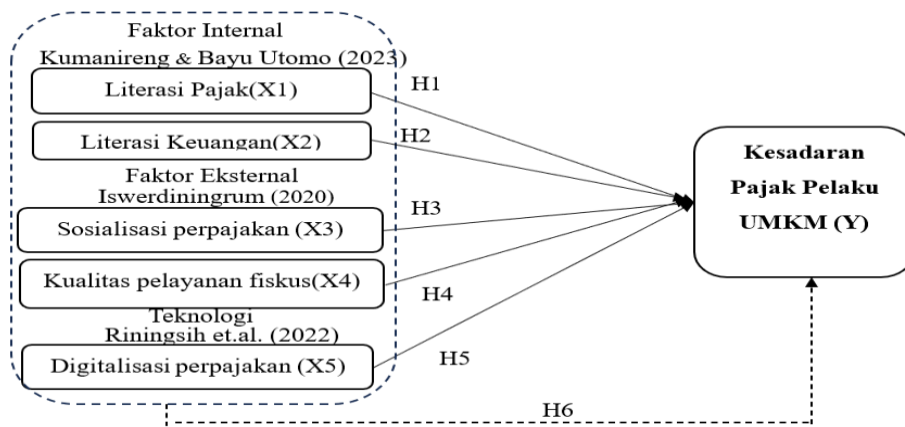
Di sisi lain, sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan fiskus sebagai faktor eksternal memberikan dukungan berupa penyediaan informasi, edukasi, serta pelayanan yang memudahkan wajib pajak dalam memahami dan melaksanakan kewajiban perpajakan. Sosialisasi yang dilakukan secara berkelanjutan dapat meningkatkan pengetahuan wajib pajak, sedangkan pelayanan fiskus yang responsif dan profesional dapat menumbuhkan kepercayaan terhadap sistem perpajakan.

Selain itu, digitalisasi perpajakan melalui berbagai layanan berbasis teknologi, seperti *e-filing* dan *e-billing*, dapat mempermudah proses pelaporan dan pembayaran pajak sehingga mengurangi hambatan administratif yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM. Kemudahan tersebut memungkinkan pemahaman yang dimiliki wajib pajak dapat lebih mudah diwujudkan dalam perilaku nyata dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan adanya pengaruh simultan dari variabel-variabel tersebut terhadap kesadaran pajak UMKM. Penelitian Susilawati & Amalia (2023), Firmansyah et al. (2024), serta Handayani et al. (2020) menemukan bahwa literasi pajak, literasi keuangan, sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan fiskus, dan digitalisasi perpajakan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM.

Hipotesis 6 (H6): Peran literasi pajak, literasi keuangan, sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan fiskus, digitalisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM.

Berdasarkan penjabaran dan teori di atas diberikan kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antar variabel pada penelitian yang dapat dilihat dalam gambar 2.



Gambar 2 Kerangka Konseptual

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research* yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel serta memahami bagaimana dan mengapa suatu fenomena terjadi (Sugiyono 2022). Penelitian dilakukan di Kabupaten Semarang dengan populasi penelitian yaitu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Metode ini dipilih karena tidak seluruh anggota populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang telah memiliki usaha aktif, terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Semarang, serta memiliki atau berkaitan dengan kewajiban perpajakan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden, yang dinilai telah memenuhi jumlah minimal sampel penelitian menurut kriteria Roscoe.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form* dengan skala Likert sebagai alat ukur. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kesadaran pajak UMKM, sedangkan variabel independennya meliputi literasi pajak, literasi keuangan, sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan fiskus, dan digitalisasi perpajakan. Masing-masing variabel diukur menggunakan beberapa indikator yang disusun berdasarkan konsep teoritis dan penelitian terdahulu sehingga dapat merepresentasikan kondisi yang ingin diteliti.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian kualitas data melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta uji autokorelasi guna memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi statistik yang diperlukan. Setelah seluruh tahapan tersebut terpenuhi, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen baik secara parsial maupun simultan terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM.

Table 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Literasi pajak (X1)	Literasi pajak menurut Rahmawati (2020) berarti pengetahuan dan kemampuan individu dalam menulis, membaca dan mengolah informasi.	Menurut Shovie Anggraeny dan Santoso, (2023) terdapat 3 indikator: 1. Pengetahuan pajak 2. Pemahaman sanksi 3. Pelaksanaan pajak

Literasi Keuangan (X2)	Literasi keuangan mencakup keterampilan, pengetahuan, dan keyakinan yang berpengaruh pada sikap serta perilaku dalam pengambilan keputusan keuangan (Zahra <i>et al.</i> 2023).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Financial knowledge</i> 2. <i>Financial Behavior</i> 3. <i>Financial Attitude</i> 4. <i>Financial Capability</i> (Kumanireng dan Bayu Utomo, 2023)
Sosialisasi Perpajakan (X3)	Sosialisasi perpajakan adalah kegiatan yang dilakukan oleh otoritas pajak, seperti Direktorat Jenderal Pajak (DJP), untuk memberikan pemahaman, informasi, dan edukasi kepada masyarakat atau wajib pajak mengenai peraturan, kebijakan, prosedur, serta kewajiban perpajakan yang berlaku (Iswerdiningrum dan Andayani 2024).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi keikutsertaan 2. Metode penyampaian 3. Tingkat partisipasi (Fikri <i>et.al.</i> 2021)
Kualitas pelayanan fiskus (X4)	Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas pelayanan dengan baik yang diberikan oleh aparat pajak dengan rasa penuh kesabaran untuk memberikan kepuasan kepada wajib pajak agar dapat paham akan cara membayarkan kewajibannya (Firmansyah <i>et al.</i> 2024).	<p>Menurut (Firmansyah <i>et. al.</i> 2024)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i>
Digitalisasi Perpajakan (X5)	Digitalisasi pajak ialah suatu program selaku perwujudan reformasi perpajakan yang menjadi ajang perbaikan kinerja serta instansi sehingga semakin efektif juga ekonomis (Susilawati dan Amalia, 2023).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem pelaporan 2. Aplikasi pembayaran 3. Penyampaian SPT 4. Kecepatan akses (Iswerdiningrum, 2020)
Kesadaran pelaku pajak UMKM (Y)	Kesadaran wajib pajak adalah suatu kondisi dimana wajib pajak mengetahui, memahami dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela (Nurmala <i>et al.</i> 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kewajiban membayar 2. Kesadaran manfaat 3. Kepatuhan administrasi 4. Sikap positif terhadap pajak (Iswerdiningrum dan Andayani, 2024)

Hasil dan Pembahasan

Uji Deskriptif

Penelitian ini mengelompokkan karakteristik responden sebanyak 60 sampel berdasarkan jenis kelamin, umur dan lama usaha.

Table 3 Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Presentase (%)
---------------	--------	----------------

Jenis Kelamin:			
	Laki-laki	22	37
	Perempuan	38	63
Total		60	100
Usia:			
	< 25 tahun	17	28
	25-35 tahun	25	42
	>35 tahun	18	30
Total		60	100
Lama Usaha:			
	1-3 tahun	31	52
	4-6 tahun	8	13
	>6 tahun	21	35
Total		60	100

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan table 3 dapat kita lihat bahwa responden dikelompokkan sesuai jenis kelamin dari jumlah responden penelitian sebanyak 60 orang dimana untuk laki-laki berjumlah 22 orang atau 37% dan perempuan sebanyak 38 orang atau 63%. Jadi dapat disimpulkan responden atau pemilik usaha paling banyak adalah perempuan. Responden dalam penelitian ini jika dijabarkan menurut usia adalah sebagai berikut. Berdasarkan gambar terlihat bahwa dari 60 responden, sebanyak 17 orang atau 28% memiliki rentang usia < 25 tahun, sedangkan responden paling banyak berusia 25-35 tahun sebanyak 25 orang atau 42%, dan responden berusia >35 tahun sebanyak 18 orang atau 30%. Ketiga yaitu responden dalam penelitian ini jika dijabarkan menurut lama usaha. Berdasarkan gambar terlihat bahwa dari 60 responden, sebanyak 31 orang atau 52% memiliki rentang lama usaha 1-3 tahun, sedangkan responden paling sedikit dengan lama usaha 4-6 tahun sebanyak 8 orang atau 13%, dan responden dengan lama usaha >6 tahun sebanyak 21 orang atau 35%.

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022) Uji validitas dilakukan untuk mendapatkan data yang valid dari instrument yang valid, perlu dilakukan pengujian validitas sebelum instrument penelitian.

Table 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Result
Literasi Pajak (X1)	Saya mengetahui tarif pajak final yang dikenakan bagi UMKM (X1.1)	0,722	0,2144	Valid
	Saya mengetahui bahwa tidak melaporkan pajak dapat dikenakan denda (X1.2)	0,642	0,2144	Valid
	Saya mengetahui batas waktu pembayaran pajak (X1.3)	0,671	0,2144	Valid
Literasi Keuangan (X2)	Saya memahami pentingnya membuat anggaran (budget) usaha (X2.1)	0,592	0,2144	Valid
	Saya mencatat setiap transaksi keuangan usaha saya (X2.2)	0,574	0,2144	Valid
	Saya percaya bahwa perencanaan keuangan yang baik sangat penting bagi kelangsungan usaha (X2.3)	0,516	0,2144	Valid
	Saya mampu menyusun laporan keuangan untuk usaha saya (X2.4)	0,723	0,2144	Valid
Sosialisasi Perpajakan (X3)	Saya sering mengikuti kegiatan sosialisasi perpajakan yang diselenggarakan oleh pihak pajak (X3.1)	0,695	0,2144	Valid
	Saya merasa metode penyampaian yang bervariasi (tatap muka, online, brosur,	0,600	0,2144	Valid

	website) lebih efektif dalam memahami pajak (X3.2)			
Kualitas Pelayanan Fiskus(X4)	Sosialisasi membantu saya memahami kewajiban perpajakan. (X3.3)	0,794	0,2144	Valid
	Fasilitas pelayanan pajak (kantor, ruang tunggu) terlihat bersih dan rapi (X4.1)	0,832	0,2144	Valid
	Petugas pajak melayani UMKM sesuai dengan jadwal pelayanan yang ditetapkan (X4.2)	0,837	0,2144	Valid
	Petugas pajak bersedia membantu jika saya mengalami kesulitan terkait kewajiban pajak (X4.3)	0,895	0,2144	Valid
Digitalisasi Perpajakan (X5)	Petugas pajak bersikap sopan dan menghormati wajib pajak UMKM (X4.4)	0,742	0,2144	Valid
	Sistem pelaporan pajak secara online (<i>e-filing/e-form</i>) mudah digunakan oleh UMKM (X5.1)	0,726	0,2144	Valid
	Aplikasi pembayaran pajak dapat digunakan kapan saja tanpa terikat waktu kerja kantor pajak (X5.2)	0,821	0,2144	Valid
	Sistem pelaporan SPT online membantu saya mengurangi risiko kesalahan administrasi (X5.3)	0,816	0,2144	Valid
Kesadaran Pajak (Y)	Kecepatan akses sistem digital perpajakan membuat saya lebih efisien dalam memenuhi kewajiban pajak (X5.4)	0,800	0,2144	Valid
	Saya menyadari bahwa membayar pajak adalah kewajiban setiap pelaku UMKM (Y1.1)	0,693	0,2144	Valid
	Saya menyadari bahwa pembayaran pajak membantu meningkatkan fasilitas umum (Y1.2)	0,765	0,2144	Valid
	Saya mematuhi semua aturan administrasi yang berlaku terkait kewajiban pajak UMKM (Y1.3)	0,784	0,2144	Valid
	Saya memiliki komitmen untuk selalu taat pajak dalam jangka Panjang (Y1.4)	0,825	0,2144	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 25 (2025)

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, seluruh item pernyataan pada masing masing variabel memiliki nilai r hitung lebih besar dari r table yaitu 0,2144 maka dapat di ambil kesimpulan bahwa semua pernyataan yang ada dalam kuesioner adalah valid dan dapat digunakan untuk penelitian berikutnya (Sugiyono, 2022).

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016) uji reliabilitas adalah proses untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari suatu instrumen penelitian.

Table 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Reliabilitas Minimum	Keterangan
Literasi Pajak (X1)	0,814	0,70	reliabel
Literasi Keuangan (X2)	0,914	0,70	reliabel

Sosialisasi Perpajakan (X3)	0,812	0,70	reliabel
Kualitas Pelayanan Fiskus (X4)	0,933	0,70	reliabel
Digitalisasi Perpajakan (X5)	0,926	0,70	reliabel
Kesadaran Pajak UMKM (Y)	0,889	0,70	reliabel

Sumber: Hasil Ouput SPSS 25 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian reabilitas yang dilakukan terhadap masing-masing kuesioner yang diperoleh hasil bahwa nilai Cronbach Alpha semua item pernyataan masing-masing variabel lebih besar dari 0,70. Sehingga dapat diputuskan bahwa semua item kuesioner untuk masing-masing variabel telah reliabel.

Uji Asumsi klasik

Uji Normalitas

Table 6 Hasil Uji Normalitas Data

		Unstandardize d Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,42698170
Most Extreme Differences	Absolute	,105
	Positive	,097
	Negative	-,105
Test Statistic		,105
Asymp. Sig. (2-tailed)		,178 ^{c,d}

Sumber: Hasil Output SPSS 25 (2025)

Dari hasil uji normalitas dapat dilihat bahwa Asymptotic significance untuk semua variabel independen dan dependen sebesar 0,178 yang berarti Asymptotic significance > 0,05, sehingga dapat dikatakan semua data berdistribusi normal. Selain itu Khitung juga < Ktabel yaitu 0,105 < 0,172 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Table 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	Vif	Keterangan
Literasi Pajak	0,380	2,634	Tidak terjadi multikolinearitas
Literasi Keuangan	0,636	1,572	Tidak terjadi multikolinearitas
Sosialisasi Perpajakan	0,335	2,987	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan Fiskus	0,184	5,431	Tidak terjadi multikolinearitas
Digitalisasi Perpajakan	0,217	4,600	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil Ouput SPSS 25 (2025)

Berdasarkan tabel 7 terlihat bahwa dari seluruh variabel independen yang terdiri dari variabel literasi pajak, literasi keuangan, sosialissi pajak, kualitas pelayanan fiskus, digitalisasi pajak memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

1. Metode statistik

Table 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

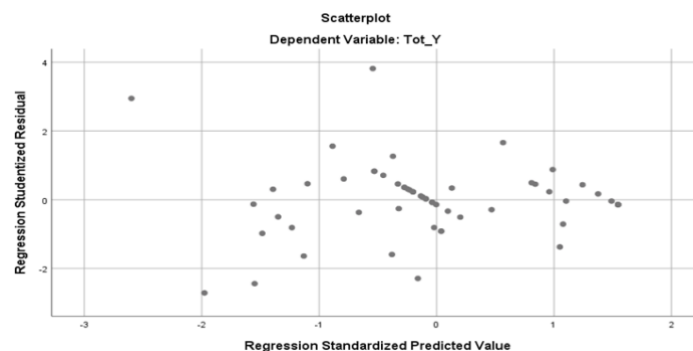
Variabel	Sig	Keterangan
----------	-----	------------

Literasi Pajak	0,534	Tidak terjadi heterokedastisitas
Literasi Keuangan	0,396	Tidak terjadi heterokedastisitas
Sosialisasi Perpajakan	0,848	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kualitas Pelayanan Fiskus	0,361	Tidak terjadi heterokedastisitas
Digitalisasi Perpajakan	0,774	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Hasil Ouput SPSS 25 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai sig lebih besar dari 0,05 (dengan dependen variabel yang sudah di transform) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi tidak terkena gejala heteroskedastisitas (varian data homogen).

2. Metode grafik



Gambar 3 Uji Heterokedastisitas Scatterplot

Berdasarkan gambar di atas, gambar plot pada tampilan grafik titik titik sebagai data menyebar dan tidak membentuk pola bisa dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Analisis regresi linier berganda

Table 9 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1(Constant)	,607	1,445		0,420	,380
Literasi Pajak	,548	,143	,400	3,830	,000
Literasi Keuangan	,207	,092	,182	2,255	,028
Sosialisasi Perpajakan	,144	,146	,110	0,987	,328
Kualitas Pelayanan Fiskus	,295	,139	,318	2,123	,038
Digitalisasi Perpajakan	,019	,134	,020	0,142	,887

Sumber: Hasil Ouput SPSS 25 (2025)

Model regresi yang terbentuk berdasarkan hasil penelitian adalah $Y = 0,607 + 0,548X_1 + 0,207X_2 + 0,144X_3 + 0,295X_4 + 0,019X_5 + e$.

Uji Parsial (T)

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dapat dijelaskan melalui hasil uji t dengan membandingkan thitung dan ttabel (Ghozali, 2016). Berdasarkan tabel 9 di atas dapat di simpulkan pengaruh dari masing masing variabel independent terhadap variabel dependen:

1. Nilai t hitung variabel literasi pajak adalah 3,830 yang berarti > 1.6706 , dan nilai sig. dari variabel literasi pajak $0,000 < 0,05$, sehingga bisa di simpulkan bahwa Literasi pajak berpengaruh secara signifikan terhadap Kesadaran Pajak UMKM(Y). (H1 diterima dan H0 di tolak).
2. Nilai t hitung variabel literasi keuangan adalah 2,255 yang berarti > 1.6706 , dan nilai sig. dari variabel Literasi Pajak $0,028 < 0,05$, sehingga bisa di simpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap Kesadaran Pajak UMKM(Y). (H2 diterima dan H0 di tolak).
3. Nilai t hitung variabel sosialisasi perpajakan Adalah 0,987 yang berarti < 1.6706 , dan nilai sig. dari variabel Literasi Pajak $0,328 > 0,05$, sehingga bisa di simpulkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak ada pengaruh terhadap Kesadaran Pajak UMKM(Y). (H3 ditolak dan H0 diterima).
4. Nilai t hitung variabel kualitas pelayanan fiskus adalah 2,123 yang berarti > 1.6706 , dan nilai sig. dari variabel Literasi Pajak $0,038 < 0,05$, sehingga bisa di simpulkan bahwa kualitas pelayanan fiskus berpengaruh secara signifikan terhadap Kesadaran Pajak UMKM(Y). (H4 diterima dan H0 di tolak).
5. Nilai t hitung variabel digitalisasi perpajakan adalah 0,142 yang berarti < 1.6706 , dan nilai sig. dari variabel Literasi Pajak $0,887 > 0,05$, sehingga bisa di simpulkan bahwa digitalisasi perpajakan tidak ada pengaruh terhadap Kesadaran Pajak UMKM (Y). (H5 ditolak dan H0 diterima).

Uji Simultan (F)

Table 10 Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	395,580	5	79,116	37.469	.000 ^b
	Residual	114,020	54	2,111		
	Total	509,600	59			

Sumber: Hasil Output SPSS 25 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (uji f) dapat dilihat bahwa nilai signifikan model regresi secara simultan sebesar 0,000, maka nilai ini lebih kecil dari significance level 0,05 (5%), yaitu $0,000 < 0,05$ dan F hitung $37,469 > 2,39$, maka dapat disimpulkan bahwa H6 diterima secara bersama-sama atau secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu variabel kesadaran pajak UMKM.

Koefisien Determinasi

Table 11 Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,881 ^a	0,776	0,756	1.453

Sumber: Hasil Output SPSS 25 (2025)

Berdasarkan nilai R square pada tabel di atas di peroleh nilai Rsquare sebesar 0,756 atau 76% maka dapat dijelaskan bahwa variabel independent literasi pajak (X1), literasi Keuangan (X2), sosialisasi Pajak (X3), kualitas pelayanan fiskus (X4) dan digitalisasi pajak (X5) memiliki hubungan sebesar 76% kuat terhadap variabel dependen Kesadaran Pelaku UMKM (Y) dan sisanya sebesar 24% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Pembahasan

Peran Literasi Pajak Terhadap Kesadaran Pajak UMKM

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H1), penelitian ini menunjukkan bahwa literasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat pemahaman pelaku UMKM mengenai peraturan, prosedur, dan manfaat perpajakan, maka semakin tinggi pula tingkat kesadaran mereka dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (Indra, 2019). Dengan kata lain, pengetahuan yang memadai mengenai sistem perpajakan dapat mendorong pelaku UMKM untuk memahami pentingnya pajak serta melaksanakan kewajiban tersebut secara lebih sadar dan bertanggung jawab.

Jika ditinjau dari perspektif teori atribusi, literasi pajak merupakan faktor internal yang memengaruhi bagaimana individu menafsirkan dan merespons kewajiban perpajakan. Ketika pelaku UMKM memiliki pemahaman yang baik mengenai perpajakan, mereka cenderung mengatribusikan kewajiban pajak sebagai tanggung jawab yang wajar dalam menjalankan usaha. Selain itu, dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, tingkat literasi pajak dapat membentuk sikap positif terhadap kewajiban perpajakan karena wajib pajak memahami manfaat pajak bagi pembangunan serta keberlangsungan usaha mereka. Sikap positif tersebut pada akhirnya dapat mendorong terbentuknya perilaku sadar pajak (Panggiarti & Sarfiah, 2023).

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa literasi pajak memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak UMKM. Penelitian Herawati et al. (2022), Ramadhani & Nadia (2025) serta Umali (2024) menemukan bahwa literasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemahaman yang baik mengenai perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan dan kesadaran pelaku UMKM dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi pajak menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kesadaran pajak pelaku UMKM. Upaya seperti edukasi perpajakan, pelatihan, serta penyediaan informasi perpajakan yang mudah dipahami dapat membantu pelaku UMKM memahami kewajiban perpajakan secara lebih baik.

Peran Literasi Keuangan Terhadap Kesadaran Pajak UMKM

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H2), penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan pelaku UMKM dalam memahami dan mengelola keuangan usahanya, maka semakin tinggi pula tingkat kesadaran mereka dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Dengan kata lain, pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan usaha dapat membantu pelaku UMKM menyadari pentingnya pencatatan keuangan yang tertib, sehingga memudahkan mereka dalam menghitung, melaporkan, dan membayar pajak secara tepat.

Literasi keuangan berperan dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola arus kas, mencatat pendapatan dan pengeluaran usaha, serta memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Kemampuan tersebut secara tidak langsung berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran perpajakan, karena pelaku UMKM menjadi lebih memahami kondisi keuangan usahanya serta mampu memperkirakan kewajiban pajak yang harus dipenuhi. Dalam perspektif teori atribusi, literasi keuangan dapat dipandang sebagai faktor internal yang memengaruhi bagaimana individu memahami dan merespons kewajiban perpajakannya. Sementara itu, dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, kemampuan dalam mengelola keuangan dapat meningkatkan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), yaitu keyakinan bahwa individu mampu melaksanakan kewajiban perpajakan dengan baik.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya hubungan positif antara literasi keuangan dan kesadaran pajak UMKM. Penelitian Zahra et al. (2023), Utama & Suryani (2023), serta Shariff & Musau (2024) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM. Selain itu, penelitian Susilo et al. (2024) yang dilakukan di wilayah Semarang juga menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman literasi, baik literasi keuangan maupun perpajakan, berkaitan dengan meningkatnya kesadaran dan kepatuhan pajak di kalangan pelaku UMKM. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong kesadaran pajak UMKM. Oleh karena itu, program edukasi terkait pengelolaan keuangan usaha, pencatatan keuangan sederhana, serta perencanaan keuangan bagi pelaku UMKM perlu terus ditingkatkan.

Peran Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kesadaran Pajak UMKM

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H3), penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran pajak UMKM, sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi perpajakan yang dilakukan belum secara langsung mampu meningkatkan kesadaran pajak pelaku UMKM secara signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa keberadaan sosialisasi saja belum tentu cukup untuk mendorong perubahan perilaku wajib pajak, terutama jika tidak diikuti dengan pemahaman yang mendalam mengenai kewajiban perpajakan (Nugroho, 2023).

Dalam perspektif teori atribusi, sosialisasi perpajakan merupakan faktor eksternal yang dapat memengaruhi perilaku wajib pajak. Namun, pengaruh tersebut sangat bergantung pada bagaimana informasi yang disampaikan dipahami dan diinternalisasi oleh individu. Apabila informasi yang diperoleh melalui sosialisasi tidak sepenuhnya dipahami atau tidak relevan dengan kebutuhan pelaku UMKM, maka pengaruhnya terhadap pembentukan kesadaran pajak menjadi terbatas. Sementara itu, dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, sosialisasi perpajakan seharusnya dapat memengaruhi sikap dan norma subjektif wajib pajak. Akan tetapi, apabila penyampaian informasi belum efektif atau belum mampu membentuk persepsi positif terhadap kewajiban perpajakan, maka dampaknya terhadap kesadaran pajak juga menjadi kurang optimal.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor lain seperti literasi pajak, literasi keuangan, serta kualitas pelayanan fiskus memiliki pengaruh yang lebih kuat dalam membentuk kesadaran pajak UMKM dibandingkan dengan sosialisasi perpajakan. Dengan kata lain, sosialisasi perpajakan perlu didukung oleh peningkatan pemahaman wajib pajak serta pelayanan yang lebih responsif agar informasi yang diberikan dapat benar-benar diimplementasikan dalam perilaku perpajakan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap kesadaran pajak. Penelitian Kumala Sania (2022) serta Muhwa (2023) menemukan bahwa sosialisasi perpajakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan kesadaran pajak UMKM tidak cukup hanya melalui kegiatan sosialisasi yang bersifat informatif, tetapi juga perlu didukung oleh pendekatan yang lebih komprehensif, seperti program edukasi perpajakan yang lebih mendalam, pendampingan bagi pelaku UMKM, serta penyediaan layanan perpajakan yang lebih mudah dipahami dan diakses.

Peran Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kesadaran Pajak UMKM

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H4), penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak UMKM, sehingga hipotesis yang diajukan diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh aparat pajak, maka semakin tinggi pula tingkat kesadaran pelaku UMKM dalam memenuhi kewajibannya (Aras et al., 2024). Pelayanan yang jelas, responsif, dan mudah diakses dapat membantu wajib pajak memahami prosedur perpajakan serta mengurangi hambatan yang sering dihadapi dalam proses pelaporan maupun pembayaran pajak.

Dalam perspektif teori atribusi, kualitas pelayanan fiskus dapat dipandang sebagai faktor eksternal yang memengaruhi cara wajib pajak menilai dan merespons kewajiban perpajakannya. Pelayanan yang profesional, informatif, dan membantu akan membentuk persepsi positif terhadap sistem perpajakan sehingga wajib pajak cenderung lebih bersedia untuk memenuhi kewajibannya secara sadar. Selain itu, dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, kualitas pelayanan fiskus juga dapat meningkatkan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) wajib pajak. Ketika pelaku UMKM merasa mendapatkan dukungan dan kemudahan dalam memahami prosedur perpajakan, mereka akan lebih percaya diri dalam melaksanakan kewajiban perpajakan dengan benar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan fiskus memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran pajak UMKM. Penelitian Firmansyah et al. (2024), Frinola Minovia et al. (2025), Awwalina Farihin Yadinta et al. (2020), Thaha et al. (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak pelaku UMKM. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan perpajakan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kesadaran pajak UMKM. Oleh karena itu, otoritas perpajakan perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui penyediaan

informasi yang jelas, pelayanan yang responsif, serta pendampingan yang memudahkan pelaku UMKM dalam memahami dan menjalankan kewajiban perpajakannya.

Peran Digitalisasi Perpajakan Terhadap Kesadaran Pajak UMKM

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H5), penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran pajak UMKM, sehingga hipotesis yang diajukan ditolak. Meskipun sistem digital seperti e-filing dan e-billing dirancang untuk mempermudah proses administrasi perpajakan, kemudahan tersebut belum secara langsung meningkatkan kesadaran pajak pelaku UMKM. Dalam perspektif teori atribusi, digitalisasi merupakan faktor eksternal yang seharusnya dapat memengaruhi perilaku wajib pajak, namun efektivitasnya sangat bergantung pada pemahaman dan kesiapan pengguna. Sementara itu, dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, keterbatasan pemahaman terhadap sistem digital dapat menurunkan persepsi kontrol perilaku sehingga pelaku UMKM belum sepenuhnya merasa mampu memanfaatkan layanan digital perpajakan (Putri et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi lebih mendorong kepatuhan administratif daripada membentuk kesadaran pajak secara mendalam, terutama jika tidak disertai dengan edukasi dan pendampingan yang memadai. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Reu et al. (2023), Fitriani et al. (2024), serta Jelanti et al. (2024) yang juga menemukan bahwa digitalisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran pajak UMKM. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa optimalisasi digitalisasi perpajakan perlu diikuti dengan peningkatan literasi digital serta pendampingan bagi pelaku UMKM agar teknologi yang tersedia dapat dimanfaatkan secara efektif.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial literasi pajak, literasi keuangan, dan kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak UMKM di Kabupaten Semarang. Sebaliknya, sosialisasi perpajakan dan digitalisasi pajak tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran pajak UMKM. Namun demikian, secara simultan kelima variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap kesadaran pajak UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran pajak pelaku UMKM lebih dipengaruhi oleh pemahaman perpajakan, kemampuan pengelolaan keuangan, serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh aparat pajak.

Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah dan Direktorat Jenderal Pajak perlu memprioritaskan program peningkatan literasi pajak dan literasi keuangan bagi pelaku UMKM serta meningkatkan kualitas pelayanan fiskal agar lebih informatif, responsif, dan mudah diakses. Selain itu, metode sosialisasi perpajakan dan pemanfaatan sistem digital perpajakan perlu dievaluasi agar lebih sederhana, mudah dipahami, dan sesuai dengan tingkat literasi teknologi pelaku UMKM.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada pelaku UMKM di Kabupaten Semarang sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan pada wilayah lain dengan karakteristik yang berbeda. Selain itu, pengumpulan data menggunakan kuesioner memungkinkan adanya bias persepsi responden. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah penelitian, menambah jumlah responden, serta mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kesadaran pajak UMKM, seperti tingkat pendidikan, pengalaman usaha, atau literasi digital.

Referensi

- Ajzen, I. (2014). *The theory of planned behavior*. January 2012. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Aprilia, N. S., Nabila, E., Masrifah, U., & Purnama, C. (2025). Analisis pengaruh literasi keuangan, digital payment, dan kemampuan penyusunan laporan keuangan terhadap kinerja UMKM di Mojokerto (literature review). *Jurnal*, 2(1), 68-75.
- Aras, A. K., Lince Bulu Toding, & Della Fadhilatunnisa. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan fiskal dan kesadaran perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi dengan melawan pajak

- sebagai variabel moderasi. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 80–99. <https://doi.org/10.26858/jee3s.v5i1.1887>
- Awwalina Farihin Yadinta, P., Suratno, S., & Mulyadi, J. M. (2020). Kualitas pelayanan fiskus, dimensi keadilan, kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 5(02), 201–212. <https://doi.org/10.35838/jrap.v5i02.186>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan I-2025*. <https://www.bps.go.id>
- Djadjuli, M., Surono, Indriyani, R., Sari, F., & Ibnu Fadhilah, M. (2024). Meningkatkan kesadaran pajak melalui program edukasi dan pendampingan untuk UMKM di Desa Karangwuni. *Jurnal Abdi Dosen dan Mahasiswa*, 2(3), 305–310.
- Fikri, M. A., Suryantara, A. B., & Waskito, I. (2021). Sosialisasi perpajakan bagi masyarakat dan UMKM. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 100–108. <https://doi.org/10.36312/linov.v6i2.574>
- Firmansyah, A., Harryanto, H., & Trisnawati, E. (2024). Pengaruh sosialisasi, pengetahuan pajak, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan dengan kesadaran sebagai variabel intervening. *Journal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 7(2), 130–142.
- Fitriani, N. R., Ustman, & Marsum. (2024). *Kabilah: Journal of Social Community*, 9(14), 94–103.
- Frinola Minovia, A., Yulistia Muslim, R., & Karimi, K. (2025). Kualitas pelayanan fiskus, kesadaran pajak dan kepatuhan wajib pajak: Peran moderasi kondisi keuangan wajib pajak. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 15(1), 87–95. <https://doi.org/10.37859/jaei.v15i1.8807>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi multivariate dengan program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, F., Bachtiar, B., & Khomariah, N. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Balikpapan Kota. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 53–60. <https://doi.org/10.32639/jiak.v9i1.338>
- Handayani, P. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kesadaran pajak pelaku usaha mikro dan kecil (UMKM).
- Hanindita, D. P., & Retnani, E. D. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi wajib pajak dalam membayar pajak UMKM Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 8(10), 1–19.
- Herawati, N., Hendri, N., & Darmayanti, E. F. (2022). Pengaruh penurunan tarif pajak, kesadaran wajib pajak dan modernisasi sistem administrasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Kota Metro. *Expensive: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(2), 1–7. <https://doi.org/10.24127/exclusive.v1i2.2995>
- Hesami, S., Jenkins, H., & Jenkins, G. P. (2024). Digital transformation of tax administration and compliance: A systematic literature review on e-invoicing and prefilled returns. *Digital Government: Research and Practice*, 5(3). <https://doi.org/10.1145/3643687>
- Ilham, Ulfah, M., & Sri, N. (2022). Pengaruh sosialisasi, pemahaman perpajakan, kualitas pelayanan fiskus dan tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2516–2537.
- Indra, V. (2019). Pengaruh literasi pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Semarang dengan kesadaran wajib pajak sebagai variabel moderating.
- Isna Khoirinnisa. (2023). Upaya meningkatkan kesadaran pelaku UMKM dalam membayar pajak penghasilan final. *Public Service and Governance Journal*, 4(1), 77–82. <https://doi.org/10.56444/psgi.v4i1.801>
- Iswardiningrum, B., & Andayani. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran wajib pajak UMKM membayar pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 13(1), 1–21.
- Jelanti, D., Sari, I. R., & Winingrum, S. P. (2024). Pengaruh love of money, pengetahuan perpajakan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Akademik: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 441–451.
- Kumala Sania, F. (2022). Pengaruh e-fiskus dan sosialisasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan kesadaran wajib pajak sebagai variabel moderasi.
- Kumanireing, I. H. W., & Bayu Utomo, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan, literasi pajak dan literasi digital terhadap minat investasi mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta di pasar modal. *JAE (Jurnal Akuntansi dan Ekonomi)*, 8(3), 11–22. <https://doi.org/10.29407/jaei.v8i3.20566>
- Mardiasmo. (2020). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi.
- Metalsky, G. I. (2014). Attribution theory: Clinical applications. <https://doi.org/10.1037/10169-014>

- Muhammad Rifan Salim, Eka Rosalina, & Muhammad Rafi. (2024). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kesadaran kewajiban perpajakan sektor UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), 176-188.
- Muhwa, G. (2023). Issuance of agency notices and tax compliance of small and medium enterprises in Nairobi County, Kenya. *Research Journal of Business and Finance*, 2(1), 49-60.
- Nugroho, B. A. (2023). Pengaruh pemahaman perpajakan, sosialisasi pajak, tingkat pendidikan, dan ketegasan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
- Nurmalila, N., Damayanti, D., & Yuniarti, E. (2020). Tingkat kesadaran serta faktor yang mempengaruhi UMKM di Kota Bandar Lampung dalam membayar pajak. *Jurnal Ilmiah ESAI*, 14(1), 1-16.
- Panggiarti, K., & Sarfiah, S. N. (2023). Pengaruh edukasi dan kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
- Putri, A. F., Harimurti, F., & Sarwono, A. E. (2025). Pengaruh digitalisasi pembayaran pajak terhadap kepatuhan pajak UMKM.
- Rachmawati, N. A., & Ramayanti, R. (2022). Literasi perpajakan bagi wajib pajak UMKM berbasis undang-undang harmonisasi perpajakan. *Abdimas Galuh*, 4(1), 271.
- Ramadhani, A., & Nadia, P. (2025). Kesadaran wajib pajak sebagai variabel intervening (studi kasus wajib pajak UMKM di Kecamatan Kuranji).
- Reni Indriani, Riri Tri Mayasari, & Betra Sarianti. (2024). Sosialisasi hukum pajak sebagai upaya meningkatkan kesadaran pajak bagi pelaku UMKM.
- Reu, F. M., Besa, F., & Rupa, M. K. (2023). Pengaruh pemahaman akuntansi dan ketentuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
- Riningsih, D., Chandra, A., & Eferyn, K. (2022). Pengaruh penerapan aplikasi mobile pajak terhadap kesadaran wajib pajak.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilawati, A. D., & Amalia, M. R. (2023). Analisis efektivitas digitalisasi pajak terhadap kesadaran wajib pajak UMKM Kabupaten Tegal.
- Thaha, A. R., Antoro, A. F. S., & Muhtarom. (2023). Analytical review of tax compliance studies in the SMEs sector: A bibliometric approach.
- Ulfa, M., & Aribowo, I. (2021). Strategi meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak UMKM di Indonesia.
- Umali, O. S. (2024). Tax literacy and tax compliance of selected micro business in Cabuyao City.
- Utama, A. N. B., & Suryani, A. I. (2023). Analisa literasi keuangan pada UMKM batik di Kota Jambi.
- Wulandari, T., Andreas, & Ilham, E. (2015). Pengaruh sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak.
- Yuningsih, Y. Y., Raspati, G., & Riyanto, A. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM.
- Zahra, S. A., Ruwanti, G., Syahdan, S. A., & Boedi, S. (2023). Pengaruh adopsi e-commerce, penggunaan SIA, dan pemahaman literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM.