



Pengaruh Tarif, Sanksi, dan Sosialisasi Pajak Terhadap Persepsi Kemudahan Pelaku UMKM Kuliner Atas Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022

Viana Theresia^{1*}, I Gusti Agung Ayu Pramita Indraswari², I.G.A.N. Alit Sumantri³

¹⁻³ Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

E-mail: vianatheresia8@gmail.com¹, pramitaindraswari@undiknas.ac.id², alitsumantri@undiknas.ac.id³

*Penulis Korespondensi: vianatheresia8@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the effects of tax rates, tax sanctions, and tax socialization on culinary MSME actors' perceived ease regarding the implementation of Government Regulation No. 55 of 2022. The background of this research is grounded in the importance of perceived ease as a psychological factor influencing MSME tax compliance amid changes in tax policy. This study employed a quantitative approach using a survey method, in which primary data were collected through questionnaires distributed to culinary MSME actors. Data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) to examine the relationships among latent variables. The results indicate that tax rates have a positive and significant effect on perceived ease, suggesting that low and simple tax rates enhance MSME actors' ability to fulfill their tax obligations. Tax sanctions also show a positive and significant effect on perceived ease, as clear and firm sanctions provide legal certainty and reduce taxpayer uncertainty. In addition, tax socialization has a positive and significant effect, serving as an important instrument in shaping MSME actors' perceptions of ease in implementing Government Regulation No. 55 of 2022. Based on these findings, it can be concluded that improving the quality of tax socialization, applying proportional tax rates, and enforcing clear and fair sanctions are essential factors in enhancing perceived ease and supporting tax compliance among culinary MSMEs.*

Keywords: *Culinary MSMEs; Perceived Ease; Tax Rates; Tax Sanctions; Tax Socialization.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tarif pajak, sanksi pajak, dan sosialisasi perpajakan terhadap persepsi kemudahan pelaku UMKM kuliner atas penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya persepsi kemudahan sebagai faktor psikologis yang memengaruhi kepatuhan pajak UMKM di tengah perubahan kebijakan perpajakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, dimana data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada pelaku UMKM kuliner. Teknik analisis data menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antarvariabel laten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan, yang mengindikasikan bahwa tarif pajak yang rendah dan sederhana mampu meningkatkan kemudahan pelaku UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Sanksi pajak juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan, karena sanksi yang tegas dan jelas memberikan kepastian hukum serta mengurangi ketidakpastian wajib pajak. Selain itu, sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan, sehingga menjadi instrumen dalam membentuk persepsi kemudahan pelaku UMKM terhadap penerapan PP Nomor 55 Tahun 2022. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas sosialisasi, penerapan tarif pajak yang proporsional, serta penegakan sanksi yang jelas dan adil merupakan faktor penting dalam meningkatkan persepsi kemudahan dan mendukung kepatuhan pajak pelaku UMKM kuliner.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan; Sanksi Pajak; Sosialisasi Perpajakan; Tarif Pajak; UMKM Kuliner.

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan instrumen utama pembiayaan negara yang berperan strategis dalam pembangunan, pengelolaan ekonomi, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, namun tingkat kepatuhan wajib pajak di Indonesia, termasuk Bali, masih belum optimal. UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional terbukti berkontribusi besar terhadap PDB dan pemulihan ekonomi pascapandemi, sehingga menjadi sektor potensial dalam meningkatkan penerimaan pajak. Untuk mendorong kepatuhan sekaligus meringankan beban

fiskal, pemerintah menetapkan PP No. 55 Tahun 2022 yang memberikan tarif PPh final 0,5% serta pembebasan pajak bagi UMKM dengan omzet tertentu. Namun, khususnya pada UMKM kuliner di Kota Denpasar, keterbatasan literasi keuangan dan pemahaman perpajakan masih menjadi kendala, sehingga penelitian ini penting untuk mengkaji pengaruh tarif pajak, sanksi, dan sosialisasi terhadap persepsi kemudahan penerapan kebijakan tersebut.

Tarif tunggal 0,5% yang ditetapkan dalam PP No. 55 Tahun 2022 memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM karena beban pajak menjadi lebih ringan dan mudah dihitung (Sibarani & Rosid, 2024). Namun, kemudahan tersebut akan semakin dirasakan apabila diikuti dengan sosialisasi perpajakan yang efektif, sehingga wajib pajak memahami cara penerapan tarif, prosedur pelaporan, dan manfaat kepatuhan pajak (Hura & Molinda Kakisina, 2022). Di sisi lain, penerapan sanksi pajak yang tegas dan adil juga penting untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab serta kepastian hukum bagi wajib pajak (Devita et al., 2024). Kombinasi antara ketiganya menjadikan sistem perpajakan lebih mudah dipahami dan dijalankan oleh pelaku UMKM, sehingga meningkatkan persepsi kemudahan sekaligus mendorong kepatuhan dalam pelaksanaan PP No. 55 Tahun 2022.

Pada Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) terdapat tiga komponen utama, yaitu sikap (attitude), norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control). Dalam penelitian ini, tarif pajak 0,5% serta sanksi pajak yang tegas dan adil termasuk ke dalam aspek persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control) menurut penelitian milik (D. Y. N. S, 2022) dan (Yogantara et al., 2020), karena kedua variabel tersebut memengaruhi sejauh mana wajib pajak merasa mampu dan memiliki kendali dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Sementara itu, sosialisasi perpajakan menurut penelitian milik (Yogantara et al., 2020) dan (I. M. W. Putra et al., 2021) mencerminkan norma subjektif (subjective norm). Hal ini karena informasi, dorongan, dan arahan dari lingkungan sosial atau otoritas pajak membentuk niat dan perilaku patuh wajib pajak. Dengan demikian, ketiga faktor tersebut berperan penting dalam membentuk persepsi kemudahan pelaku UMKM terhadap penerapan PP No. 55 Tahun 2022.

Selain menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk menjelaskan niat kepatuhan wajib pajak, penelitian ini juga didukung oleh Teori Biaya Kepatuhan (*Compliance Cost Theory*). Menurut teori ini, sistem perpajakan akan memengaruhi besarnya biaya kepatuhan yang ditanggung wajib pajak, yang meliputi biaya uang, waktu, dan beban psikologis (Andriyani, 2024). Tarif pajak 0,5% yang sederhana, sanksi pajak yang jelas dan proporsional, serta sosialisasi perpajakan yang memadai diharapkan dapat menurunkan biaya kepatuhan tersebut (Andriyani, 2024) dan (Ayem & Nofitasari, 2019). Dengan demikian,

pelaku UMKM kuliner di Kota Denpasar mempersepsikan penerapan PP No. 55 Tahun 2022 sebagai sesuatu yang mudah untuk dijalankan dan tidak memberatkan.

Meskipun kebijakan dan aspek-aspek tersebut telah diteliti sebelumnya serta dianggap sebagai langkah maju, implementasinya di lapangan menghadapi sejumlah kendala dan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Salah satu masalah yang muncul adalah perbedaan persepsi wajib pajak terhadap tarif 0,5%. Sebagian pelaku UMKM menilai tarif ini adil dan meringankan, sementara sebagian lainnya merasa memberatkan, khususnya bagi usaha dengan margin keuntungan rendah. Penelitian oleh (R. S et al., 2024b) dan (Riyanti & Riana, 2024) menemukan bahwa tarif PPh final 0,5% berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Namun, penelitian (Kusufiyah & Anggraini, 2024) menunjukkan sebaliknya, bahwa kebijakan ini tidak berpengaruh terhadap kepatuhan UMKM. Perbedaan hasil penelitian ini menegaskan bahwa persepsi wajib pajak terhadap tarif sangat menentukan dalam pembayaran pajak.

Selain masalah tarif, pemahaman pelaku UMKM terkait sanksi pajak juga masih terbatas. Sementara itu, sanksi berfungsi sebagai penegak kepastian hukum sekaligus pendorong kepatuhan. Jika tidak dipahami dengan baik dan tidak memberikan ketegasan, sanksi justru dianggap rumit dan membingungkan (Alfianto, 2024). Kendala lainnya adalah sosialisasi kebijakan pajak terkait PP 55 Tahun 2022 yang belum merata. Penelitian (Achdiati Amir & Junaid, 2022) menunjukkan bahwa tidak semua wajib pajak UMKM menerima sosialisasi secara langsung, sehingga banyak yang belum mengetahui aturan terbaru. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan pengetahuan di kalangan wajib pajak dan memunculkan persepsi berbeda terhadap kebijakan PP No. 55 Tahun 2022. Sebaliknya, penelitian lain seperti (Nabila Rachmad & Murdiawati, 2024b) dan (R. S et al., 2024b) menunjukkan bahwa sosialisasi sudah cukup baik dan berdampak positif terhadap kepatuhan. Kesenjangan temuan ini menegaskan bahwa efektivitas sosialisasi masih belum seragam di lapangan.

Penelitian terdahulu lebih banyak menitikberatkan pada analisis kepatuhan wajib pajak atau pengaruh tarif terhadap penerimaan pajak, seperti penelitian milik (Zulma, 2020a) yang membahas tentang Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia dan penelitian milik (Nabila Rachmad & Murdiawati, 2024b) tentang Pengaruh Kebijakan PP No. 55 Tahun 2022 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Surabaya dengan instrumen yang diuji yaitu kebijakan PP No. 55 Tahun 2022, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran perpajakan. Namun, penelitian yang menitikberatkan pada persepsi kemudahan bagi UMKM kuliner dengan omzet di bawah Rp4,8 miliar di Kota Denpasar setelah diberlakukannya PP No. 55

Tahun 2022 masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kebaharuan (novelty) yang perlu diteliti lebih lanjut.

Dengan mengkaji persepsi kemudahan atas penerapan PP No. 55 Tahun 2022, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai sejauh mana kebijakan perpajakan ini berhasil memenuhi tujuan penyederhanaan dan kemudahan bagi UMKM terhadap tarif, sanksi, dan sosialisasi perpajakan yang diberikan pemerintah. Berdasarkan research gap tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Tarif, Sanksi, dan Sosialisasi Pajak Terhadap Persepsi Kemudahan Pelaku UMKM Kuliner Atas Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022“. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademis melalui pengisian research gap yang ada serta memperkaya literatur terkait persepsi kemudahan wajib pajak dalam bidang perpajakan. Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam memperbaiki kualitas kebijakan perpajakan, khususnya terkait tarif, sanksi, dan sosialisasi perpajakan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Denpasar karena wilayah ini merupakan pusat pertumbuhan ekonomi di Provinsi Bali dengan perkembangan UMKM yang pesat, khususnya pada sektor kuliner (Agus et al., 2022). Jumlah UMKM di Denpasar mengalami peningkatan dari 32.226 unit pada tahun 2020 menjadi 32.856 unit pada tahun 2024, sehingga dinilai representatif untuk mengkaji persepsi wajib pajak di lingkungan perkotaan yang dinamis (Data Detail – Denpasar Open Data, 2024). Selain itu, terjadi penurunan rasio kepatuhan wajib pajak UMKM setelah diberlakukannya Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022, baik di KPP Pratama Denpasar Timur maupun Denpasar Barat (KPP Pratama Denpasar Timur dan KPP Pratama Denpasar Barat, 2024). Hal ini menunjukkan masih rendahnya pelaporan SPT dibandingkan jumlah wajib pajak terdaftar. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM kuliner di Kota Denpasar yang terdaftar pada Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebanyak 10.981 unit. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria UMKM kuliner terdaftar resmi, memiliki NPWP, omzet di bawah Rp4,8 miliar per tahun, serta telah beroperasi minimal dua tahun. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh 100 responden.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang mengolah data dalam bentuk angka untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antar variabel secara sistematis (Sugiyono, 2018). Data yang digunakan bersumber dari data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form kepada pelaku UMKM

kuliner di Kota Denpasar. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode angket, yaitu penyusunan pernyataan tertulis yang dijawab oleh responden sesuai dengan kondisi dan persepsi masing-masing (Sugiyono, 2016). Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert lima tingkat (Putri et al., 2022), mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, guna menangkap tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan tarif pajak, sanksi pajak, sosialisasi pajak, dan persepsi kemudahan penerapan PP Nomor 55 Tahun 2022.

Instrumen penelitian berupa kuesioner diuji kualitasnya melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan setiap indikator mampu mengukur konstruk yang diteliti secara akurat dan konsisten. Validitas diuji melalui validitas konvergen dengan kriteria nilai outer loading di atas 0,70 (Lathan & Ghozali, 2015), serta validitas diskriminan menggunakan kriteria Fornell-Larcker dan nilai AVE lebih dari 0,50 (Wani, 2024). Reliabilitas instrumen dinilai berdasarkan Cronbach's Alpha minimal 0,60 dan Composite Reliability minimal 0,70 (Sari & Hermanto, 2020). Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS, yang mencakup evaluasi model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model). Pengujian inner model meliputi nilai R-Square, Q-Square, dan F-Square untuk menilai kekuatan dan kemampuan prediktif model, serta pengujian hipotesis melalui teknik bootstrapping dengan kriteria signifikansi p-value < 0,05 atau t-statistik > 1,96 (Rahmawati, 2024).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden.

No	Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)
a	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	43	43%
	Perempuan	57	57%
	Jumlah	100	100%
b	Lokasi Usaha		
	Denpasar Barat	30	30%
	Denpasar Selatan	27	27%
	Denpasar Timur	25	25%
	Denpasar Utara	18	18%
	Jumlah	100	100%

c Lama Beroperasi		
2–3 Tahun	21	21%
4–6 Tahun	47	47%
7–10 Tahun	22	22%
> 10 Tahun	10	10%
Jumlah	100	100%
d Bentuk Usaha		
Perorangan	100	100%
e Omzet Tahunan (Perkiraan)		
≤ 500 Juta	77	77%
> 500 Juta – 4,8 Miliar	23	23%
Jumlah	100	100%

Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan Tabel 1, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden perempuan mendominasi dengan persentase sebesar 57%, sedangkan responden laki-laki sebesar 43%. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keterlibatan perempuan dalam pengelolaan usaha semakin meningkat, khususnya dalam sektor usaha yang menjadi objek penelitian.

Berdasarkan tabel lokasi usaha, dapat diketahui bahwa pelaku UMKM Kuliner tersebar di seluruh wilayah Kota Denpasar. Lokasi usaha terbanyak berada di Denpasar Barat, yaitu sebanyak 30 unit usaha (30%), diikuti oleh Denpasar Selatan sebanyak 27 unit usaha (27%), Denpasar Timur sebanyak 25 unit usaha (25%), dan Denpasar Utara sebanyak 18 unit usaha (18%). Sebaran ini menunjukkan bahwa UMKM Kuliner relatif merata di setiap kecamatan pada Kota Denpasar.

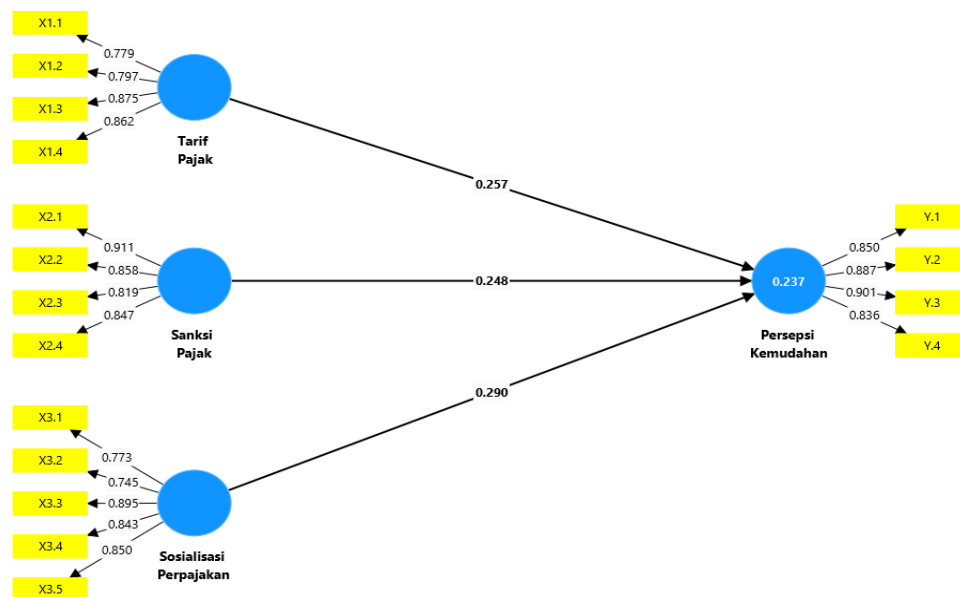
Berdasarkan lama beroperasi, mayoritas responden telah menjalankan usahanya selama 4–6 tahun dengan persentase 47%, diikuti oleh responden dengan lama usaha 7–10 tahun sebesar 22%, serta 2–3 tahun sebesar 21%. Sementara itu, responden dengan lama usaha lebih dari 10 tahun hanya sebesar 10%. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada fase usaha yang relatif stabil dan berkembang, sehingga telah memiliki pengalaman yang cukup dalam menjalankan aktivitas usaha dan menghadapi dinamika operasional.

Berdasarkan data pada tabel bentuk usaha, seluruh responden yaitu sebanyak 100 unit usaha (100%) merupakan usaha perorangan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha yang dijalankan masih didominasi oleh kepemilikan individu tanpa adanya bentuk badan usaha seperti CV, PT, atau Koperasi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pelaku usaha cenderung mengelola usahanya secara mandiri, baik dari sisi permodalan, pengambilan keputusan, maupun pengelolaan operasional.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas pelaku UMKM kuliner memiliki omzet tahunan ≤ 500 juta rupiah, yaitu sebanyak 77 unit usaha (77%). Sementara itu, pelaku UMKM kuliner dengan omzet tahunan lebih dari 500 juta hingga 4,8 miliar rupiah berjumlah 23 unit usaha (23%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM kuliner yang menjadi responden masih berada pada kategori usaha mikro dan kecil, sedangkan sebagian lainnya telah berkembang ke kategori usaha menengah.

Outer Model

Outer model digunakan untuk menilai hubungan antara indikator dengan konstruk laten. Tujuan utama dari analisis ini adalah menguji validitas dan reliabilitas indikator penelitian.



Gambar 1. PLS Algorithm Model.

Sumber: Diolah oleh penulis

Hasil Validitas Konvergen (Outer Loading)

Tabel 2. Hasil Validitas Konvergen (Outer Loading).

	Tarif Pajak	Sanksi Pajak	Sosialisasi Perpajakan	Persepsi Kemudahan
X1.1	0,779			
X1.2	0,797			
X1.3	0,875			
X1.4	0,862			
X2.1		0,911		
X2.2		0,858		
X2.3		0,819		
X2.4		0,847		
X3.1			0,773	
X3.2			0,745	
X3.3			0,895	

X3.4	0,843	
X3.5	0,850	
Y.1		0,850
Y.2		0,887
Y.3		0,901
Y.4		0,836

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan hasil uji validitas konvergen melalui nilai outer loading pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel Tarif Pajak, Sanksi Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan Persepsi Kemudahan memiliki nilai loading factor $\geq 0,70$. Indikator pada variabel Tarif Pajak memperoleh nilai loading antara 0,779–0,875, variabel Sanksi Pajak antara 0,819–0,911, variabel Sosialisasi Perpajakan antara 0,745–0,895, serta variabel Persepsi Kemudahan antara 0,836–0,901. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh indikator mampu merepresentasikan konstruk laten yang diukur secara memadai, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan layak digunakan pada tahap pengujian model selanjutnya.

Hasil Nilai AVE

Tabel 3. Hasil Average Variance Extracted (AVE).

	Average variance extracted (AVE)
Persepsi Kemudahan	0,755
Sanksi Pajak	0,739
Sosialisasi Perpajakan	0,677
Tarif Pajak	0,688

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat dilihat bahwa nilai AVE telah lebih besar dari 0,50 yang berarti semua indikator tersebut telah memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan dan mempunyai reliabilitas yang potensial untuk dilakukan pengujian lebih lanjut.

Hasil Discriminant Validity**Tabel 4.** Hasil Validitas Diskriminan (Cross Loading).

	Tarif Pajak	Sanksi Pajak	Sosialisasi Perpajakan	Persepsi Kemudahan
X1.1	0,779	0,019	0,011	0,218
X1.2	0,797	0,179	-0,029	0,268
X1.3	0,875	0,137	0,014	0,264
X1.4	0,862	0,093	0,012	0,197
X2.1	0,084	0,911	0,047	0,296
X2.2	0,157	0,858	0,097	0,254
X2.3	0,113	0,819	-0,006	0,219
X2.4	0,119	0,847	0,055	0,252
X3.1	-0,106	0,028	0,773	0,207
X3.2	-0,092	0,180	0,745	0,250
X3.3	0,016	0,018	0,895	0,282
X3.4	0,114	0,042	0,843	0,279
X3.5	0,044	-0,038	0,850	0,221
Y.1	0,199	0,286	0,285	0,850
Y.2	0,276	0,299	0,260	0,887
Y.3	0,338	0,233	0,286	0,901
Y.4	0,172	0,216	0,221	0,836

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Merujuk pada nilai *cross loading* di Tabel 4, persyaratan validitas diskriminan telah terpenuhi dengan baik. Hal ini dibuktikan oleh nilai korelasi indikator terhadap konstruksya lebih besar dari 0,70. Temuan ini menegaskan bahwa seluruh item pengukuran telah memenuhi kriteria validitas diskriminan secara optimal.

Hasil Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha**Tabel 5.** Hasil Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha.

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Persepsi Kemudahan	0,892	0,904	0,925
Sanksi Pajak	0,882	0,894	0,919
Sosialisasi Perpajakan	0,880	0,889	0,913
Tarif Pajak	0,849	0,857	0,898

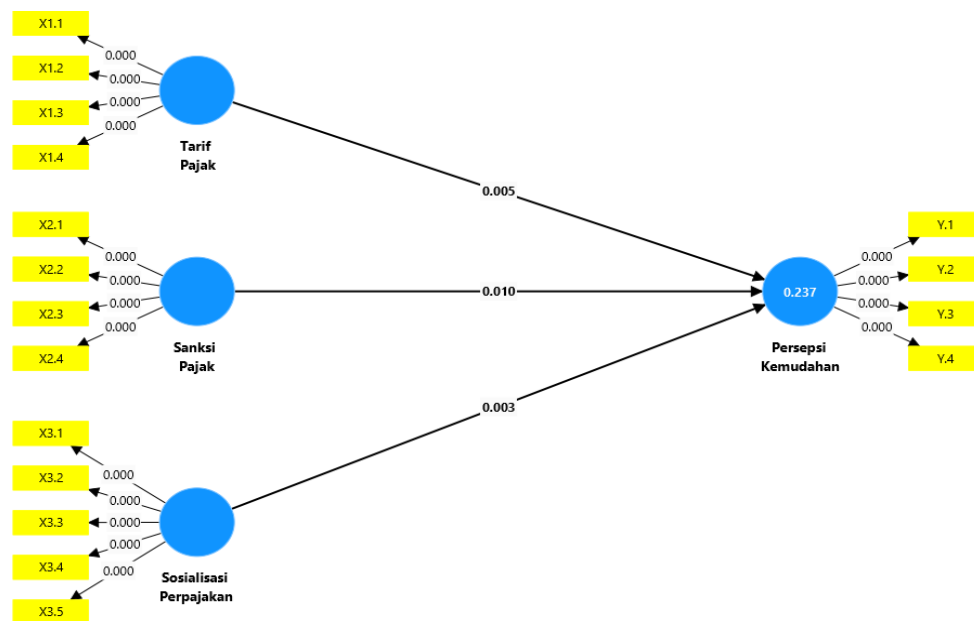
Sumber: Hasil Pengolahan Data

Pada Tabel 5, dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini, yaitu Persepsi Kemudahan, Sanksi Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan Tarif Pajak, memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 serta nilai Composite Reliability di atas 0,70. Variabel Persepsi Kemudahan menunjukkan tingkat reliabilitas tertinggi dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,892 dan

Composite Reliability (ρ_c) sebesar 0,925, diikuti oleh variabel Sanksi Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan Tarif Pajak yang seluruhnya juga memenuhi kriteria reliabilitas. Hasil ini mengindikasikan bahwa indikator-indikator yang digunakan pada setiap variabel laten memiliki konsistensi internal yang baik dan stabil, sehingga seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam pengujian model struktural selanjutnya.

Uji Model Struktural (Inner Model)

Inner model digunakan untuk menguji hubungan kausalitas antar konstruk laten sesuai dengan kerangka teori yang diajukan.



Gambar 2. PLS Bootstrapping Model.

Sumber: Diolah oleh penulis

R-Square

Tabel 6. Hasil R-square.

	R-square	R-square adjusted
Persepsi Kemudahan	0,237	0,213

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel hasil uji R-Square, diperoleh nilai sebesar 0,237 untuk variabel Persepsi Kemudahan. Nilai ini mengandung arti bahwa variabel-variabel independen dalam model (Tarif Pajak, Sanksi Pajak, dan Sosialisasi Perpajakan) secara simultan mampu menjelaskan variansi atau keragaman dari variabel Persepsi Kemudahan sebesar 23,7 persen. Sedangkan sisanya sebesar 76,3 persen dijelaskan oleh variabel atau faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, dimana nilai 0,237 tersebut umumnya dikategorikan sebagai pengaruh

model yang lemah (weak) namun masih dapat diterima untuk menjelaskan pengaruh antar variabel.

Q-Square

Tabel 7. Hasil Uji Q-Square.

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Persepsi Kemudahan	400,000	338,457	0,154

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Hasil perhitungan nilai Q-Square menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan memiliki nilai Q^2 sebesar 0,154. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki predictive relevance yang baik karena memiliki nilai diatas nol (0), yang berarti variabel-variabel eksogen yang digunakan dalam model mampu memprediksi atau menjelaskan fenomena pada variabel Persepsi Kemudahan secara akurat berdasarkan data observasi yang ada.

f² Effect Size

Nilai f-square (f^2) menunjukkan besar pengaruh parsial masing-masing variabel prediktor (X) terhadap variabel endogen (Y). Berikut interpretasi mengenai nilai f-square (Ghozali, 2014), yaitu nilai 0,02-0,15 (lemah), nilai 0,15-0,35 (medium), dan nilai >0,35 (kuat).

Tabel 8. Hasil Uji f^2 Effect Size.

	f-square
Sanksi Pajak -> Persepsi Kemudahan	0,079
Sosialisasi Perpajakan -> Persepsi Kemudahan	0,110
Tarif Pajak -> Persepsi Kemudahan	0,085

Sumber: Hasil Pengolahan Data

- Nilai f-square untuk pengaruh variabel Sanksi Pajak terhadap Persepsi Kemudahan diperoleh sebesar 0,079. Berdasarkan kriteria interpretasi Ghozali (2014), nilai tersebut berada dalam rentang 0,02 hingga 0,15. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sanksi Pajak memiliki pengaruh parsial (effect size) yang tergolong lemah terhadap variabel Persepsi Kemudahan dalam model struktural ini.
- Hasil perhitungan effect size untuk variabel Sosialisasi Perpajakan terhadap Persepsi Kemudahan menunjukkan nilai f-square sebesar 0,110. Mengacu pada kategori penilaian, angka ini berada di antara batasan 0,02 dan 0,15, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan memberikan kontribusi pengaruh parsial dengan tingkatan yang lemah terhadap pembentukan variabel Persepsi Kemudahan.

- c. Pengujian terhadap variabel Tarif Pajak menghasilkan nilai f-square sebesar 0,085 dalam hubungannya dengan Persepsi Kemudahan. Sesuai dengan pedoman yang digunakan, nilai ini masuk dalam kategori rentang 0,02 sampai 0,15. Dengan demikian, diinterpretasikan bahwa variabel Tarif Pajak memiliki pengaruh parsial yang lemah (small effect size) terhadap variabel Persepsi Kemudahan.

Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Uji hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping untuk menilai signifikansi hubungan antar variabel laten. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistic > 1,96 pada tingkat signifikansi 5% (p-value < 0,05)

1) Uji Signifikansi Jalur (Path Coefficient / Uji t)

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Secara Langsung.

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Sanksi Pajak -> Persepsi Kemudahan	0,248	0,249	0,096	2,568	0,010
Sosialisasi Perpajakan -> Persepsi Kemudahan	0,290	0,300	0,097	2,994	0,003
Tarif Pajak -> Persepsi Kemudahan	0,257	0,261	0,091	2,810	0,005

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis pada model struktural:

- Hasil pengujian menunjukkan bahwa Sanksi Pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Kemudahan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur (original sample) sebesar 0,248 yang bernilai positif, serta nilai t-statistik sebesar 2,568 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai P-values 0,010 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, yang berarti semakin tegas sanksi pajak maka persepsi kemudahan akan semakin meningkat.
- Hasil pengujian membuktikan bahwa Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Kemudahan. Kesimpulan ini didasarkan pada nilai koefisien jalur (original sample) sebesar 0,290, nilai t-statistik 2,994 yang melampaui batas t-tabel 1,96, serta nilai P-values sebesar 0,003 yang berada di bawah 0,05,

sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik sosialisasi perpajakan yang dilakukan akan meningkatkan persepsi kemudahan wajib pajak.

- c. Hasil pengujian mengindikasikan bahwa Tarif Pajak memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Kemudahan. Hal ini terlihat dari nilai koefisien jalur (original sample) sebesar 0,257, dengan t-statistik sebesar 2,810 yang lebih tinggi dari t-tabel 1,96 dan nilai P-values 0,005 yang memenuhi syarat signifikansi karena lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa variabel tarif pajak berkontribusi nyata dalam mempengaruhi persepsi kemudahan.

Pembahasan

Pengaruh Tarif Pajak terhadap Persepsi Kemudahan Pelaku UMKM Kuliner

Hasil pengujian menunjukkan bahwa tarif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan UMKM kuliner, dibuktikan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,257, t-statistik 2,810 ($>1,96$), dan P-values 0,005 ($<0,05$), sehingga hipotesis H1 diterima. Temuan ini dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), khususnya pada aspek Perceived Behavioral Control, dimana tarif PPh final 0,5% yang rendah dan sederhana meningkatkan rasa mampu pelaku UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Selain itu, berdasarkan Teori Biaya Kepatuhan Pajak (Sandford, 1995), kesederhanaan tarif menurunkan biaya kepatuhan baik dari sisi biaya finansial langsung maupun biaya waktu karena perhitungan pajak menjadi lebih mudah.

Tarif PPh final 0,5% yang sederhana memudahkan UMKM menghitung pajak tanpa keahlian akuntansi mendalam (Ramadhani, 2023). Kemudahan ini memperkuat Perceived Behavioral Control (PBC) dalam Theory of Planned Behavior (TPB), karena wajib pajak merasa mampu memenuhi kewajibannya secara mandiri. Berdasarkan Teori Biaya Kepatuhan Pajak, sistem yang simpel ini juga menciptakan efisiensi dengan menekan biaya konsultan dan waktu. Secara rasional, rendahnya hambatan finansial dan administratif tersebut membuat pelaku UMKM menilai kepatuhan pajak sebagai hal yang lebih mudah dijalankan.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh R. S. et al. (2024) dan Ramadhani (2023) yang menyatakan bahwa tarif pajak yang ringan dan sederhana berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan dan kepatuhan wajib pajak UMKM. Kesamaan hasil ini memperkuat validitas empiris bahwa kebijakan tarif yang rendah memang efektif dalam meningkatkan kemudahan yang dirasakan wajib pajak UMKM.

Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Persepsi Kemudahan Pelaku UMKM Kuliner

Hasil pengujian menunjukkan bahwa sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan UMKM kuliner, dibuktikan oleh nilai koefisien jalur sebesar

0,248, t-statistik 2,568 ($>1,96$), dan P-values 0,010 ($<0,05$), sehingga hipotesis H2 diterima. Temuan ini dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), khususnya pada aspek Perceived Behavioral Control, dimana kejelasan sanksi meningkatkan rasa kendali pelaku UMKM dalam menghindari risiko ketidakpatuhan. Selain itu, berdasarkan Teori Biaya Kepatuhan Pajak (Sandford, 1995), kepastian dan transparansi sanksi mampu menurunkan biaya psikologis berupa rasa takut, cemas, dan ketidakpastian.

Sanksi pajak yang tegas dan transparan memberikan kepastian hukum bagi pelaku UMKM dalam menghindari risiko. Kejelasan ini memperkuat Perceived Behavioral Control (PBC) dalam Theory of Planned Behavior (TPB), karena wajib pajak merasa mampu mengendalikan konsekuensi melalui kepatuhan. Selain itu, merujuk pada Teori Biaya Kepatuhan Pajak, sanksi yang terukur efektif menurunkan biaya psikologis (rasa bingung dan khawatir). Dengan batasan hukum yang jelas dan adil, wajib pajak dapat menjalankan kewajibannya dengan lebih mudah dan terarah.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh R. S. et al. (2024) dan Zulma (2020) yang menyatakan bahwa penerapan sanksi pajak yang efektif dan proporsional mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak karena menciptakan rasa aman dan kejelasan aturan. Kesamaan hasil ini memperkuat bahwa kejelasan sanksi merupakan instrumen penting dalam meningkatkan persepsi kemudahan dan kepatuhan wajib pajak UMKM.

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Persepsi Kemudahan Pelaku UMKM Kuliner

Hasil pengujian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemudahan UMKM kuliner, dibuktikan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,290, t-statistik 2,994 ($>1,96$), dan P-values 0,003 ($<0,05$), sehingga hipotesis H3 diterima. Temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), khususnya pada aspek norma subjektif, dimana informasi dan arahan dari otoritas pajak membentuk keyakinan bahwa kepatuhan merupakan perilaku yang diharapkan. Selain itu, berdasarkan Teori Biaya Kepatuhan Pajak (Sandford, 1995), sosialisasi yang efektif mampu menurunkan biaya waktu dan psikologis melalui penyederhanaan informasi serta pengurangan ketidakpastian regulasi.

Sosialisasi perpajakan berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan yang membantu UMKM memahami prosedur, tarif, dan mekanisme pembayaran secara akurat (Rachmad & Murdiawati, 2024). Pemahaman yang lebih baik ini akan memperkuat Norma Subjektif dalam Theory of Planned Behavior (TPB), karena wajib pajak merasakan dorongan sosial untuk patuh. Dari aspek Teori Biaya Kepatuhan Pajak, sosialisasi efektif menekan biaya waktu dan

psikologis dengan mengurangi kebingungan. Akses informasi yang mudah membuat sistem perpajakan terasa lebih transparan dan praktis tanpa menyita banyak waktu untuk memahami aturan yang berlaku.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh R. S. et al. (2024) serta Rachmad dan Murdiawati (2024) yang menyatakan bahwa intensitas dan kualitas sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan wajib pajak. Kesamaan hasil ini memperkuat bahwa sosialisasi perpajakan merupakan instrumen strategis dalam meningkatkan persepsi kemudahan dan kepatuhan wajib pajak UMKM.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa tarif pajak, sanksi pajak, dan sosialisasi perpajakan merupakan faktor kunci dalam membentuk persepsi kemudahan pelaku UMKM kuliner terhadap penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022. Tarif pajak yang rendah dan sederhana terbukti meningkatkan persepsi bahwa kewajiban perpajakan dapat dijalankan dengan mudah. Sanksi pajak yang tegas, jelas dan adil juga berkontribusi positif karena menciptakan kepastian hukum dan mengurangi ketidakpastian. Selain itu, sosialisasi perpajakan yang intensif dan berkelanjutan memperkuat pemahaman pelaku UMKM, sehingga sistem perpajakan dipersepsikan lebih mudah untuk dilaksanakan. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi kebijakan tarif yang sederhana, penegakan sanksi yang jelas, serta edukasi perpajakan yang intensif melalui sosialisasi menjadi fondasi penting dalam meningkatkan persepsi kemudahan dan kepatuhan pajak UMKM.

SARAN

Bagi Pemerintah dan Otoritas Pajak

Pemerintah perlu mempertahankan kebijakan tarif yang sederhana dan memperkuat program sosialisasi melalui pendekatan langsung maupun digital, termasuk pada komunitas wirausaha yang mewadahi pelaku usaha UMKM Kuliner. Pendampingan teknis terkait perhitungan pajak 0,5% dan simulasi pelaporan perlu diperluas untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM.

Bagi Pelaku UMKM Kuliner

Pelaku UMKM diharapkan lebih proaktif mengikuti kegiatan edukasi perpajakan dan memanfaatkan fasilitas layanan yang tersedia agar kewajiban perpajakan dapat dilaksanakan secara optimal.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada cakupan wilayah yang hanya difokuskan pada pelaku UMKM kuliner di Kota Denpasar, sehingga hasil penelitian ini belum dapat

digeneralisasikan pada sektor usaha lain maupun pada daerah dengan karakteristik ekonomi, tingkat literasi perpajakan, dan kondisi sosial yang berbeda. Selain itu, variabel yang diuji terbatas pada tarif, sanksi, dan sosialisasi, tanpa melibatkan variabel lain seperti literasi perpajakan, kualitas pelayanan pajak, dan pemanfaatan sistem perpajakan digital, agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi persepsi kemudahan dan kepatuhan pajak pelaku UMKM.

DAFTAR REFERENSI

- Agus, G., Aryawan, D., Negeri Bali, P., Karmana, W., Made Wijana, I., Bali, P. N., & Korespondensi, A. (2022). Pengaruh kebijakan ekonomi berbasis insentif pajak dan sistem administrasi pajak modern terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Denpasar pada masa pandemi. www.jurnal.pknstan.ac.id/index.php/JPI
- Agustuti, S. J. (2023). Pengaruh persepsi keadilan dan persepsi kemudahan penerapan tarif PPh final terhadap kepatuhan formal wajib pajak di UMKM Kecamatan Tanjungpinang Timur.
- Alfianto, H. (2024). Pengaruh sanksi perpajakan, kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi (Studi Dinas Perhubungan Kota Cilegon). *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(1), 41–54. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i1.90>
- Amir, A., & Junaid, A. (2022). YUME: Journal of management pada perusahaan kecil dan menengah di Kota Makassar. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 238–246. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3453>
- Andri, W., Nengsih, T. A., & Sudharyati, N. (2023). Analisis keberadaan UMKM di bidang kuliner dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Kecamatan Kuala Jambi Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(3), 281–294. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i3.564>
- Angelica, S., & Khairani, S. (2025). Pengaruh persepsi wajib pajak atas PP No. 55 Tahun 2022 dan kewajiban moral terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
- Artaningrum, R. G., Cahyadi, L. D. C., & Amrulloh. (2022). Analisis pengaruh persepsi WP UMKM yang terdampak COVID-19 terhadap penetapan kebijakan PPh final sesuai PP No. 23 Tahun 2018. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).
- Asrulla, R., Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis.
- Azzahra, R. F., & Aminah. (2024). Pengaruh implementasi PP 55 Tahun 2022 terhadap kepatuhan WPOP yang dimoderasi oleh sanksi pajak.
- Data Detail - Denpasar Open Data. (2024, January 30). https://dota.denpasarkota.go.id/?page=Data-Detail&language=id&domian=dota.denpasarkota.go.id&data_id=1706586971
- Devita, Nabila, D., Harahap, L., & Vientiany, D. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

- Hura, A., & Molinda Kakisina, S. (2022). Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 174–181. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.31>
- Hutapea, H. D., Manurung, A., & Sihotang, K. (2023). Pengaruh persepsi wajib pajak UMKM atas Undang-Undang HPP, sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 987–995. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2889>
- Krishna Yogantara, K., Herry Sugiarto Asana, G., & Vania Clarissa, S. (2021). Kepatuhan wajib pajak orang pribadi usaha mikro, kecil, dan menengah ditinjau dari tarif pajak, sosialisasi pajak, sanksi pajak, dan pemeriksaan pajak. <https://doi.org/10.23887/jippg.v3i2>
- Kusufiyah, Y. V., & Anggraini, D. (2024). Dampak kebijakan PP Nomor 55 Tahun 2022, kesadaran wajib pajak, dan kepercayaan kepada pemerintah terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(1), 98–112. <https://doi.org/10.47233/jebs.v4i1.1531>
- Marasabessy, I. L. (n.d.). Pengaruh penurunan tarif pajak UMKM terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (Studi Kasus pada KPP Pratama Pondok Aren).
- Nabila Rachmad, A., & Murdiawati, D. (2024a). Pengaruh kebijakan PP No.55 Tahun 2022 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Surabaya. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 8(2), 243–255. <https://doi.org/10.31851/neraca.v8i2.17985>
- Nabila Rachmad, A., & Murdiawati, D. (2024b). Pengaruh kebijakan PP No.55 Tahun 2022 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Surabaya. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 8(2), 243–255. <https://doi.org/10.31851/neraca.v8i2.17985>
- Ningsih, R. A. (2024). Analisis sosialisasi dan pemahaman prosedur perpajakan wajib pajak terhadap UMKM mikro (Studi Kasus UMKM Kuliner Kecamatan Ilir Barat 1 Kota Palembang).
- Ningsih, S., Syva, M. P., & Rukmini. (2023). Analisis pengaruh pajak daerah, retribusi daerah, dan belanja modal terhadap kinerja keuangan pada pemerintah daerah di Jawa Tengah tahun 2019-2022. 2019–2022. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap>
- Nugroho, V. Q. (2020). Pengaruh sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.
- Nugroho, W. E. (2024, May 7). Sebanyak 31.985 WP badan lapor SPT tahunan tepat waktu dan tumbuh 21,99% | Direktorat Jenderal Pajak. <https://pajak.go.id/id/siaran-pers/sebanyak-31985-wp-badan-lapor-spt-tahunan-tepat-waktu-dan-tumbuh-2199>
- Pemerintah dorong UMKM naik kelas, tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025, January 30). <https://ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Pradhana, A. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak (Studi Kasus pada wajib pajak usaha mikro kecil dan menengah yang terdaftar di KPP Pratama Kota Batu).

- Prasetyo, D. (2022). Pengaruh sosialisasi perpajakan, kepuasan pelayanan fiskus, kemudahan akses, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi (Studi Kasus di KPP Pratama Bekasi Utara).
- Putra, B. E. S., & Chamalinda, K. N. L. (2025). Optimalisasi kepatuhan wajib pajak UMKM melalui penerapan undang-undang harmonisasi peraturan perpajakan.
- Putra, I. M. W., AMP, I. N. K., & Sudiartana, I. M. (2021). Pengaruh kesadaran wajib pajak, sanksi pajak, sosialisasi pajak dan penerapan e-billing terhadap kepatuhan membayar pajak wajib pajak orang pribadi di kantor pelayanan pajak pratama Badung Utara.
- Putri, N. K. D. A., Putra, I. G. C., & Dicriyani, N. L. G. M. (2022). Pengaruh motivasi, tingkat pendidikan, tingkat penghasilan, pengetahuan perpajakan dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Denpasar Timur.
- Rachmad, N. A., & Murdiawati, D. (2024). Pengaruh kebijakan PP No.55 Tahun 2022 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Surabaya. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 8(2), 243–255. <https://doi.org/10.31851/neraca.v8i2.17985>
- Ramadhani. (2023). Pengaruh perubahan tarif pajak, pengetahuan perpajakan, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro kecil dan menengah di Kecamatan Hamparan Perak.
- Riyanti, B., & Riana, A. (2024). Persepsi penerapan UU HPP dan tax compliance: Peran mediasi kepercayaan kepada pemerintah.
- S, D. Y. N. (2022). Analisa penerapan pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna e-commerce (Studi Kasus pada pengguna e-commerce di Bekasi Barat).
- S, R., Ka, V. S. Den, & Arifin, R. (2024a). Analisis persepsi wajib pajak pelaku UMKM terhadap penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 di KPP Pratama Makassar Barat. 4(2). <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/sustainable/indexhttp://dx.doi.org/10.30651>
- S, R., Ka, V. S. Den, & Arifin, R. (2024b). *Sustainable: Jurnal Akuntansi* Analisis persepsi wajib pajak pelaku UMKM terhadap penerapan peraturan. 4(2). <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/sustainable/indexhttp://dx.doi.org/10.30651>
- Sahpahlevi, L. R. (2024). Implementasi PP No. 55 Tahun 2022, sosialisasi pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Batu.
- 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 (Vol. 9, Issue 2). <http://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/>
- Sibarani, Y. A. R., & Rosid, A. (2024). Evaluasi penerapan batasan omset tertentu tidak dikenakan PPh final (Studi Kasus KPP Pasar Rebo). *Owner*, 8(2), 1314–1326. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2089>
- Situmorang, F. (2025). Analisis kepatuhan pajak pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia.
- Thahir, A. N., Karyadi, I., & Azmi, Y. U. (2021). Pengaruh perubahan tarif, metode penghitungan dan modernisasi sistem pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan keadilan pajak sebagai variabel moderasi.

- Wardani, A. I. K., & Priono, H. (2025). Implementasi PP Nomor 55 Tahun 2022 terhadap PPh Pasal 4 ayat (2) pada CV MSM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 656–666. <https://doi.org/10.55606/jurima.v5i2.5491>
- Wirya, & Zahran, W. S. (2024). Pengaruh pemahaman peraturan perpajakan dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada pelaku UMKM di Kota Bekasi.
- Yogantara, K. K., Asana, G. H. S., & Clarissa, S. V. (2020). Kepatuhan wajib pajak orang pribadi usaha mikro, kecil, dan menengah ditinjau dari tarif pajak, sosialisasi pajak, sanksi pajak, dan pemeriksaan pajak. <https://doi.org/10.23887/jippg.v3i2>
- Zulma, G. W. M. (2020a). 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. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.170>
- Zulma, G. W. M. (2020b). 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. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.170>