

Analisis Kepatuhan Pajak dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya di Sektor *E-Commerce* pada Era Digital: Studi Pada Pengguna *E-Commerce* UMKM di Kota Malang

Ardalena Sri Putri Indah Sari^{1*}, Moh. Amin,² Siti Aminah Anwar³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Korespondensi: 22101082054@unisma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran pajak dan literasi digital terhadap kepatuhan pajak UMKM pengguna *e-commerce* di Kota Malang. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer melalui kuesioner yang disebarakan secara langsung pada UMKM. Teknik analisis pada penelitian ini yaitu menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji hasil dari pengaruh kesadaran pajak dan literasi digital. Analisis data dari penelitian ini yaitu menggunakan aplikasi SPSS versi 27. Pada penelitian ini menggunakan teknik sampling purposive menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 10% sehingga penelitian ini memiliki jumlah responden sebanyak 99 sampel. Penelitian ini dilakukan terhadap pelaku wajib pajak UMKM pengguna *e-commerce* di Kota Malang. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kesadaran pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak, literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak, dan kesadaran pajak dan literasi digital baik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pengguna *e-commerce* di Kota Malang.

Kata Kunci: Kepatuhan pajak, kesadaran pajak, literasi digital, umkm, *e-commerce*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of tax awareness and digital literacy on the tax compliance of UMKM using e-commerce in Malang City. This research employs a quantitative method with primary data collected through questionnaires that were directly distributed to UMKM. The analytical technique used in this study is simple linear regression to examine the effects of tax awareness and digital literacy. The data were analyzed using the SPSS version 27 application. This study used purposive sampling, applying the Slovin formula with a 10% margin of error, resulting in a total of 99 respondents. The study was conducted on UMKM taxpayers who use e-commerce in Malang City. The results of this study indicate that tax awareness has a positive and significant effect on tax compliance, and both tax awareness and digital literacy simultaneously have a positive and significant effect on the tax compliance of UMKM e-commerce users in Malang City.

Keywords: Tax compliance, tax awareness, digital literacy, umkm, *e-commerce*.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era digital saat ini, sektor *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan telah menjadi salah satu sektor yang paling berpengaruh terhadap perekonomian dan perilaku konsumen. Pertumbuhan ini didorong oleh kemajuan teknologi informasi. Saat ini, Indonesia tercatat sebagai negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia, yaitu mencapai 78% (Dinda & Wahid, 2024). Kota Malang sendiri memiliki kurang lebih 8.000 pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) (Pemkot, 2024). Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan perekonomian di Kota Malang menunjukkan tren yang cukup signifikan yang terlihat dari peningkatan jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sebagaimana dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang. Aktivitas

bisnis, termasuk transaksi melalui *e-commerce* yang menghasilkan keuntungan, pada dasarnya tidak dapat dipisahkan dari kewajiban perpajakan.

Pajak merupakan sumber utama pendapatan dan penerimaan negara yang bersifat wajib. Kesadaran akan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak pengusaha *e-commerce* terhadap perpajakan karena ketika wajib pajak sadar akan kewajibannya untuk membayar pajak, mereka akan melakukannya tanpa paksaan (Rizal et al., 2023). Pajak penghasilan dari *e-commerce* telah ditentukan oleh Direktur Jenderal Pajak, diantaranya surat edaran direktur jenderal pajak nomor S-429/PJ.22/1998 tanggal 24 Desember 1998 tentang himbauan kepada wajib pajak yang melakukan transaksi melalui *Electronic E-commerce*, surat edaran direktur jenderal pajak nomor SE-62/PJ/2013 tentang penegasan ketentuan perpajakan atas transaksi *e-commerce*, dan surat edaran nomor SE-06/PJ/2015 tentang pemotongan dan atau pemungutan pajak penghasilan atas transaksi *e-commerce* (Rizal et al., 2023). Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan pada tarif pajak penghasilan (PPh) untuk, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi 0,5% (Pajak, 2022).

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang mengaji tentang kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce*. Pada penelitian Patriandari & Safitri, (2021) yang berjudul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pengguna *E-Commerce*” kesadaran wajib pajak berpengaruh tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan pemahaman tentang peraturan perpajakan, dan Tingkat kepercayaan wajib pajak kepada pemerintah berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pada penelitian Yuliani et al., (2023) dengan judul penelitian “Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Teknologi Informasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*” pengetahuan wajib pajak dan teknologi informasi berpengaruh terhadap wajib pajak pengguna *e-commerce*, sedangkan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Penelitian Rakhma Wuryandini et al., (2023) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Online Shop Dengan Pemoderasian Pengungkapan Sukarela” pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, interaksi antara pengetahuan perpajakan dan pengungkapan sukarela tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, Interaksi antara kesadaran wajib pajak dan pengungkapan sukarela tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, interaksi antara sanksi perpajakan dan pengungkapan sukarela tidak mampu mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Penelitian Umayatin Musdalifah, (2024) yang berjudul “Analisis Tingkat Kepatuhan Pajak Dan Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Di Sektor *E-Commerce* Pada Era Digital” dimana hasil penelitian ini menjelaskan adanya peningkatan yang signifikan terhadap kepatuhan pajak.

Dari sejumlah penelitian sebelumnya yang telah mengulas berbagai faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak, seperti kesadaran pajak, pemahaman akan pajak, serta kepercayaan akan masyarakat terhadap pemerintah. Namun demikian, sebagian dari penelitian ini belum secara mendalam mengangkat literasi digital sebagai determinasi baru yang relevan dengan konteks transformasi digital sistem perpajakan di Indonesia, terutama dalam perkembangan teknologi di era digital pada saat ini.

Padahal kurangnya keterampilan dan pemahaman digital dapat menghambat kemampuan wajib pajak dalam mengakses serta menggunakan layanan perpajakan elektronik secara efektif. Sebaiknya, individu dengan tingkat literasi digital yang baik cenderung lebih mudah menggunakan sistem perpajakan modern dan dapat menggunakan *platform* digital dengan mudah.

Melihat pentingnya peran sektor *e-commerce* dalam perekonomian digital yang disertai dengan tantangan dalam penerapan kewajiban perpajakan, khususnya di tingkat pelaku UMKM, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tingkat kepatuhan pajak para pelaku

pengguna *e-commerce* di Kota Malang, sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya, dengan penekanan khusus pada peran literasi digital sebagai salah satu determinan dalam era transformasi teknologi saat ini, dimana pelaku *e-commerce* harus bisa mengakses, memahami, dan menggunakan layanan perpajakan digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Teknologi Penerimaan Model (*Technology Acceptance Model-TAM*)

Technology Acceptance Model (TAM) atau teknologi penerimaan diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989. Menurut Davis (1989), ada beberapa variabel dalam model TAM, termasuk persepsi manfaat, yang merupakan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penerapan sistem teknologi akan memiliki potensi tertentu yang dapat meningkatkan kinerja pekerjaan yang akan dilakukan, persepsi kemudahan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan menghemat waktu dan tenaga, ketika seseorang berperilaku tertentu, mereka memiliki perasaan atau sikap penggunaan.

Teori ini berfungsi untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses pajak dan digunakan untuk memberikan pelayanan perpajakan. Direktorat pajak bekerjasama dengan penyediaan pelayanan pelaporan pajak untuk memperluas layanan terhadap wajib pajak dalam memenuhi laporan perpajakannya dan memberikan layanan penunjang pengajuan kepada wajib pajak (Yuliani et al., 2023)

Teori Kepatuhan Pajak (*Tax Compliance Theory*)

Dian Cahya et al., (2021) kepatuhan wajib pajak merupakan keadaan dimana wajib pajak memenuhi dan mematuhi semua kewajiban perpajakan serta melaksanakan hak perpajakannya. Kirchler et al. (2008) dalam Anugrah & Fitriandi, (2022) membagi kepatuhan pajak menjadi dua kategori, Kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*) terjadi ketika wajib pajak dapat memenuhi kewajibannya berdasarkan kemauannya sendiri atau dengan kata lain tanpa paksaan, sedangkan kepatuhan terpaksa (*enforced compliance*) terjadi ketika memenuhi kewajibannya karena konsekuensi yang mungkin terjadi dan bersifat memaksa.

UMKM Pengguna E-commerce

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu hal terpenting untuk mendukung perekonomian di Indonesia, karena kemampuan mereka untuk menyerap tenaga kerja meningkatkan kesejahteraan pelakunya (Irmawati & Hidayatulloh, 2019). Pedagang elektronik, juga dikenal sebagai *e-commerce* mengacu pada pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui internet di era digital ini. Dimana ini mencakup berbagai model bisnis, seperti *business-to-consumer* (B2C), *business-to-business* (B2B), *consumer-to-consumer* (C2C), dan *consumer-to-business* (C2B) (Umayatin Musdalifah, 2024).

Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak didefinisikan sebagai kondisi di mana seseorang mengetahui, mengakui, dan mematuhi ketentuan perpajakan yang berlaku, serta bersungguh-sungguh untuk memenuhi perpajakan (Rakhma Wuryandini et al., 2023). Kesadaran wajib pajak, menurut Yuliani et al., (2023) didefinisikan sebagai wajib pajak yang memahami tanggung jawabnya terhadap pajak, bersedia untuk melakukannya, dan melaporkan seluruh penghasilan mereka secara jujur sesuai dengan peraturan yang berlaku.

H1: Kesadaran pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak pengguna *e-commerce* UMKM di Kota Malang

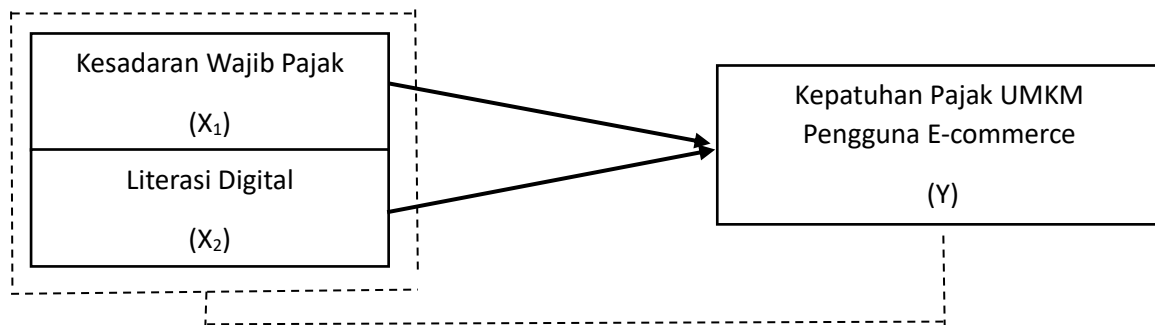
Literasi Digital

Paul Gilster mengatakan bahwa literasi digital adalah sebuah kemampuan untuk memahami dan menggunakan berbagai bentuk informasi dari berbagai sumber yang sangat luas yang dapat diakses melalui perantara komputer (Sasmito & Prestianto, 2021). Semua keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi adalah bagian penting dari literasi digital.

H2: Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak pengguna *e-commerce* UMKM di Kota Malang

Kerangka Konseptual

Kerangka pada penelitian ini dapat digambarkan seperti gambar berikut:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Tabel 1 Hasil Penyebaran kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner disebar	99
Kuesioner kembali	99
Pengisian tidak lengkap	0
Kuesioner yang diolah	99
Total	99

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Lokasi dari penelitian ini yaitu di Kota Malang, waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2025 sampai selesai. Peneliti memilih pelaku UMKM yang menjadi wajib pajak dan menggunakan *platform e-commerce* di Kota Malang sebagai objek yang akan diteliti. Pada penelitian ini, menggunakan teknik sampling *purposive* dengan menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 10% sehingga jumlah responden sebanyak 99 orang. Untuk jenis kuesioner pada penelitian ini berupa kuesioner tertutup atau sering disebut skala likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan terkait variabel penelitian. (Sugiono, 2022:146). Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian menggunakan regresi linear berganda yang bertujuan untuk memahami bagaimana perubahan pada salah satu atau lebih dari variabel bebas (X) yang mempengaruhi perubahan pada variabel terikat (Y).

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Penelitian ini terdiri dari 78,8% atau 78 responden perempuan dan 21,2% atau 21 responden laki-laki dari total 99 responden. dengan usia responden terbanyak Adalah > 40 tahun yaitu sebanyak 43,4% atau sebanyak 43 responden. Hal ini berarti responden lebih banyak di usia produktif lanjut. Jenis usaha dengan bidang yang paling banyak diminati oleh responden adalah bidang kuliner, sebanyak 44 responden atau 44,4% dari total keseluruhan. Dan sebagian besar usaha telah beroperasi selama kurang dari 1 tahun, yaitu sebanyak 35 responden atau 35,4%. platform *e-commerce* yang paling banyak digunakan oleh responden adalah 68 pengguna shopee. Dan terakhir sebanyak 99 orang yang menjawab iya atau 99 % dari total 99 responden memiliki NPWP.

Uji Kualitas Data Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R Tabel	Keterangan	Keputusan
Kesadaran Pajak	X1.1	0,896	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	X1.2	0,861	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	X1.3	0,897	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	X1.4	0,898	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	X1.5	0,906	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	X1.6	0,878	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
Literasi digital	X2.1	0,812	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	X2.2	0,885	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	X2.3	0,842	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	X2.4	0,836	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	X2.5	0,873	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	X2.6	0,834	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
Kepatuhan Pajak	Y.1	0,870	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	Y.2	0,868	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	Y.3	0,904	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	Y.4	0,896	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	Y.5	0,862	0,196	R hitung > R Tabel	Valid
	Y.6	0,904	0,196	R hitung > R Tabel	Valid

Sumber: Data primer di olah, 2025

Berdasarkan hasil tabel 1, diketahui bahwa nilai r tabel yaitu 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai dari seluruh variabel para r hitung > r tabel dinyatakan sebagai valid,
Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Kepatuhan Pajak	0,944	Reliabel
2.	Kesadaran Pajak	0,947	Reliabel
3.	Literasi Digital	0,920	Reliabel

Sumber: Data primer di olah, 2025

Hasil dari uji reliabilitas dari masing-masing tabel. Variabel kepatuhan pajak memperoleh nilai 0,944 > 0,6, sedangkan variabel kesadaran pajak memperoleh nilai 0,947 > 0,6, dan variabel literasi digital memperoleh 0,920 > 0,6, hasil ini menjelaskan masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.225	1.485		2.845	.005		
Kesadaran Pajak	.585	.109	.595	5.367	.000	.303	3.305
Literasi Pajak	.244	.116	.235	2.115	.037	.303	3.305

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber: Data primer di olah, 2025

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan melalui rumus berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 4,225 + 0,585 X_1 + 0,244 X_2 + e$$

- Berdasarkan persamaan variabel jika tidak mengalami perubahan, maka nilai kepatuhan pajak (Y) tetap berada pada angka 4,225.
- Nilai koefisien regresi (b1) variabel kesadaran pajak memiliki nilai positif sebesar 0,585.
- Nilai koefisien regresi (b2) variabel literasi digital memiliki nilai positif sebesar 0,244.

Uji Hipotesis

Uji Simultan (F)

Tabel 5 Hasil Uji F

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1425.208	2	712.604	86.290	.000 ^b
	Residual	792.792	96	8.258		
	Total	2218.000	98			

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

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

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas dalam hasil uji F tersebut menjelaskan nilai F hitung sebesar 86,290 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kesadaran pajak (X_1) dan literasi digital (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak (Y).

Uji t

Tabel 6 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.225	1.485		2.845	.005		
Kesadaran Pajak	.585	.109	.595	5.367	.000	.303	3.305
Literasi Digital	.244	.116	.235	2.115	.037	.303	3.305

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa variabel kesadaran pajak memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kesadaran pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak. Sedangkan nilai signifikansi dari variabel literasi sebesar $0,037 < 0,05$, yang berarti literasi digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak.

Uji Koefisiensi Determinasi (Uji R²)

Tabel 7 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (Uji R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 ^a	.643	.635	2.87372

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

b. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,635 setara dengan 63%. Yang berarti bahwa variabel kesadaran pajak dan literasi digital berpengaruh terhadap kepatuhan pajak sebesar 63%, sedangkan sisanya sebesar 36% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang diluar model penelitian ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian mengenai pengaruh kesadaran pajak dan literasi digital terhadap kepatuhan pajak UMKM pengguna *e-commerce* di Kota Malang yang dapat disimpulkan.

1. Bahwa melalui uji F dapat di simpulkan kesadaran pajak dan literasi digital secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM pengguna *e-commerce* di Kota Malang.
2. Berdasarkan hasil uji t menjelaskan bahwa kesadaran pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap UMKM pengguna *e-commerce* di Kota Malang.
3. Berdasarkan hasil uji t menjelaskan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM pengguna *e-commerce* di Kota Malang.

Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya di lakukan di Kota Malang pada pelaku UMKM pengguna *e-commerce*.
2. Variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya mencakup dua variabel yaitu kesadaran pajak dan literasi digital.
3. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan kuesioner.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah di jelaskan ada beberapa saran yang di berikan untuk berbagai pihak:

1. Harapan peneliti kedepannya untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel baru atau dapat menambahkan variabel pemoderasian yang mempengaruhi tingkat kepatuhan pajak seperti, kualitas pelayanan pajak, pengetahuan perpajakan, tarif pajak atau faktor psikologis wajib pajak dalam memperkaya model penelitian sehingga dapat meningkatkan kualitas data dan kesesuaian lapangan secara lebih luas.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang ada diharapkan bagi DJP di kota Malang perlu memperluas kegiatan sosialisasi edukasi dan pelatihan mengenai pemahaman peraturan perpajakan dan penggunaan teknologi informasi digital perpajakan.
3. Bagi pemerintah diharapkan terus mendukung tentang penguatan ekosistem digital dalam layanan perpajakan.
4. Pelaku UMKM diharapkan dapat pelaku UMKM dapat terus meningkatkan kemampuan literasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, M. S. S., & Fitriandi, P. (2022). Analisis Kepatuhan Pajak Berdasarkan Theory of Planned Behavior. *Info Artha*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.31092/jia.v6i1.1388>
- Dian Cahya, R., Kiswara, E., & Fuad. (2021). Analisis Implementasi Penyanderaan (Gijzeling) Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Dan Sebagai Upaya Pencairan Tunggakan Pajak: Menurut Perspektif Teori Kepatuhan Pajak. *Scientax*, 3(1), 130–158. <https://doi.org/10.52869/st.v3i1.105>
- Dinda Oktavia, J., & Wahid Mahsuni, A. (2024). Analisis Penerapan Peraturan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Atas Transaksi Online (E-Commerce) (Studi Kasus pada UMKM di Kota Malang). *E Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 13(01), 595–603.
- Irmawati, J., & Hidayatulloh, A. (2019). Determinan Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Kota Yogyakarta. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 3(2), 112–121. <https://doi.org/10.32897/jsikap.v3i2.118>
- Pajak, D. J. (2022). *Penurunan PPh final UMKM jadi 0,5%*.
- Patriandari, P., & Safitri, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pengguna E-Commerce. *AKRUAL : Jurnal Akuntansi Dan*

- Keuangan*, 3(1), 15–29. <https://doi.org/10.34005/akrual.v3i1.1529>
- Pemkot. (2024). *UMKM kota malang*.
- Rakhma Wuryandini, A., Usman, U., & Zakaria, I. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Online Shop Dengan Pemoderasi Pengungkapan Sukarela. *Jambura Accounting Review*, 4(1), 13–26. <https://doi.org/10.37905/jar.v4i1.58>
- Rizal, A., Lumban Batu, R., Madjid, S., & Singaperbangsa Karawang Abstract, U. (2023). Analisis Kesadaran Wajib Pajak dalam Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM Jawa Barat Pada Pengguna Platform E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(11), 564–583.
- Sasmito, Y. W. D., & Prestianto, B. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital Dan Penerapan E-Commerce Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi Dan Perpajakan (Jemap)*, 4(1), 145. <https://doi.org/10.24167/jemap.v4i1.3148>
- Sugiono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D*. ALFABETA, cv.
- Umayatin Musdalifah, A. (2024). Analisis Tingkat Kepatuhan Pajak dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak di Sektor E-Commerce pada Era Digital: Studi Empiris berdasarkan Data Kuisisioner. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(9), 191–202.
- Yuliani, I. D., Suriyanti, L. H., & Azhari, I. P. (2023). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Teknologi Informasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce. *Bilancia : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(3), 649. <https://doi.org/10.35145/bilancia.v7i3.2546>