

Pengaruh Penjualan Online Produk Tas Dan Kepatuhan Pajak Terhadap Potensi Pajak Penghasilan Final Yang Belum Terpenuhi Oleh Umkm (Studi Kasus Pada Perusahaan X Tahun 2022-2024)

Wulan Safira, Joelianti Dwi Supraptiningsih, Sopian
Universitas Pertiwi

E-mail : 21110027@pertiwi.ac.id, joelianti@pertiwi.ac.id, sopian@pertiwi.ac.id

Article History:

Received: 03 Juli 2025

Revised: 05 Agustus 2025

Accepted: 12 Agustus 2025

Keywords:

Penjualan
Online, Kepatuhan Pajak,
Potensi Pajak Penghasilan
Final

Abstrak: Pajak merupakan salah satu sumber utama pendapatan negara yang digunakan untuk membiayai berbagai program pembangunan. Namun, kontribusi dari sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya yang bergerak dalam penjualan produk secara online, masih belum optimal. Hal ini terlihat dari rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak serta belum terpenuhinya kewajiban pembayaran PPh Final oleh pelaku UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penjualan online produk tas (X1) dan kepatuhan pajak (X2) terhadap potensi PPh Final yang belum terpenuhi (Y) oleh UMKM, dengan studi kasus pada Perusahaan X selama periode 2022–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode studi kasus. Data primer diperoleh dari dokumentasi laporan penjualan online yang berisi jumlah transaksi dan omzet kotor, serta kuesioner internal untuk mengukur tingkat kepatuhan pajak. Teknik analisis data yang digunakan meliputi statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner, analisis regresi linier berganda, dan serta studi kasus potensi pajak berdasarkan ketentuan tarif PPh Final sesuai PP No. 23 Tahun 2018 dan PP No. 55 Tahun 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat potensi PPh Final yang belum terpenuhi dengan nilai signifikan selama periode penelitian. Analisis regresi menunjukkan bahwa penjualan online berpengaruh signifikan terhadap potensi PPh Final. Sementara itu, kepatuhan pajak yang diukur dari aspek administratif dan material memberikan kontribusi, namun belum maksimal. Penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan kepatuhan pajak dan pencatatan transaksi digital sebagai langkah strategis untuk mengoptimalkan penerimaan negara dari sektor UMKM.

PENDAHULUAN

Dalam buku yang ditulis oleh Martha Rianty (2020). Dijelaskan bahwa pajak merupakan kontribusi yang harus dibayar oleh masyarakat kepada negara. Setiap rupiah yang dibayarkan oleh rakyat akan masuk ke dalam pendapatan negara dari sektor pajak. Dana tersebut digunakan untuk mendanai pengeluaran pemerintah, baik di tingkat pusat maupun daerah, demi kesejahteraan publik. Pajak digunakan untuk kepentingan masyarakat luas, bukan untuk kepentingan individu. Pemungutan pajak bersifat wajib karena dilaksanakan sesuai dengan hukum yang berlaku. Penjelasan ini menekankan bahwa pajak mempunyai fungsi yang sangat penting untuk mendukung kelangsungan suatu negara, karena sebagai sumber utama pendanaan aktivitas pemerintahan. Selanjutnya, Harmaizar (2006:211) Menjelaskan bahwa pajak adalah suatu kejadian yang melibatkan hubungan antara masyarakat dan negara. Pemahaman yang menyeluruh mengenai pajak menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya partisipasi pelaku usaha, termasuk UMKM, dalam aktivitas ekonomi digital. Namun, Pelaksanaan kewajiban pajak oleh pelaku UMKM khususnya terkait dengan PPh Final masih mengalami sejumlah masalah. Salah satunya adalah tingkat kepatuhan yang rendah serta kurangnya kesadaran mengenai pentingnya pelaporan dan pembayaran pajak secara berkala. Hal ini mengakibatkan potensi pendapatan negara yang belum teroptimalkan.

Dalam hal UMKM, terutama yang berbentuk perorangan dan beroperasi secara online, kepatuhan ini menjadi sangat penting karena berkaitan dengan pencatatan pendapatan, pelaporan pajak dan penerapan PPh Final sesuai dengan peraturan terbaru seperti yang diatur dalam PP No. 23 Tahun 2018 dan PP No. 55 Tahun 2022. Salah satu sektor UMKM yang cukup dominan dalam perdagangan online adalah bidang fashion. Berdasarkan data yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022 kategori fashion menyumbang sebesar 16.25 persen dari total barang dan jasa yang paling banyak terjual secara daring. Besarnya persentase ini menunjukkan bahwa sektor fashion memiliki kontribusi signifikan terhadap aktivitas ekonomi digital, khususnya dalam lingkup UMKM. Banyak pelaku usaha fashion online yang belum memiliki sistem pencatatan dan pelaporan yang baik, sehingga berisiko mengabaikan kewajiban membayar PPh Final sebagaimana diamanatkan dalam PP No. 55 Tahun 2022. Oleh karena itu, diperlukan perhitungan potensi PPh Final dari penjualan online, khususnya pada sektor fashion, guna menggambarkan sejauh mana potensi pajak yang belum terpenuhi dari UMKM digital di Indonesia.

Melihat situasi tersebut, sangat penting untuk melakukan perhitungan terkait kemungkinan penerimaan pajak yang seharusnya dibayarkan oleh Perusahaan X sebagai salah satu pelaku UMKM digital, terutama Perusahaan X bergerak di bidang fashion. Perusahaan X sebagai contoh dalam penelitian ini merupakan salah satu UMKM yang melakukan penjualan secara online melalui platform e-commerce dengan pendapatan tahunan yang cukup signifikan. Namun, perusahaan ini belum secara aktif melaporkan dan membayar PPh Final atas nilai transaksi penjualannya, sehingga perlu dilakukan perhitungan simulatif untuk mengetahui potensi penerimaan pajak yang hilang dari perusahaan X sebagai salah satu pelaku UMKM. Dengan memanfaatkan data penjualan dari tahun 2022 hingga 2024, penelitian ini diharapkan mampu mengungkap nilai potensi PPh Final yang belum dibayarkan, serta menunjukkan pentingnya kepatuhan pajak dalam konteks UMKM digital.

Tabel 1. Transaksi Penjualan *Online* Perusahaan X tahun 2022-2024

Tahun	Jumlah Transaksi	Rata-Rata Transaksi/Bulan	Omset Penjualan <i>Online</i>
2022	7.435	620	Rp. 1.606.373.500
2023	14.120	1.177	Rp. 35.767.380.400
2024	30.440	2.537	Rp. 26.595.184.000

Tabel di atas menggambarkan perkembangan yang signifikan dalam jumlah transaksi dan pendapatan selama tahun 2022 hingga 2024. Di tahun 2022, Perusahaan X berhasil mencatat lebih dari 7 ribu transaksi dengan pendapatan sekitar Rp1.6 miliar. Angka tersebut meningkat lebih dari dua kali lipat pada tahun 2023, dengan pendapatan yang mencapai lebih dari Rp35 miliar. Meskipun ada sedikit penurunan pendapatan pada tahun 2024, jumlah transaksi tetap menunjukkan peningkatan yang cukup besar. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi digital, terutama di bidang fashion yang ditekuni oleh Perusahaan X terus tumbuh dan memiliki potensi pajak yang besar. Akan tetapi, potensi tersebut belum sepenuhnya terlihat dalam pendapatan negara, karena perusahaan belum secara aktif melaporkan dan membayar PPh Final atas penjualannya.

LANDASAN TEORI

Penjualan Online

Dalam buku yang ditulis oleh Putri (2025). Dijelaskan bahwa penjualan online merujuk pada aktivitas penjualan dan pembelian barang serta jasa yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan komputer atau internet. Makna lain dari penjualan online adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengolahan digital untuk melaksanakan transaksi bisnis. Hal ini bertujuan untuk menciptakan, mengubah, dan mendefinisikan kembali hubungan baru antara penjual dan pembeli. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa penjualan melalui internet tidak hanya melibatkan proses jual beli secara teknis, tetapi juga memberikan dampak yang mengubah cara interaksi dalam dunia bisnis. Lebih lanjut, menurut Julian Ding yang dikutip oleh Titik Triwulan Tutik (2015). Penjualan online adalah suatu transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk menyediakan barang, jasa, atau memindahkan hak. Kontrak ini dilaksanakan melalui media elektronik di mana semua pihak tidak berada secara fisik. Media ini tersedia di dalam jaringan umum yang bersifat terbuka, yaitu Internet atau World Wide Web. Penjelasan ini menegaskan bahwa penjualan secara online adalah jenis transaksi hukum yang valid dan mengikat, meskipun terjadi tanpa adanya kehadiran fisik di antara pihak-pihak yang terlibat.

Pada buku yang ditulis oleh Susanto et al., (2025). Menjelaskan bahwa penjualan online adalah sebuah proses yang melibatkan pembelian, penjualan, pemindahan, atau pertukaran produk, layanan, dan/atau informasi dengan menggunakan jaringan komputer, termasuk internet. konsep ini tidak hanya terbatas pada kegiatan jual beli, tetapi juga meliputi aspek yang lebih luas dalam ekosistem perdagangan digital. Oleh karena itu, penjualan secara online telah mengubah cara para pelaku bisnis berinteraksi dengan konsumen, di mana proses pembelian, penjualan,

pemindahan, dan pertukaran dapat dilaksanakan secara efisien melalui platform digital tanpa adanya batasan geografis dan waktu. Selanjutnya, menurut Shahriari et. al (2015) yang dikutip oleh Susanto et al., (2025). Penjualan secara online dapat dilihat sebagai elemen penting dari ekosistem penjualan online yang lebih luas. Dalam konteks ini, kegiatan penjualan barang atau jasa melalui jaringan komputer seperti Internet tidak berlangsung secara terpisah, melainkan terhubung dengan berbagai elemen teknologi yang mendukungnya. Dengan demikian, penjualan online bukan sekadar aktivitas biasa menjual barang melalui internet, melainkan merupakan perwujudan dari penggabungan teknologi yang membawa perubahan secara menyeluruh dalam dunia perdagangan saat ini. Menurut Chaffey (2007) yang dikutip oleh Susanto et al., (2025). Menjelaskan bahwa penjualan online mencakup semua transaksi yang dilakukan melalui media elektronik antara organisasi dan pihak ketiga. Pernyataan ini menekankan bahwa penjualan daring tidak hanya terkendala pada hubungan antara penjual dan pembeli pribadi, tetapi juga meliputi berbagai bentuk interaksi bisnis yang lebih luas seperti antara perusahaan dengan mitra bisnis, lembaga pemerintah serta di antara pelaku usaha kecil dan menengah. Peluang ini memberikan kesempatan besar bagi UMKM untuk memperluas jaringan usaha, meningkatkan efisiensi operasional dan melakukan kerja sama antar sektor dengan memanfaatkan teknologi digital.

Kepatuhan Pajak

Secara harfiah, kepatuhan diartikan sebagai karakter patuh atau ketaatan terhadap pihak berwenang seperti kepatuhan warga negara terhadap arahan pemimpin negaranya. Sementara itu, pajak diartikan sebagai iuran yang harus dibayar oleh penduduk yang biasanya berupa uang sebagai kontribusi yang diwajibkan kepada negara terkait dengan pendapatan, kepemilikan, harga beli barang, dan sebagainya (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016). Oleh karena itu, kepatuhan pajak dapat dimaknai sebagai ketaatan warga negara kepada negara atau pemerintahan untuk membayar kontribusi wajib yang berkaitan dengan pendapatan, kepemilikan, harga beli barang, dan lain-lain yang berlaku di tempat individu berada (Susilawati, 2023). Dalam buku yang ditulis oleh Hikmah et al., (2024). Kepatuhan terhadap pajak merupakan elemen krusial dalam sistem perpajakan karena membantu dalam pengumpulan pendapatan yang dibutuhkan oleh pemerintah untuk melaksanakan berbagai program dan layanan. Tingginya tingkat kepatuhan pajak dapat memperkuat stabilitas keuangan dan memastikan pembagian beban pajak yang adil di masyarakat. Di sisi lain, rendahnya kepatuhan pajak dapat memberikan dampak negatif bagi keuangan negara dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, banyak negara berupaya meningkatkan kepatuhan pajak melalui berbagai pendekatan termasuk penegakan hukum yang efisien dan pendidikan pajak kepada para wajib pajak. Pada buku yang ditulis oleh Siladjaja & Purnama (2025). Definisi kepatuhan terhadap pajak merujuk pada tanggung jawab yang dimiliki oleh wajib pajak (baik orang pribadi maupun badan usaha) untuk mengikuti seluruh peraturan perpajakan yang ada, termasuk dalam hal suatu pelaporan serta pembayaran pajak dalam tepat waktu. Oleh karena itu penting bagi setiap wajib pajak untuk memahami ketentuan perpajakan yang berlaku agar dapat menghindari sanksi administratif maupun pidana untuk mendukung kelangsungan pembangunan negara melalui kontribusi pajak yang optimal. Selanjutnya, dalam buku yang ditulis oleh Winanto et al.,(2024). Kepatuhan pajak adalah istilah yang menggambarkan sikap taat atau ketaatan wajib pajak terhadap tanggung jawab perpajakan yang ditetapkan oleh hukum dan peraturan perpajakan yang berlaku. Ini mencakup pengumpulan, pelaporan, dan pembayaran pajak dengan cara yang tepat dan benar, serta

pemenuhan ketentuan perpajakan lainnya yang ada. Pentingnya kepatuhan pajak terletak pada perannya dalam mendukung sistem perpajakan yang sehat dan berkelanjutan. Apabila wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakannya, pendapatan pajak negara dapat dipertahankan dan digunakan untuk mendanai berbagai program serta layanan publik. Pada buku yang ditulis oleh Satriya et al., (2024). Kepatuhan pajak adalah fondasi utama untuk mempertahankan stabilitas dan keberlangsungan sistem perpajakan suatu negara antara lain. Pembiayaan Layanan Publik seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan menjaga ketertiban. Tingkat kepatuhan yang tinggi memastikan bahwa pemerintah memiliki cukup dana untuk membiayai program-program tersebut. Keadilan Sosial dengan pajak, kekayaan dan pendapatan dapat didistribusikan kembali dalam masyarakat untuk mengurangi kesenjangan ekonomi. Kepatuhan pajak menjamin bahwa beban pajak dibagi dengan adil di antara semua warga negara sehingga mendukung terciptanya keadilan sosial. Kepatuhan pajak menciptakan suasana yang mendukung investasi dan pertumbuhan ekonomi. Tingkat kepatuhan yang baik membantu memperkuat kepastian hukum dalam sistem perpajakan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Indah Sinaga dan timnya (2023), dijelaskan bahwa semakin besar kepatuhan dari wajib pajak, maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan pemerintah dalam memperoleh penerimaan pajak. Hal ini penting untuk menciptakan suasana yang stabil dan dapat diprediksi oleh semua pemangku kepentingan baik individu maupun perusahaan.

Penghasilan Tidak Kena Pajak

Menurut Undang-Undang KUP Pasal 1 ayat 1 dalam jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi yang ditulis oleh Deslivia & Christine (2021), Pajak adalah sumbangan yang harus diberikan kepada negara oleh individu atau lembaga secara wajib sesuai dengan peraturan yang ada tanpa mendapatkan imbalan secara langsung dan dialokasikan untuk kepentingan negara demi kesejahteraan masyarakat secara maksimal. Dengan kata lain, pajak tidak diberikan sebagai imbalan atas layanan tertentu yang diterima, tetapi sebagai wujud keterlibatan langsung warga negara dalam mendukung pendanaan negara. Pajak yang dipungut oleh pemerintah kemudian akan dipakai untuk membiayai berbagai pengeluaran negara yang meliputi berbagai sektor penting seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur dan penyelenggaraan layanan publik lainnya. Tujuan utama dari pemungutan pajak ini ialah untuk mendukung pembangunan nasional dan menciptakan kesejahteraan masyarakat secara merata dan berkelanjutan, sebagai bagian dari tanggung jawab negara dalam menciptakan kehidupan yang adil dan makmur bagi seluruh rakyat Indonesia.

Menurut Watung (2013), Pajak penghasilan adalah suatu bentuk biaya yang secara resmi dikenakan kepada individu yang memiliki penghasilan atau yang diperoleh dari tahun pajak untuk mendukung negara serta kepentingan masyarakat dalam menjalani kehidupan sebagai bagian dari suatu negara yang merupakan suatu tanggung jawab yang mesti dipenuhinya. Pajak tersebut dikumpulkan oleh pemerintah sebagai wujud kontribusi langsung warga negara dalam membantu pendanaan kegiatan pemerintahan dan pembangunan negara. Penghasilan yang dimaksud meliputi semua jenis peningkatan daya beli yang diterima atau didapatkan, baik dari sumber dalam negeri maupun luar negeri yang dapat dipakai untuk kebutuhan sehari-hari atau menambah aset pribadi orang itu. Pajak penghasilan tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan bagi negara, tetapi juga berperan penting dalam mencapai pemerataan ekonomi dan keadilan sosial. Dengan menyetorkan pajak, individu berkontribusi dalam pembiayaan sektor

publik seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan berbagai layanan social lainnya yang diperlukan oleh masyarakat. Oleh karena itu, kewajiban untuk membayar pajak penghasilan adalah bagian dari tanggung jawab moral dan hukum yang dimiliki oleh setiap warga negara yang memenuhi syarat sebagai wajib pajak. Kepatuhan dalam melaksanakan kewajiban ini mencerminkan kesadaran warga negara akan perannya dalam kehidupan bernegara, sekaligus menjadi salah satu ukuran keberhasilan sistem perpajakan dalam menumbuhkan kepatuhan sukarela di kalangan masyarakat.

Menurut Jumaiyah & Wahidullah (2021). Pendapatan Tidak Kena Pajak (PTKP) adalah bagian dari pendapatan individu atau wajib pajak yang bebas dari pajak yang berfungsi sebagai dasar dalam menentukan jumlah Penghasilan Kena Pajak (PKP). Dengan kata lain, pendapatan tidak kena pajak berfungsi sebagai pengurang dari total pendapatan bruto untuk menentukan jumlah penghasilan kena pajak yang akan menjadi dasar untuk pengenaan pajak penghasilan. Penetapan pendapatan tidak kena pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam mewujudkan keadilan dalam sistem perpajakan karena mempertimbangkan kondisi subjektif para wajib pajak seperti status perkawinan dan banyaknya tanggungan keluarga. Jumlah tanggungan yang lebih banyak akan berakibat pada nilai pendapatan tidak kena pajak yang lebih tinggi, sehingga penghasilan kena pajak dan beban pajak yang ditanggung menjadi lebih sesuai dengan kemampuan finansial wajib pajak. Oleh karena itu, pendapatan tidak kena pajak bukan hanya berfungsi sebagai alat dalam perhitungan teknis di sistem perpajakan, tetapi juga mencerminkan aspek sosial serta keadilan dalam kebijakan fiskal yang diterapkan oleh pemerintah. Berdasarkan penjelasan yang ditulis oleh Cahyo Budi Santoso et al., (2024) Pendapatan tidak kena pajak merupakan suatu ambang batas dari pendapatan yang tidak dikenakan pajak penghasilan oleh pihak pemerintah. Penetapan ini bertujuan untuk menciptakan keadilan serta memberikan keringanan kepada para wajib pajak yang memiliki tingkat penghasilan yang rendah. Konsep pendapatan tidak kena pajak sesuai dengan asas keadilan dalam sistem pajak, di mana kewajiban pajak disesuaikan dengan kapasitas ekonomi setiap wajib pajak. Dengan penerapan pendapatan tidak kena pajak, hanya penghasilan yang melewati batas yang telah ditentukan yang akan dikenakan pajak, sehingga sistem pemungutan pajak menjadi lebih adil dan seimbang. Penetapan pendapatan tidak kena pajak juga berfungsi sebagai salah satu alat dalam kebijakan fiskal yang dimanfaatkan oleh pemerintah untuk meningkatkan daya beli masyarakat serta mengurangi kesenjangan ekonomi. Pemerintah umumnya melakukan pemeriksaan dan penyesuaian pendapatan tidak kena pajak secara rutin berdasarkan perubahan dalam kondisi sosial ekonomi, termasuk faktor-faktor seperti inflasi, upah minimum, dan kebutuhan hidup yang layak. Dengan demikian, keberadaan pendapatan tidak kena pajak bukan hanya berperan secara administratif dalam perhitungan pajak, tetapi juga menunjukkan kepedulian kebijakan perpajakan terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Menurut Hikmah & Wijayama (2024) dalam karyanya yang berjudul Ajar Pendidikan, Penghasilan tidak kena pajak adalah jumlah pendapatan individu atau wajib pajak yang terbebas dari kewajiban pajak. Penentuan pendapatan tidak kena pajak dilakukan dengan memperhatikan situasi pada awal tahun perpajakan atau pada awal periode tahun pajak. Pendapatan tidak kena pajak berfungsi sebagai bentuk perlindungan terhadap penghasilan minimum agar tidak terbebani kewajiban perpajakan, sehingga hanya penghasilan yang melebihi batas tersebut yang akan dikenai pajak. Penetapan jumlah pendapatan tidak kena pajak ini dilakukan oleh pemerintah dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti kondisi ekonomi nasional, kebutuhan dasar

hidup masyarakat, tanggungan keluarga dan upaya untuk mewujudkan sistem perpajakan yang adil. Penentuan besarnya dilakukan berdasarkan situasi yang berlaku pada awal tahun pajak atau pada saat awal periode tahun pajak berjalan, dan berlaku tetap selama satu tahun pajak tersebut. Dengan demikian, pendapatan tidak kena pajak juga menjadi salah satu instrumen penting dalam sistem perpajakan nasional untuk menjamin bahwa hanya individu yang memiliki kemampuan ekonomis tertentu yang diwajibkan untuk menyumbang kepada negara melalui pembayaran pajak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan penelitian kuantitatif dan menggunakan pendekatan studi kasus. Pendekatan kuantitatif diterapkan karena penelitian ini mengandalkan data angka seperti omzet dan jumlah transaksi penjualan online yang diperoleh dari laporan internal perusahaan, serta data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pihak internal Perusahaan X. Data tersebut selanjutnya dianalisis untuk menghitung potensi PPh Final yang belum terpenuhi selama tahun 2022-2024. Di sisi lain, metode studi kasus diterapkan karena penelitian ini berfokus pada satu subjek, yakni Perusahaan X, yang merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjual tas secara Online. Studi kasus ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memahami secara mendalam keadaan nyata perusahaan berkaitan dengan kepatuhan pajak dan kemungkinan kontribusinya terhadap penerimaan negara.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelaku di dalam perusahaan yang memiliki wewenang atau pemahaman tentang transaksi penjualan serta tanggung jawab pajak di Perusahaan X. Ini meliputi individu-individu seperti pemilik usaha, tim keuangan, dan anggota staf operasional yang terlibat langsung dalam pengelolaan informasi penjualan dan pelaporan pajak. Sampel yang digunakan adalah pihak internal Perusahaan X yang mengetahui dan terlibat langsung dalam kegiatan pencatatan penjualan serta kewajiban perpajakan. Responden dipilih secara purposive sampling, dengan kriteria: (1) Bekerja secara aktif di Perusahaan X pada periode 2022–2024, (2) Bekerja di Perusahaan X minimal 1 tahun terakhir pada periode 2022-2024, (3) Memiliki pengetahuan dasar terkait aktivitas penjualan dan proses operasional Perusahaan X, dan (4) Pernah terlibat baik langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan administrasi, penjualan, dan kondisi internal perusahaan. Pemilihan sampel ini bertujuan untuk memperoleh data akurat mengenai tingkat kepatuhan perpajakan serta mendukung perhitungan potensi PPh Final UMKM berdasarkan data aktual yang tersedia. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk Mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebelum melakukan analisis regresi, penting untuk menjalankan uji validitas, dan uji reabilitas. Selain itu, analisis juga akan dilengkapi dengan perhitungan potensi pajak berdasarkan data omzet dan ketentuan tarif PPh Final sebesar 0,5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Pengumpulan informasi dalam studi ini dilaksanakan dengan mendistribusikan kuesioner secara online melalui Google Form. Data latar belakang umum partisipan dikelompokkan berdasarkan beberapa faktor, termasuk gender, usia, dan durasi kerja. Dari kuesioner yang disebarkan, diperoleh total 96 Responden yang sesuai dengan kriteria kelayakan dan siap untuk dianalisis

lebih dalam.

Berdasarkan Jenis Kelamin

Diagram di bawah menunjukkan bagian responden berdasarkan jenis kelamin, Di mana sekitar 59.4%% responden adalah Perempuan. Ini berarti responden Perempuan lebih banyak daripada responden Laki-laki dalam penelitian ini.

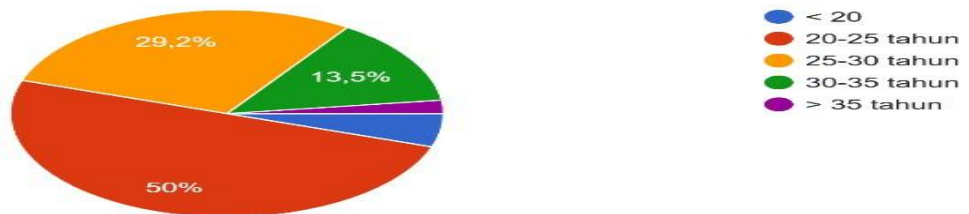
Jenis Kelamin
96 jawaban



Gambar 1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Usia

Usia
96 jawaban

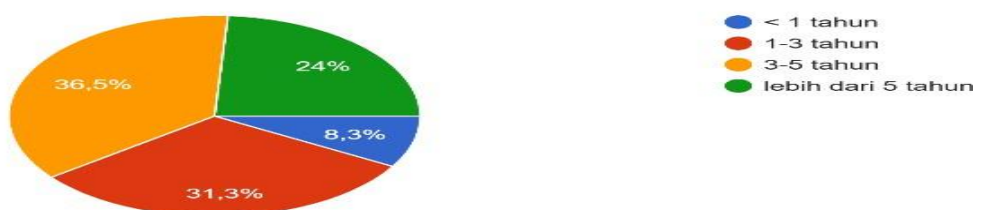


Gambar 1.2 Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil dari kuesioner, responden dalam penelitian ini mencakup 96 responden, Mayoritas 50% berada dalam kelompok usia 25–30 tahun. Kemudian, terdapat 29.2% responden yang berusia antara 20–25 tahun, di samping itu, 13.5% responden termasuk dalam rentang usia 30–35 tahun. Di sisi lain, responden yang berusia di bawah 20 tahun hanya mencakup sekitar 4%, dan kelompok usia di atas 35 tahun adalah yang paling sedikit yaitu 3.3%. Penyebaran usia ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta berada dalam rentang usia yang produktif serta memiliki pengalaman kerja yang memadai untuk memahami kegiatan penjualan dan manajemen administrasi pajak di Perusahaan X.

Berdasarkan Lama Kerja

Lama Bekerja
96 jawaban



Gambar 1.3 Berdasarkan Lama Kerja

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang dibagikan kepada 96 responden, ditemukan bahwa mayoritas dari mereka memiliki durasi kerja yang bervariasi. Sekitar 36.5% peserta telah bekerja selama 3-5 tahun, menjadikannya kelompok terbanyak. Selanjutnya, 31.3% peserta memiliki masa kerja antara 1-3 tahun, sementara 24% lainnya telah bekerja lebih dari 5 tahun. Dan yang paling sedikit adalah responden yang memiliki pengalaman kerja kurang dari 1 tahun, yaitu 8.3%. Distribusi ini menandakan bahwa sebagian besar responden telah memperoleh pengalaman kerja yang cukup lama di lingkungan Perusahaan X, sehingga mereka diharapkan memiliki pengetahuan dan pemahaman yang memadai tentang proses penjualan online serta kewajiban perpajakan perusahaan.

Analisis Hipotesis Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1.2 Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	6.851		2.548	.012
	Total_Penjualan_Online	.694	.614	9.416	.000
	Total_Kepatuhan_Pajak	.167	.346	5.307	.000

a. Dependent Variable: Total_Potensi_PPH_Final_Yang_Belum_Terpenuhi

Sumber : Penulis, SPSS 25, 2025

Rumus Regresi Linear Berganda yaitu:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Potensi PPh Final yang Belum Terpenuhi a = Konstanta regresi (intersep)

b_1 = Koefisien regresi variabel X_1 (Total Penjualan Online) b_2 = Koefisien regresi variabel X_2 (Kepatuhan Pajak)

X_1 = Total Penjualan Online

X_2 = Kepatuhan Pajak Hasil dari Output SPSS : $Y = 6.851$

$X_1 = 0.694$

$X_2 = 0.167$

Hasil analisis menunjukkan bahwa:

1. Variabel Total Penjualan Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Potensi PPh Final yang Belum Terpenuhi, dengan koefisien sebesar 0,694 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$).
2. Variabel Total Kepatuhan Pajak juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Potensi PPh Final Yang Belum Terpenuhi, dengan koefisien sebesar 0,167 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$).

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, dapat diambil kesimpulan bahwa baik Total Penjualan Online maupun Total Kepatuhan Pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Total Potensi PPh Final yang Belum Terpenuhi. Koefisien positif dari kedua variabel menunjukkan bahwa peningkatan pada setiap variabel independen akan berakibat pada peningkatan potensi PPh Final yang belum terpenuhi. Dengan demikian, kedua variabel tersebut dapat dipertimbangkan sebagai elemen penting dalam menganalisis dan mengelola potensi perpajakan di sektor yang bersangkutan.

Hasil Uji T (Parsial)

Tabel 1.3 Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.851	2.689		2.548	.012		
Total_Penjualan_Online	.694	.074	.614	9.416	.000	.545	1.834
Total_Kepatuhan_Pajak	.167	.031	.346	5.307	.000	.545	1.834

a. Dependent Variable: Total_Potensi_PPH_Final_Yang_Belum_Terpenuhi

Sumber : Penulis, SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji t pada model regresi linear berganda, diketahui bahwa variabel total penjualan online (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 9.416 dengan nilai signifikansi 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, Total penjualan online berpengaruh signifikan terhadap Potensi PPh Final yang Belum Terpenuhi (Y). Selanjutnya, variabel Kepatuhan Pajak (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 5.307 dan nilai signifikansi 0.000, yang juga lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, secara parsial, Kepatuhan Pajak juga berpengaruh signifikan terhadap Potensi PPh Final yang Belum Terpenuhi. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara individu, kedua variabel independen, yaitu Total Penjualan Online dan Kepatuhan Pajak, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Potensi PPh Final Yang Belum Terpenuhi. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan penjualan online dan kepatuhan pajak berkontribusi positif terhadap peningkatan potensi pajak yang belum terpenuhi dalam konteks penelitian ini.

Hasil Uji F (simultan)

Tabel 1.4 Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	918.987	2	459.493	168.924	.000 ^b
	Residual	252.972	93	2.720		
	Total	1171.958	95			

a. Dependent Variable: Total_Potensi_PPH_Final_Yang_Belum_Terpenuhi

b.Predictors: (Constant), Total_Kepatuhan_Pajak, Total_Penjualan_Online
Sumber : Penulis, SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji ANOVA dalam model regresi linear berganda, diperoleh nilai F hitung sebesar 168.924 dengan nilai signifikansi 0.000. Karena nilai signifikansi < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi signifikan secara simultan. Dapat disimpulkan bahwa variabel total penjualan online (X_1) dan Kepatuhan Pajak (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Potensi PPh Final yang Belum Terpenuhi (Y). maka, dapat disimpulkan bahwa Hasil uji simultan menunjukkan bahwa kedua variabel independen yang digunakan dalam model, yaitu penjualan online dan kepatuhan pajak, secara bersama-sama berkontribusi signifikan dalam menjelaskan variasi potensi PPh Final yang belum terpenuhi. Dengan demikian, hipotesis simultan (H_3) diterima, dan model regresi yang digunakan dapat dijadikan dasar untuk menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut terhadap potensi penerimaan pajak pada objek penelitian ini.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 1.5 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.886 ^a	.784	.780	1.649	1.248

a.Predictors: (Constant), Total_Kepatuhan_Pajak, Total_Penjualan_Online

b.Dependent Variable: Total_Potensi_PPH_Final_Yang_Belum_Terpenuhi

Sumber : Penulis, SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0.784. Ini berarti bahwa 78.4% variasi dalam Potensi PPh Final yang Belum Terpenuhi (Y) dapat dijelaskan oleh Total Penjualan Online dan Kepatuhan Pajak secara bersama-sama. Sementara itu, sisanya yang sebesar 21.6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Nilai ini menunjukkan bahwa model regresi yang diambil cukup efektif dalam menjelaskan variabel dependen. Selanjutnya, nilai Durbin-Watson yang tercatat sebesar 1,248 menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi yang signifikan dalam model ini. Meskipun nilainya sedikit di bawah rentang ideal (1.5–2.5), angka tersebut masih dalam batas toleransi yang dapat diterima dalam kajian sosial ekonomi. Dengan demikian, model regresi ini dianggap valid dan bisa diterapkan untuk menganalisis dampak penjualan online dan kepatuhan pajak terhadap potensi PPh Final yang belum terpenuhi di UMKM dalam Perusahaan X selama periode 2022–2024.

Studi Kasus Potensi PPh Final UMKM Perusahaan X 2022-2024

Penelitian ini melakukan perhitungan Potensi PPh Final terhadap penjualan online yang dilakukan oleh Perusahaan X selama tahun 2022 sampai 2024. Data yang dipakai berasal dari dokumentasi internal perusahaan yang mencatat total transaksi dan omzet tahunan. Menurut PP No. 23 Tahun 2018 dan PP No. 55 Tahun 2022, tarif PPh Final bagi wajib pajak UMKM ditetapkan sebesar 0,5% dari omzet bruto, dengan pengecualian pajak untuk omzet hingga Rp500 juta pertama setiap tahunnya.

Tabel 1.6 Omzet Perusahaan X Tahun 2022

Bulan	Omzet Perbulan	Rata-Rata Transaksi Perbulan
Januari	Rp 100.995.278	410
Februari	Rp 115.290.473	480
Maret	Rp 118.260.780	520
April	Rp 120.390.599	630
Mei	Rp 135.876.339	660
Juni	Rp 137.890.230	700
Juli	Rp 140.190.999	670
Agustus	Rp 141.000.890	690
September	Rp 149.000.876	660
Oktober	Rp 150.000.200	620
November	Rp 155.200.347	580
Desember	Rp 175.797.989	685
Total	Rp 1.639.895.000	7.305

Sumber : Internal Perusahaan X

Berdasarkan data penjualan online yang tercatat sepanjang tahun 2022, Perusahaan X berhasil membukukan total sebanyak 7.305 transaksi dengan omzet sebesar Rp1.639.895.000. Aktivitas penjualan tersebar secara konsisten sepanjang tahun, dengan tren peningkatan pada kuartal akhir. Puncak omzet terjadi pada bulan Desember sebesar Rp175.797.989, sementara omzet terendah tercatat di bulan Januari sebesar Rp100.995.278. Jumlah transaksi juga mengalami fluktuasi, dengan jumlah tertinggi terjadi pada bulan Juni sebanyak 700 transaksi. Data ini mencerminkan pertumbuhan usaha yang cukup stabil, menunjukkan bahwa produk tas yang dijual secara online oleh Perusahaan X memiliki daya tarik pasar yang terus meningkat dari bulan ke bulan.

Tabel 1.7 Omzet Perusahaan X tahun 2023

Bulan	Omzet Perbulan	Rata-Rata Transaksi Perbulan
Januari	Rp 2.230.000.000	900
Februari	Rp 2.650.000.000	1.020
Maret	Rp 2.770.000.000	1.130
April	Rp 2.900.000.000	1.170
Mei	Rp 3.000.000.000	1.200
Juni	Rp 3.080.000.000	1.190

Juli	Rp 3.150.000.000	1.200
Agustus	Rp 3.200.000.000	1.230
September	Rp 3.050.000.000	1.180
Oktober	Rp 2.970.000.000	1.160
November	Rp 2.850.000.000	1.140
Desember	Rp 3.374.156.400	1.254
TOTAL	Rp 35.224.156.400	13.774

Berdasarkan laporan penjualan online dari Perusahaan X tahun 2023, ada peningkatan aktivitas yang signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Dalam kurun waktu setahun, tercatat sebanyak 13.774 transaksi dengan total pendapatan mencapai Rp35.224.156.400. Kenaikan ini terlihat konsisten sepanjang tahun, dengan puncak penjualan pada bulan Desember, yang menghasilkan pendapatan Rp3.374.156.400 dan jumlah transaksi sebanyak 1.254. Sebaliknya, pendapatan terendah terjadi di bulan Januari, yaitu Rp2.230.000.000 dengan 900 transaksi. Rata-rata bulanan transaksi berkisar antara 1.100 hingga 1.200, yang menunjukkan stabilitas permintaan pasar terhadap produk tas yang dijual oleh Perusahaan X secara online. Pola ini menunjukkan pertumbuhan positif baik dalam volume transaksi maupun pendapatan, serta menandakan posisi perusahaan yang semakin kuat dalam ekosistem UMKM digital. Seiring dengan naiknya pendapatan tersebut, Perusahaan X juga harus memenuhi kewajiban pajak yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022. Dalam regulasi ini, pelaku UMKM dikenakan PPh Final sebesar 0.5% dari omzet, dengan adanya fasilitas pembebasan untuk omzet yang tidak melebihi Rp500 juta per tahun. Oleh karena itu, data penjualan ini menjadi dasar dalam menghitung potensi kewajiban pajak yang harus ditunaikan oleh Perusahaan X untuk tahun 2023.

Tabel 1.8 Omzet Perusahaan X tahun 2024

Bulan	Omzet Perbulan	Rata-Rata Transaksi Perbulan
Januari	Rp 2.000.150.000	2.100
Februari	Rp 2.050.000.000	2.500
Maret	Rp 2.200.000.000	2.700
April	Rp 2.250.000.000	2.700
Mei	Rp 2.100.000.000	2.600
Juni	Rp 2.150.000.000	2.700
Juli	Rp 2.000.000.000	2.600
Agustus	Rp 2.054.000.000	2.600
September	Rp 2.750.000.890	2.400
Oktober	Rp 2.600.054.000	2.400
November	Rp 1.840.978.240	2.300
Desember	Rp 2.600.000.870	2.840
Total	Rp 26.595.184.000	30.440

Sepanjang tahun 2024, Perusahaan X kembali menunjukkan performa yang positif dalam aktivitas penjualan produk tas secara online. Berdasarkan data internal, total transaksi yang tercatat selama tahun tersebut mencapai 30.440 transaksi, dengan total omzet sebesar Rp26.595.184.000. Aktivitas penjualan tersebar secara merata sepanjang tahun dengan kecenderungan fluktuasi ringan. Bulan dengan jumlah transaksi tertinggi adalah Desember, yaitu sebanyak 2.840 transaksi dengan omzet mencapai Rp2.600.000.870, mencerminkan peningkatan permintaan menjelang akhir tahun. Sebaliknya, jumlah transaksi terendah terjadi pada bulan November dengan 2.300 transaksi dan omzet Rp1.840.978.240. Di sisi lain, bulan dengan omzet tertinggi adalah September, yang berhasil mencatat penjualan sebesar Rp2.750.000.890 meskipun jumlah transaksinya tidak tertinggi secara keseluruhan. Dengan pencapaian omzet tahunan tersebut, Perusahaan X berada dalam cakupan pengenaan pajak berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022, yang mengatur bahwa pelaku UMKM dikenakan PPh Final sebesar 0,5% dari omzet bruto per tahun, dengan fasilitas pembebasan pajak atas omzet hingga Rp500 juta pertama dalam satu tahun pajak.

Analisis Tren Potensi Pajak Penghasilan Final Tahun 2022–2024

Tabel 1.9 Rekapitulasi Potensi PPh Final UMKM Perusahaan X tahun 2022-2024

Tahun	Omzet Pertahun	Fasilitas Pembebasan	Penghasilan Kena Pajak	Pph Final	Pph Final Terutang
2022	1.639.895.000	500 juta	1.139.895.000	0.5%	5.699.475
2023	35.224.156.400	0	35.224.156.400	0.5%	176.120.782
2024	26.595.184.000	0	26.595.184.000	0.5%	132.975.920

Berdasarkan data penjualan online, pada tahun 2022 Perusahaan X membukukan omzet sebesar Rp1.639.895.000. Sesuai dengan ketentuan dalam PP No. 23 Tahun 2018 yang masih berlaku pada tahun tersebut, Perusahaan X memperoleh fasilitas pembebasan PPh Final untuk omzet hingga Rp500.000.000. Oleh karena itu, penghasilan kena pajak Perusahaan X adalah sebesar Rp1.139.895.000, dengan tarif PPh Final sebesar 0.5%, sehingga potensi PPh Final terutang yang seharusnya dibayarkan adalah sebesar Rp5.699.475. Memasuki tahun 2023 dan 2024, kebijakan perpajakan yang berlaku telah berganti mengikuti ketentuan PP No. 55 Tahun 2022, di mana fasilitas pembebasan untuk omzet hingga Rp500 juta tidak lagi dicantumkan secara langsung dalam konteks penghitungan pajak. Dengan demikian, seluruh omzet dari penjualan online dikenakan tarif PPh Final sebesar 0.5%. Pada tahun 2023, Perusahaan X mencatat omzet sebesar Rp35.224.156.400, sehingga potensi PPh Final terutang adalah sebesar Rp176.120.782. Sementara pada tahun 2024, dengan omzet sebesar Rp26.595.184.000, potensi pajak yang seharusnya dibayarkan adalah sebesar Rp132.975.920.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pengaruh penjualan online produk tas dan kepatuhan pajak terhadap potensi pajak penghasilan (PPh) final yang belum terpenuhi oleh UMKM (studi kasus pada Perusahaan X tahun 2022–2024), maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Total Penjualan Online secara signifikan mempengaruhi potensi PPh Final yang belum

terpenuhi. Semakin tinggi nilai penjualan online, semakin besar pula potensi pajak yang seharusnya dibayarkan oleh Perusahaan X. Hal ini diperkuat dengan hasil simulasi yang menunjukkan nilai PPh Final terutang sebesar Rp.5.699.475 pada tahun 2022, Rp.176.120.782 pada tahun 2023, dan Rp.132.975.920 pada tahun 2024.

2. Tingkat Kepatuhan Pajak juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap potensi PPh Final yang belum terpenuhi. Rendahnya tingkat kepatuhan administrasi dan pelaporan pajak menyebabkan tidak optimalnya penerimaan pajak dari UMKM digital seperti Perusahaan X.
3. Secara simultan, penjualan online dan kepatuhan pajak secara bersama- sama memberikan kontribusi besar terhadap potensi PPh Final yang belum terpenuhi. Hasil uji determinasi (R^2) sebesar 0,895 menunjukkan bahwa 89,5% variasi dalam potensi PPh Final dapat dijelaskan oleh kedua variabel ini.

Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Untuk Perusahaan X, disarankan agar segera meningkatkan kesadaran dan kepatuhan terhadap pajak, terutama dalam hal pelaporan dan pembayaran PPh Final sesuai dengan peraturan PP No. 23 Tahun 2018 dan PP No. 55 Tahun 2022. Implementasi sistem akuntansi yang sederhana atau pengalihan pencatatan ke bentuk digital dapat mendukung perusahaan dalam memenuhi kewajiban pajaknya.
2. Untuk Direktorat Jenderal Pajak (DJP), harus ada penekanan dan peningkatan edukasi bagi pelaku UMKM digital mengenai pentingnya kewajiban perpajakan, serta perlu sosialisasi mengenai kebijakan terbaru agar UMKM tidak terlewatkan dalam memenuhi kewajiban PPh Final.
3. Untuk peneliti yang akan datang, disarankan agar melakukan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain seperti literasi pajak, pemanfaatan teknologi akuntansi, atau dampak insentif perpajakan, sehingga analisis dapat menjadi lebih menyeluruh dan mendalam.
4. Untuk Pemerintah, diharapkan dapat membangun sistem integrasi data antara platform e-commerce dan sistem perpajakan sehingga pendapatan dari sektor UMKM digital dapat diawasi secara langsung dan transparan.

DAFTAR REFERENSI

- (AKUNTANSI PAJAK). Belajar Akuntansi Online.
https://books.google.co.id/books?id=Xm_6EAAAQBAJ
- Abdillah, L. A., Sabtohadhi, J., isma, A., Mulyodiputro, M. D., Rela, I. Z., Wijayanti, N. S., Wuritimur, P. V., & Pradana, I. P. Y. B. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif (Konsep dan Aplikasi). MEGA PRESS NUSANTARA.
<https://books.google.co.id/books?id=PYRDEQAAQBAJ>
- ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI. Penerbit Qiara Media.
<https://books.google.co.id/books?id=46tXEAAAQBAJ>
- Arissaputra, R., Darsana, I. M., Pandowo, A., Pratiwi, N., Taliupan, R., Hapsari, T. P., Rahman, V., Yuswono, I., Rahmani, S., & Akbar, A. Y. (2023). Dasar- Dasar Marketing. CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?id=7WzEEAAAQBAJ>
- Awfa Smart Media. <https://books.google.co.id/books?id=8IZeEAAAQBAJ>

- Bastari, R. G., Siahaan, A. L. S., Dewi, R. S., Amin, F., Sukma, D. P., Dewi, P. M., Paramitha, A. A., Rahman, A., & Kumala, R. (2023). *Hukum Pajak di Indonesia*. Sada Kurnia Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=5zLEEAQAQBAJ>
- Buku Ajar Perpajakan. <https://books.google.co.id/books?id=LzhiEQAAQBAJ>
- Cahyo Budi Santoso, Puspita Lianti Putri, & Giovanny Bangun Kristianto. (2024).
- Deslivia, N., & Christine, D. (2021). p2m,+5.+Nikita+Deslivia,+Debbie+Christine+(1869++1880). *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 7.
- Erizal. N., S. E. M. M. R. H. (2024). *KREDIT PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DAN MENENGAH*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Evi Malia, dkk. (2023). *Pajak Kita: Problematika Terkini*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=4Ui5EAAAQBAJ>
- F., Julaha, L. S., Chakim, M. H. R., Devila, R., & Rachmadi, K. R. (2025). *Manajemen Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management)*. Sada Kurnia Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=nEBVEQAQAQBAJ>
- Fitryani, B., Hartanti, E., Bisnis, F., & Teknologi dan Bisnis Kalbis Jalan Pulomas Selatan Kav, I. (2022). *Pengaruh Perencanaan Pajak, Beban Pajak Tangguhan dan Beban Pajak Kini Terhadap Manajemen Laba (Vol. 8, Issue 3)*. www.okezone.com
- Gulo, N., Ihsan, A. M. N., Eldon, M., Sangadah, H. A., Waskita, G. S., Lestari, D.
- Gustina, L., Junita, A., Kasliyanto, K., Samsuddin, A. F., Arifitriana, W., Muhtadin, A., Widyasari, T., Medina, P., Latupeirissa, S. J., & Bohari, N. A. (2025). *Statistik Deskriptif*. CV. Gita Lentera. <https://books.google.co.id/books?id=0zNmEQAAQBAJ>
- Hafidah Ekayanti, Makkasau, Fitriani, Anita Latifah, Marlin Eppang, Syahrini Buraerah, Sri Syatriani, Widia Shofa Ilmiah, Titik Suhartini, & Lidia Widia. (2023). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. RIZMEDIA PUSTAKA INDONESIA. https://books.google.co.id/books?id=y8q_EAAAQBAJ
- Hamid, R. S. (2024). *Monograf Peran Kepercayaan Pada Penggunaan Media Pemasaran Online (E-Commerce) Yang Diadopsi Oleh UMKM Ketika Menghadapi Pandemi Covid-19*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=PKArEQAAQBAJ>
- Harmaizar. (2006). *Menggali Potensi Wirausaha. Diskon 40% - 50%*. <https://books.google.co.id/books?id=BYGgeTGg43sC>
- Helena Louise. (2022). *Metodologi Penelitian: Teori dan Praktik*. CV. AE MEDIA GRAFIKA. <https://books.google.co.id/books?id=Qkj9EAAAQBAJ>
- Hermawan, S., Sudradjat, S., & Amyar, F. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance Perusahaan Property dan Real Estate*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(2), 359–372. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i2.873>
- Hertina, D., Sulasmi, S., Taufik, M. Z., Sutarto, S., Aziza, N., Suharyanto, S., Heryani, A., Iskandar, A., Lukito, D., & Efitra, E. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=B9ntEAAAQBAJ>
- Hikmah, & Wijayama, B. (2024). *Buku Ajar Pajak Penghasilan*. Cahya Ghani Recovery. <https://books.google.co.id/books?id=Q0IEEQAAQBAJ>
- Hikmah, Andalan Tri Ratnawati, & Wijayama, B. (2024). *Kepatuhan Pajak dan e- Perpajakan*. Cahya Ghani Recovery. <https://books.google.co.id/books?id=TI8CEQAQAQBAJ>
- <https://books.google.co.id/books?id=0RhHEQAQAQBAJ>
- <https://books.google.co.id/books?id=tv8UEQAQAQBAJ>
- <https://books.google.co.id/books?id=wK-kEAAAQBAJ>
- Imam Gunawan. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.

- <https://books.google.co.id/books?id=AqSAEAAAQBAJ>
Insiyanda, D. R., Imam Sopingi, Indriasari, E., Nubatonis, O. E., Schouten, F. S., Suryandari, M., Udil, P. A., & Wangge, M. (2024). Metodologi penelitian. Cendekia Publisher.
<https://books.google.co.id/books?id=a6IUEQAAQBAJ>
- Jumaiyah, S. E. M. S., & Dr. Wahidullah, S. H. I. M. H. (2021). PAJAK PENGHASILAN: Teori, Kasus dan Praktik. Penerbit Andi.
<https://books.google.co.id/books?id=We0YEAAAQBAJ>
- KAMBOLONG, M., & AMBARWATI, L. I. A. (2022). METODE RISET DAN Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=8qRPDwAAQBAJ>
- KEPUSTAKAAN. Uwais Inspirasi Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=50obEQAAQBAJ>
- Liberty et. al., 2023. (2023). Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor: Dari Preferensi Risiko Hingga Dampak. Kolaborasi Pustaka Warga.
<https://books.google.co.id/books?id=FOqxEAAAQBAJ>
- M, R. D. S. E. M., M, A. S. S. E., P, A. M. S. E. M. A., CPHCM, R. D. S. E. M. M., & Adab, P. (n.d.). Smart Register, UMKM dan Pendapatan Asli Daerah. Penerbit Adab.
<https://books.google.co.id/books?id=FWfeEAAAQBAJ>
- Mahasiswa PGSD. (2024). ANEKA INOVASI PEMBELAJARAN DARI STUDI
- Mahtumah, B. (2021). Administrasi Transaksi SMK/MAK Kelas XI. Gramedia Widiasarana indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=RhIVEAAAQBAJ>
- MARTHA RIANITY, N. S. E. M. S. (2020). PENGANTAR PERPAJAKAN. PT
- Muhammad Arifai, S. E. M. A. A. C. A., Dwi Meilvinasvita, S. H. I. M. S., Lakharis Inuzula, S. E. M. S. A. C. A., Julia Alfianti, S. E. M. M., & Agustina Br Surbakti, S. E. M. S. A. (2024). AKUNTANSI PERPAJAKAN.
- Muhidin, A., & Doriza, S. (2020). Skripsi Sarjana Kependidikan: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif. Aeng Muhidin.
<https://books.google.co.id/books?id=LLEPEAAAQBAJ>
- Nisma Iriani, ., Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi, Suratman Sudjud., ., Abdul Safrin D Talli, Surianti, Rr Diah Nugraheni Setyowati, Vareth Lisarani, MM, A. M. T., N.S.S., & Tia Nuraya. (2022). Metodologi Penelitian.
- Nurmantu, S. (2003). Pengantar Perpajakan. Granit.
<https://books.google.co.id/books?id=xS2IS2w8xzsC>
- Nyoto, N., Nugraha, D., Amaludin, R., Mayasari, N., Tjendrowasono, T. I., & Suhara, A. (2025). Metodologi Penelitian Teori dan Praktek. Penerbit Widina.
<https://books.google.co.id/books?id=vw9DEQAAQBAJ>
- Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=nZQNEQAAQBAJ>
- Persada, A. E., & Martani, D. (2010). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BOOK TAX GAP DAN PENGARUHNIA TERHADAP PERSISTENSI LABA. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia, 7(2), 205–221.
<https://doi.org/10.21002/jaki.2010.12>
- Purba, S. A., Manggabarani, A. S., Dafa, M., & M, E. B. D. (2025). Tren Kepuasan Pelanggan Konsumen Indonesia. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=mppiEQAAQBAJ>
- Putri Mycelia Adani, S. H., & Adab, P. (n.d.). Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Elektronik. <https://books.google.co.id/books?id=sSBkEQAAQBAJ>
- Rangkuti, F. (2013). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Gramedia Pustaka Utama.

- <https://books.google.co.id/books?id=Q5RnDwAAQBAJ>
Ridwan, S. P. M. S. (2022). Akuntansi Dan Laba Aplikasi Pada UMKM. CV. AZKA PUSTAKA.
<https://books.google.co.id/books?id=N1h-EAAAQBAJ>
RIZMEDIA PUSTAKA INDONESIA.
- Sabda Dian Nurani Siahaan, S. P. M. B. A., Aurora Elise Putriku, S. E. M. S., & Lenti Susanna Salsabiila, A., Pratomo, D., & Nurbaiti, A. (n.d.-a). Salsabiila, Pratomo dan Nurbaiti: Pengaruh Book Tax Differences dan Aliran Kas....
- Salsabiila, A., Pratomo, D., & Nurbaiti, A. (n.d.-b). Salsabiila, Pratomo dan Nurbaiti: Pengaruh Book Tax Differences dan Aliran Kas....
- Saragih, S. P. M. S. (2022). Pengenalan Bisnis Teori dan Praktik. Merdeka Kreasi Group.
<https://books.google.co.id/books?id=TbuHEAAAQBAJ>
- Satriya, I. W. B., Sari, S., Judijanto, L., Baihaqi, B., Irawati, T., Harsono, I., Yuliah, M. E. A., Muhtarudin, M., Putra, D. A., & Febrina, R. (2024). Konsep Dasar Perpajakan : Memahami konsep-konsep dasar dalam kajian Perpajakan di Indonesia. PT. Green Pustaka Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=WPUHEQAAQBAJ>
- Siladjaja, M., & Purnama, N. (2025). Kualitas Laba Dan Manajemen Pajak: Sebuah Tinjauan Terhadap Kebijakan Dividen. MEGA PRESS NUSANTARA.
<https://books.google.co.id/books?id=h4RbEQAAQBAJ>
- Siregar, S. A. (2024). KUMPULAN JURNAL TERAKREDITASI SINTA
- Susanto, A., Aini, Q., Fitriyani, A., & Asri, Y. N. (2025). EVALUASI ANTESEDEN KESUKSESAN E-COMMERCE BERBASIS KOMUNITAS. Penerbit Widina.
- Susilawati, I. R. (2023). Psikologi Pajak: Perspektif Mikro Perilaku Perpajakan.
- Tersiana, A. (2018). Metode Penelitian. Anak Hebat Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=rmL2DwAAQBAJ>
- Titik Triwulan Tutik. (2015). Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). MANAJEMEN DAN STRATEGI KEPUASAN PELANGGAN. Penerbit Andi. https://books.google.co.id/books?id=_H6REAAAQBAJ
- Trisantosa, I. N., Kurniasih, D., & Hubeis, M. (2022). Pelayanan Publik Berbasis Digital. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=H7NNEQAAQBAJ>
- Umar, H. (2002). Metode riset bisnis: panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=i hn8T5S8HaQC>
- Universitas Brawijaya Press. <https://books.google.co.id/books?id=kuwCEQAAQBAJ>
- Watung, N. D. (2013). file ulan debora. Jurnal EMBA, 1, 265–273.
- Wayan Suryathi, S. E. M. M. (2024). Praktik Manajemen Keuangan untuk perusahaan. Takaza Innovatix Labs. <https://books.google.co.id/books?id=vXYyEQAAQBAJ>
- Winanto, A., Rahman, R. S., Rinaldi, M., Prawiranegara, G. P., Judijanto, L., Tampubolon, A. S., Muhtarudin, M., Bibiana, R. P., Yuliah, M. E. A., & Suyati, D. S. (2024a). Perpajakan : Teori Komprehensif. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
https://books.google.co.id/books?id=h_T-EAAAQBAJ
- Winanto, A., Rahman, R. S., Rinaldi, M., Prawiranegara, G. P., Judijanto, L., Tampubolon, A. S., Muhtarudin, M., Bibiana, R. P., Yuliah, M. E. A., & Suyati, D. S. (2024b). Perpajakan : Teori Komprehensif. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
https://books.google.co.id/books?id=h_T-EAAAQBAJ