



JRAK

Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis (e-journal)

p-ISSN: 2407-828X e-ISSN: 2407-8298

Vol. 10, No. 2, Juli 2024

<https://jurnal.plb.ac.id/index.php/JRAK/index>

ANALISIS PENGETAHUAN DAN TINGKAT KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGUSAHA MARKETPLACE DI KALANGAN GENERASI Z

Yiska Fatmanah¹, Gita Arasy Harwida²

Universitas Trunojoyo Madura

Email: 210221100153@student.trunojoyo.ac.id¹, gita.harwida@trunojoyo.ac.id²

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the knowledge and level of tax compliance of marketplace entrepreneurs in Generation Z. Researchers use qualitative methods with an interpretive paradigm. Data collection was carried out through interviews by exploring the perspectives of four Generation Z people, who are individual MSME taxpayers, have been marketplace entrepreneurs for at least 2 years, and have a turnover of under IDR 500 million per year. The research results showed that in the sample studied, no one knew about the tax obligations for the online business they ran. Even though they were only required to report taxes without paying, none of the research subjects fulfilled their obligations. The reasons for this behavior vary, starting from the perception that the tax reporting process is complicated and burdensome. busy running an online business. The view that online businesses do not experience direct benefits from tax contributions like offline businesses. Changes regarding tax regulations for online businesses and the behavior of non-compliant co-workers also influence their non-compliance. The suggestion for the marketplace is to require every seller to deposit proof of tax report every year. Meanwhile, the suggestion for the government is to provide tax education to MSME business actors who operate online.

Keywords: tax knowledge, tax compliance, perception of taxation, marketplace, MSMEs

Pendahuluan

Perkembangan teknologi pada masa kini mengalami pertumbuhan yang amat pesat. Setiap aspek dari teknologi mengalami peningkatan yang sangat tajam, menciptakan dampak langsung dalam berbagai bidang kehidupan. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

(APJII), di tahun 2024 total pemakai internet di Indonesia mencapai 221.563.479 individu dari populasi sebanyak 278.696.200 individu. Ada peningkatan 1,4% jika dibandingkan dengan periode sebelumnya. Jika berdasarkan pada usia, APJII menyebutkan bahwa mayoritas pengguna internet saat ini berasal dari

Generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012), yang mencapai 34,40% dari total pengguna (APJII, 2024).

Pada tahun 2023, *e-commerce* telah menjadi sektor terbesar dalam ekonomi digital Indonesia, seperti yang dilaporkan oleh Google, Temasek dan Brain & Company dalam laporan terbaru mereka yang berjudul *e-Conomy SEA 2023*. Indonesia menjadi pemimpin dalam *Gross Merchandise Value* (GMV) atau nilai transaksi bruto ekonomi digital di Asia Tenggara dengan capaian sebesar US\$82 miliar. Diikuti oleh Thailand di posisi kedua dengan GMV sebesar US\$36 miliar, kemudian Vietnam dan Filipina masing-masing dengan GMV US\$30 miliar dan US\$ 24 miliar (Temasek et al., 2023). Peningkatan yang pesat dari jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi bukti dari laporan tersebut. Dilansir dari situs resmi Tokopedia, pada kuartal III 2023, hampir 100% dari 14 juta lebih penjual di Tokopedia umumnya adalah UMKM (Tokopedia.com, 2023).

Meskipun pendapatan ekonomi dari sektor *e-commerce* meningkat pesat, dampaknya terhadap pendapatan pajak negara belum optimal. Sebagaimana dinyatakan oleh Yustinus Prasto, Direktur Eksekutif Pusat Analisis Perpajakan Indonesia, jika Ditjen Pajak tidak efektif dalam mengumpulkan pajak dari transaksi *e-commerce*, negara bisa kehilangan potensi pajak hingga 10% (Leonardo, 2020). Ketidakefektifan pendapatan pajak negara dari transaksi *e-commerce* disebabkan oleh fakta bahwa banyak pengusaha *online* tidak mematuhi kewajiban pajak mereka dengan benar. Sebagian membayar jumlah pajak yang lebih rendah dari seharusnya, sementara yang lain bahkan dengan sengaja menghindari pembayaran pajak. Ini didukung oleh hasil penelitian Prebawa & Kusuma (2022), yang menunjukkan bahwa

tingkat kepatuhan pajak dari pelaku *e-commerce* yang termasuk dalam kategori Wajib Pajak Orang Pribadi menunjukkan angka yang sangat rendah. Hal ini mengacu pada data statistik yang menegaskan bahwa sebagian besar individu yang bergerak dalam sektor *e-commerce* belum sepenuhnya mematuhi kewajiban perpajakan yang diberlakukan.

Data yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak menunjukkan bahwa mayoritas pengusaha *marketplace* belum memiliki NPWP. Dari hasil penelitian yang melibatkan 1600 sampel, hanya 1000 dari total pengusaha *marketplace* yang berhasil diidentifikasi, sedangkan 600 lainnya masih belum terdaftar secara resmi (Widyasari & Satria, 2022). Temuan ini secara nyata menggambarkan rendahnya tingkat kepatuhan terhadap kewajiban pajak di antara komunitas pengusaha *marketplace*. Ketidakepatuhan ini mencerminkan sebagian pelaku usaha yang tidak mematuhi peraturan perpajakan. Tidak hanya menimbulkan kekhawatiran atas keadilan pajak, tetapi juga memberikan dampak negatif terhadap pendapatan pajak yang diperoleh oleh negara.

Berdasarkan UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Indonesia menerapkan *self assessment system* (SAS), yaitu tanggung jawab untuk menentukan besaran pembayaran pajak diserahkan kepada Wajib Pajak. Sementara itu, menurut Dewi et al., (2020) dalam implementasi *self-assessment system* tingkat kepatuhan Wajib Pajak sangat dipengaruhi oleh kesadaran Wajib Pajak. Penting untuk diingat bahwa pajak memiliki peran krusial terhadap pembangunan negara kita. Pajak tidak hanya berperan sebagai penghasilan negara, tetapi juga sebagai instrumen untuk mengatur aktivitas ekonomi dan

penyedia dana untuk kepentingan negara (Rukmini, 2017).

Menurut data yang dilaporkan pemerintah, hingga bulan Desember 2023, terdapat sekitar 27 unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah bergabung dalam ekosistem digital (*go digital*). Dalam upaya memperluas cakupan ini, pemerintah menargetkan peningkatan jumlah UMKM yang terlibat dalam *go digital* pada tahun 2024 menjadi sekitar 30 juta UMKM (Zahiroh, 2022). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM pada *marketplace* adalah hal populer dan terus dikembangkan oleh pemerintah.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 dan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022, Wajib Pajak UMKM Orang Pribadi dengan omzet hingga Rp500 juta pertahun tidak dikenai pajak. Dengan fasilitas ini, UMKM yang omzetnya tidak melebihi batas tersebut tidak perlu membayar PPh final sebesar 0,5%. Selain itu, mereka juga dibebaskan dari pelaporan SPT Masa. Meski tidak dikenai pajak, UMKM dengan omzet tidak lebih dari Rp500 juta pertahun tetap diwajibkan melapor pajak setiap tahunnya (Safitri et al., 2023). Sedangkan bagi UMKM dengan omzet lebih dari Rp500 juta pertahun dikenai PPh final UMKM dengan tarif 0,5%. Penggunaan tarif final PPh UMKM 0,5% untuk Wajib Pajak Orang Pribadi berlaku maksimal selama 7 tahun. Setelah periode 7 tahun tersebut, pajak akan dihitung menggunakan tarif normal sesuai Pasal 17 UU PPh.

Sudah ada beberapa peneliti yang melakukan riset terhadap ketidakpatuhan Wajib Pajak di Indonesia. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Mubarakah et al., (2020), faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpatuhan pajak adalah minimnya

pengetahuan mengenai perpajakan, pengaruh dari orang-orang di sekitar, dan penerapan hukum terhadap pelanggaran pajak. Kolatung (2021) dalam risetnya mengatakan bahwa tingkat kesadaran Wajib Pajak Orang Pribadi memiliki dampak positif terhadap kepatuhan mereka. Di mana mereka sadar bahwa sudah kewajiban kita sebagai warga negara Indonesia untuk membayar pajak guna berkontribusi dalam pembangunan negara. Selain kesadaran Wajib Pajak, pengetahuan tentang perpajakan dibutuhkan untuk mendukung motivasi dalam membayar pajak. Olivandy et al., (2021) melakukan riset mengenai tingkat kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), menggunakan 340 UMKM sebagai responden. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Dengan kata lain, semakin tinggi pemahaman seseorang tentang peraturan dan kewajiban perpajakan, semakin besar kemungkinan mereka untuk patuh dalam memenuhi kewajiban pajak mereka. Temuan tersebut konsisten dengan hasil riset oleh Iwan (2021), di mana salah satu alasan Wajib Pajak menggunakan jasa konsultan karena kurangnya pengetahuan perpajakan.

Studi ini mempunyai perbedaan dengan riset-riset sebelumnya, tetapi masih memiliki keterkaitan yang kuat. Penelitian-penelitian yang sudah ada melakukan riset di kalangan umum, sedangkan penelitian ini fokus pada kalangan Generasi Z.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengetahuan perpajakan dan tingkat kepatuhan Wajib Pajak pengusaha *marketplace* khususnya di kalangan Generasi Z ketika menjalankan bisnis *online*, serta untuk memahami perspektif mereka tentang perpajakan dan

bagaimana hal tersebut diterapkan dalam konteks bisnis yang dijalankan.

Metode Penelitian

Peneliti dalam studi ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma interpretatif sebagai landasan penelitian. Seperti yang dijelaskan oleh Fiantika et al., (2022) penelitian kualitatif dilakukan tanpa campur tangan atau pengaruh dari peneliti. Fokusnya adalah memahami fenomena yang dialami subjek secara apa adanya, tanpa menggunakan rencana penelitian yang kaku seperti dalam penelitian kuantitatif. Pengembangan paradigma interpretatif memiliki tujuan dalam menjelaskan kejadian sosial dan sudut pandang tertentu, sehingga dapat memahami cara orang memaknai dan memahami lingkungan sosial dengan lebih baik (Izzalqurny & Nabila, 2021). Dalam paradigma interpretatif memungkinkan peneliti untuk melihat aktivitas sosial dan perilaku manusia sebagai bahasa simbolik yang mengungkapkan makna yang dalam. Data dari wawancara diubah menjadi teks tertulis untuk dianalisis, dan interpretasikan. Pendekatan ini membantu dalam memahami makna praktis dari tindakan manusia (Fiantika et al., 2022). Pernyataan subjek penelitian tentang pengetahuan dan tingkat kepatuhan terhadap pajak pada bisnis *online* mereka mengandung banyak makna tersirat yang baru terungkap setelah data dianalisis. Interpretasi data mencakup evaluasi, pandangan, dan penafsiran terhadap sudut pandang mereka mengenai berbagai aspek pajak dalam operasional bisnis di *matketplace*.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan ketika peneliti memiliki pertimbangan tertentu dalam memilih

sampel atau menentukan sampel dengan tujuan spesifik (Santina et al., 2021). Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih informan yang dianggap paling sesuai dan dapat memberikan informasi yang mendalam terkait dengan topik penelitian. Kriteria yang dipilih peneliti dalam menentukan informan penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Informan Penelitian

No	Kriteria Informan Penelitian
1	Merupakan Generasi Z
2	Sebagai Wajib Pajak UMKM Orang Pribadi
3	Memiliki usaha di <i>platform marketplace</i>
4	Periode usaha minimal sudah belangsung 2 tahun
5	Menghasilkan omzet di bawah Rp500 juta pertahun

Sumber: Olahan Peneliti

Penelitian ini melibatkan empat informan yang telah dipilih berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Pemilihan informan ini didasarkan pada beberapa alasan yang mendasar dan penting. Pertama, Generasi Z dipilih karena mereka merupakan kelompok terbesar pengguna internet saat ini, berdasarkan laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi dengan teknologi dan dunia digital, yang relevan dengan penelitian ini. Kedua, informan penelitian adalah Wajib Pajak yang tidak perlu membayar pajak, melainkan hanya berkewajiban untuk melaporkan pajak. Kondisi ini dipilih untuk memfokuskan penelitian pada aspek kepatuhan dalam pelaporan pajak. Dengan demikian, penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong atau menghambat kepatuhan pelaporan pajak tanpa dipengaruhi oleh variabel lain seperti kewajiban pembayaran pajak yang lebih kompleks.

Ketiga, informan penelitian ini diharapkan dapat memperlihatkan fenomena yang terjadi dalam dunia bisnis *online*. Mereka juga diharapkan memiliki pengetahuan yang memadai tentang pajak serta menunjukkan tingkat kepatuhan yang relevan dalam melaporkan pajak. Dengan memilih informan yang aktif dalam bisnis *online* dan memiliki kewajiban pelaporan pajak, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana generasi muda yang terlibat dalam bisnis digital memenuhi kewajiban perpajakan mereka dan tantangan apa saja yang mereka hadapi dalam proses tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Informan penelitian ini merupakan Generasi Z, Wajib Pajak UMKM Orang Pribadi, menjadi pengusaha *marketplace* dengan periode usaha minimal selama 2 tahun, dan memiliki omzet di bawah Rp500 juta pertahun. Data informan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Informan Penelitian

Initial	Usia	Omzet per tahun (Rp)	Market place	Periode Usaha
DK	22	+36 Juta	Shopee, Tokope dia	6 tahun
AR	20	+25 juta	Shopee	3 tahun
SF	24	+43 juta	Shopee	5 tahun
JM	26	+58 juta	Shopee	4 tahun

Sumber: Olahan Peneliti

Pemahaman perpajakan adalah aspek yang krusial untuk menilai pengetahuan seseorang tentang pajak. Oleh karena itu, peneliti mengajukan pertanyaan kepada keempat informan penelitian mengenai pandangan mereka terhadap perpajakan dan kewajiban perpajakan atas bisnis

online yang mereka jalankan. Pertanyaan tersebut berupa “Menurut anda apa itu pajak? Dan apakah anda tahu kewajiban pajak anda dengan penghasilan yang dibawah Rp500 juta pertahun?”.

Hasil wawancara penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Wawancara Informan Penelitian Terkait Pengetahuan Perpajakan

Informan	Hasil Wawancara
DK	“Setahuku pajak itu harus dibayar ke pemerintah, tapi detailnya kurang tahu. Untuk kewajiban aku juga kurang tahu, mungkin disuruh bayar pajak berapa persen dari total penghasilan.”
AR	“Pajak itu kan duit yang kita bayar ke pemerintah. Tiap tahun harus bayar pajak. Kewajibanku kayaknya gak ada kalo dari usaha ini, soalnya ini kan <i>online</i> gak ada tempat fisiknya.”
SF	“Pajak itu kan kayak sumbangsih kita buat negara, gitu? Jadi, bayar pajak tuh kayak bantu negara, kan dari situ negara dapet dana. Kewajiban pajak dari usahaku ya bayar pajak setiap tahun.”
JM	“Pajak itu tanggung jawab kita kalau punya pendapatan atau bisnis, harus bayar pajak. Terakhir yang aku tahu untuk pelaku usaha UMKM kayaknya kena PPh final yang tarifnya 0,5%.”

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan informasi Tabel 3 di atas, dapat disimpulkan bahwa pandangan informan penelitian terhadap pajak bervariasi. Beberapa menganggapnya sebagai kewajiban yang tak terhindarkan, melihatnya sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kewajiban warga negara. Ada juga yang berasumsi bahwa pajak adalah kontribusi kita sebagai warga negara dalam membantu pembangunan nasional. Selain itu, keempat informan tidak ada yang tahu bahwa kewajiban mereka hanya melapor

pajak saja tanpa perlu membayar. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan kepada pengusaha *marketplace* dalam upaya meningkatkan pengetahuan tentang pajak dan bagaimana kewajiban perpajakan mereka.

Pandangan informan penelitian konsisten dengan teori pembenaran pemungutan pajak, yaitu teori kepentingan dan teori bakti. Teori bakti berdasarkan konsep *Organische Staatsleer* menyatakan negara bertanggung jawab menyediakan kepentingan publik. Memungut pajak adalah hak negara dan membayar pajak adalah kewajiban warga negara sebagai bentuk penghormatan (Praditama, 2019). Dalam teori ini, negara dipandang sebagai entitas organik yang memiliki kewajiban untuk menjaga kesejahteraan masyarakatnya, dan warga negara diharapkan untuk berkontribusi melalui pembayaran pajak. Kontribusi ini dianggap sebagai tindakan bakti yang mencerminkan solidaritas dan tanggung jawab bersama dalam mendukung fungsi dan pelayanan publik yang disediakan oleh negara.

Kemudian, peneliti melakukan wawancara mendalam mengenai tingkat kepatuhan pajak para informan penelitian. Kriteria kepatuhan pajak dalam penelitian ini didasarkan pada Keputusan Menteri Keuangan RI No. 209/PMK.03/2021. Dengan berpedoman pada keputusan tersebut, peneliti dapat mengevaluasi tingkat kepatuhan pajak informan secara akurat, yang mencakup berbagai indikator penting dalam penilaian kepatuhan pajak. Hasil analisis kepatuhan pajak informan penelitian seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Kepatuhan Pajak Informan Penelitian

Kriteria Wajib Pajak			Informan			
Patuh			1	2	3	4
Wajib Pajak	tidak		X	X	X	X
terlambat menyampaikan SPT Tahunan						
Laporan keuangan			X	X	X	X
Wajib Pajak pada suatu Tahun Pajak setelah ditetapkan sebagai Wajib Pajak Kriteria Tertentu diaudit oleh akuntan publik atau lembaga pengawas keuangan pemerintah dan memperoleh pendapat wajar tanpa pengecualian						
Wajib Pajak tidak sedang dilakukan pemeriksaan bukti permulaan secara terbuka atau tindakan penyelidikan tindak pidana di bidang perpajakan			✓	✓	✓	✓

Sumber : Olahan Peneliti

Meskipun sebagian dari mereka memiliki pemahaman yang cukup mengenai perpajakan dan menganggap pembayaran pajak sebagai bentuk penghormatan kepada negara, hal tersebut tidak menjamin bahwa mereka akan secara aktif melaporkan pajak dengan tepat waktu sesuai ketentuan yang berlaku. Oleh karena itu, ditemui celah yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak di kalangan pengusaha *marketplace*.

Peneliti mengajukan pertanyaan mengenai alasan atau kendala yang dihadapi oleh informan penelitian dalam melaporkan pajak. Pertanyaan yang diajukan “Apa alasan anda tidak melaporkan pajak?”. Hasil wawancara informan penelitian terkait alasan tidak lapor pajak dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Wawancara Informan Penelitian Tekait Alasan Tidak Lapor Pajak

Informan	Hasil Wawancara
DK	"Lapor pajak tuh ribet. Lagi pula, aku sibuk banget, jadi gak punya waktu buat mikirin soal pajak."
AR	"Aku merasa bisnis <i>online</i> tidak ada kontribusi negara melalui fasilitas publik seperti yang diperlukan oleh bisnis <i>offline</i> pada umumnya. Jadi, menurutku, tidak ada alasan untuk melapor pajak usaha ini."
SF	"Aku kurang paham cara melapor pajak gitu. Sebenarnya bisa belajar lewat internet tapi untuk saat ini kayaknya gak usah dulu deh, apalagi ini cuma usaha <i>online</i> ."
JM	"Peraturan pajak ini kan seringkali mengalami perubahan, jadi buat bingung. Aku juga punya banyak temen yang usaha <i>online</i> mereka gak lapor pajak, jadi aku juga gak lapor pajak."

Sumber: Olahan Peneliti

Alasan para informan mengalami kesulitan dalam melapor pajak karena mereka merasa bahwa proses pelaporan pajak rumit dan memberatkan. Selain itu, kesibukan dalam menjalankan bisnis *online* membuat mereka kurang memiliki waktu untuk memikirkan masalah pajak. Pandangan bahwa bisnis *online* tidak merasakan manfaat langsung dari kontribusi pajak seperti bisnis *offline* juga menjadi faktor penghambat. Perubahan mengenai aturan pajak untuk bisnis *online* hingga perilaku ketidakpatuhan teman sejawat juga memengaruhi keputusan mereka dalam melapor pajak. Diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya pelaporan pajak dan memperjelas aturan pajak yang berlaku untuk bisnis *online* guna meningkatkan tingkat kepatuhan pajak di kalangan pengusaha *marketplace*.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, disimpulkan bahwa para pengusaha *marketplace* yang merupakan subjek penelitian tidak mengetahui kewajiban perpajakan yang berlaku atas usaha yang mereka jalankan dan tidak ada satu pun yang mematuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saran bagi pihak *marketplace* untuk mewajibkan setiap penjual menyetorkan bukti lapor pajak setiap tahunnya. Sedangkan saran bagi pemerintah adalah memberikan edukasi perpajakan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang beroperasi secara *online*.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah subjek yang terbatas, hanya melibatkan empat orang. Hasilnya tidak dapat mencerminkan keadaan dan pendapat dari seluruh pengusaha *marketplace* di kalangan Generasi Z. Saran untuk peneliti selanjutnya memperluas kriteria pemilihan subjek dengan menambah variasi demografis. Melakukan survei *online* yang dapat diakses secara luas oleh pengusaha *marketplace* di seluruh Indonesia agar pengumpulan data lebih representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. *Www.Apji.or.Id*, (8), 1.
- Dewi, et al., (2020). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Akuntabilitas Pelayanan Publik, Dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor Samsat Singaraja. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 11(3), 417–426.

- Fiantika, et al., (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin (pp. 1–179).
<https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Iwan, K. D. (2021). Analisis Peranan Konsultan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Melaksanakan Kewajiban Perpajakan. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(12).
- Izzalqurny, T. R., & Nabila, F. (2021). Apakah Paradigma Nonpossitivism (Interpretif, Kritis dan Posmodernis) dalam Akuntansi ”Ilmiah”? *Jurnal Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 11(1), 13.
<https://doi.org/10.26714/mki.11.1.2021.13-26>
- Kolatung, J. F. (2021). Analisis Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 1006–1014.
- Leonardo, P. (2020). Application of Taxation on Transactions E-Commerce on the Marketplace Platform. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 8(1), 45–54.
<https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.17248>
- Mubarokah, I., Priatnasari, Y., & Kridiyawati. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketidakepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan KP2KP Bumiayu Brebes). *Jurnal Penelitian Akuntansi*, 1(1), 38–52.
- Oliwiandy, N. A., Astuti, T. P., & Siddiq, F. R. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Selama Pandemi Covid-19. *Wahana Riset Akuntansi*, 9(2), 91.
<https://doi.org/10.24036/wra.v9i2.112026>
- Praditama, I. R. (2019). Legalitas Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Aplikasi Streaming Musik Joox. *Jurist-Diction*, 2(2), 501.
<https://doi.org/10.20473/jd.v2i2.14230>
- Prebawa, P. A. W., & Kusuma, I. G. K. C. B. A. (2022). Pajak Penghasilan Orang Pribadi Pelaku E-Commerce Di Singaraja. *Jurnal Pajak (Indonesian Tax Review)*, 6(2S), 488–502.
<https://doi.org/10.31092/jpi.v6i2s.1867>
- Rukmini, S. B. (2017). Peranan Pajak Dalam Meningkatkan Pembangunan di Kabupaten Trenggalek. *Dewantara*, 2(2), 204–219.
- Safitri, et al., (2023). Sosialisasi Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan dan Pelatihan Pembukuan Pajak Pada Wajib Pajak UMKM Bandeng Presto Paguyuban Ulam Raos Sejahtera Kota Semarang Guna Meningkatkan Pengetahuan dan Kepatuhan Pajak. *Jurnal Masyarakat Merdeka*, 6(1), 58–71.
<https://doi.org/10.51213/jmm.v6i1.134>
- Santina, et al., (2021). Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 1–13.
- Temasek, Google, & Bain and Company. (2023). *e-Conomy SEA 2023: Indonesia*. Google Indonesia (pp. 1–14).
<https://economysea.withgoogle.com/report/>
- Tokopedia.com. (2023). *Tokopedia Rekap Tren Belanja Online Kuartal III 2023: Transaksi Groceries Melesat*. Tokopedia.Com.
<https://www.tokopedia.com/>
- Widyasari, P. A., & Satria, A. (2022). Studi Kualitatif Mengenai Pengetahuan Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak Pengusaha Jastip Online. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 9(01), 136–145.
<https://doi.org/10.35838/jrap.2022.009.01.11>
- Zahiroh, M. Y. (2022). Peluang Dan Tantangan Transformasi Digital UMKM

Analisis Pengetahuan dan Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Pengusaha *Marketplace* di Kalangan Generasi Z

Di Indonesia Pasca Pandemi Covid-19.
Journal of Economics and Social Sciences (JESS), 1(2), 124–133.

Copyright holder:

Yiska Fatmanah, Gita Arasy Harwida (2024)

First publication right:

JRAK: Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis (e-journal)

This article is licensed under:

