

**KEPATUHAN PAJAK PADA TOKO PAKAIAN UMKM DI PASAR
TADISIONAL SETELAH MUNCULNYA E-COMMERCE (STUDI
KASUS PASAR CICURUG)**

Mouza Septi Pratama¹, Nurwati²
e.2210314@unida.ac.id¹, nurwati@unida.ac.id²
Universitas Djuanda

Abstrak

Munculnya e-commerce telah mengubah lanskap perdagangan ritel dan berdampak signifikan terhadap UMKM toko pakaian di pasar tradisional, termasuk aspek kepatuhan perpajakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepatuhan pajak UMKM toko pakaian di Pasar Cicurug setelah berkembangnya e-commerce, bahwa kepatuhan pajak UMKM mengalami penurunan drastis akibat tekanan ekonomi dari persaingan e-commerce, dengan hanya 26,7% pedagang yang konsisten melaporkan pajak secara akurat; faktor utama meliputi penurunan omzet hingga 60%, kurangnya pemahaman pajak, dan lemahnya pengawasan otoritas pajak. Keterbatasan penelitian ini adalah fokus hanya pada satu pasar tradisional dan periode pengamatan yang terbatas. Kebaruan penelitian terletak pada analisis komprehensif dampak e-commerce terhadap kepatuhan pajak UMKM pasar tradisional yang sebelumnya jarang diteliti, serta rekomendasi kebijakan insentif pajak, edukasi perpajakan, dan pendampingan digitalisasi untuk meningkatkan daya saing dan kepatuhan pajak pedagang tradisional.

Kata Kunci: Kepatuhan Pajak, UMKM, E-Commerce.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen dan struktur pasar ritel di Indonesia secara fundamental. Platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada menawarkan kemudahan berbelanja dengan harga kompetitif dan berbagai promosi menarik yang sulit ditandingi oleh pedagang tradisional.¹ Fenomena ini berdampak signifikan terhadap keberlangsungan UMKM di pasar tradisional, terutama sektor fashion yang mengalami persaingan paling ketat dengan toko online.

Pasar Cicurug di Jawa Barat merupakan contoh nyata dampak digitalisasi perdagangan terhadap pedagang konvensional. Berdasarkan observasi awal, banyak toko pakaian di Pasar Cicurug mengalami penurunan penjualan hingga 40-60% sejak tahun 2020, ketika pandemi mempercepat adopsi e-commerce.² Kondisi ini tidak hanya mengancam keberlangsungan usaha, tetapi juga mempengaruhi kemampuan pedagang untuk memenuhi kewajiban perpajakan, menimbulkan pertanyaan mendasar tentang tingkat kepatuhan pajak UMKM di era digital.

Tinjauan literatur menunjukkan kesenjangan signifikan terkait kajian kepatuhan pajak UMKM di pasar tradisional dalam konteks persaingan dengan e-commerce. Penelitian sebelumnya cenderung membahas kepatuhan pajak secara umum atau dampak e-commerce terhadap penjualan secara terpisah, namun tidak banyak yang mengkaji hubungan kausal antara tekanan persaingan digital dan penurunan kepatuhan pajak.³ Kesenjangan ini memunculkan pertanyaan penelitian:

¹ Jeffriansyah Dwi Sahputra Amory and Muhtar Mudo, "Transformasi Ekonomi Digital Dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Perilaku Belanja Di Era Internet," *Jurnal Minfo Polgan* 14, no. 1 (2025): 28–37.

² Fadila Claudia Pramesti, Rima Dewi Febriana Febriana, and Elisa Imanuella Isworo Isworo, "Analisis Dampak Perkembangan E-Commerce Terhadap Prefensi Minat Konsumen Pada Kelangsungan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pedagang Pakaina Di Pasar Tradisional," *Jimbien: Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship* 4, no. 1 (2025): 1–10.

³ Salsa Nabilani and Ratih Damayanti, "E-Commerce Dan Pajak: Bagaimana Peraturan Pajak Beradaptasi Dengan Era Digital?," *Jurnal Pajak Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2025): 18–25.

bagaimana tingkat kepatuhan pajak UMKM toko pakaian di Pasar Cicurug setelah munculnya e-commerce? Faktor apa saja yang mempengaruhi kepatuhan tersebut?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepatuhan pajak UMKM toko pakaian di Pasar Cicurug, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan, dan merumuskan rekomendasi kebijakan yang dapat meningkatkan kepatuhan pajak sekaligus daya saing UMKM di pasar tradisional. Tesis yang diusung adalah bahwa penurunan kepatuhan pajak UMKM toko pakaian di pasar tradisional bukan semata-mata ambisi untuk menghindari kewajiban, melainkan respons bertahan hidup terhadap tekanan ekonomi dari persaingan e-commerce yang memaksa pedagang memprioritaskan keberlangsungan usaha di atas kewajiban pajak.

KAJIAN LITERATUR

Kepatuhan pajak didefinisikan sebagai kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan sesuai aturan yang berlaku tanpa perlu pemeriksaan, penyidikan, atau penegakan hukum.⁴ Dalam konteks UMKM, kepatuhan pajak menjadi isu kompleks karena dipengaruhi berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi pemahaman regulasi perpajakan, kondisi keuangan usaha, dan persepsi tentang manfaat pajak, sedangkan faktor eksternal mencakup efektivitas pengawasan otoritas pajak dan kondisi persaingan pasar.

E-commerce telah mengubah struktur pasar ritel dengan menciptakan persaingan yang tidak seimbang bagi pedagang tradisional. Platform digital memiliki keunggulan efisiensi biaya operasional, jangkauan pasar yang luas, kemudahan pembayaran, dan sistem promosi yang efektif.⁵ Konsumen tertarik pada e-commerce karena kemudahan berbelanja, harga lebih murah, variasi produk lebih banyak, dan sistem pengiriman yang cepat. Akibatnya, UMKM di pasar tradisional mengalami penurunan omzet yang signifikan dan berpengaruh langsung terhadap kemampuan membayar pajak.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tekanan ekonomi merupakan faktor utama penurunan kepatuhan pajak UMKM. Studi Kusuma dan Santoso (2024) menyatakan bahwa UMKM yang mengalami penurunan pendapatan cenderung mengurangi pengeluaran operasional, termasuk kewajiban pajak. Namun, belum banyak penelitian yang secara khusus menganalisis kepatuhan pajak UMKM pasar tradisional dalam konteks persaingan dengan e-commerce. Kesenjangan ini membuka ruang penelitian untuk mengkaji sejauh mana tekanan persaingan digital mempengaruhi kepatuhan pajak, serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepatuhan tanpa membebani UMKM yang sudah tertekan.

Kerangka teoretis penelitian ini dibangun atas tiga pilar: pertama, teori kepatuhan pajak yang menekankan faktor ekonomi dan psikologis wajib pajak; kedua, teori persaingan pasar yang menjelaskan dampak e-commerce terhadap pedagang tradisional; ketiga, teori kebijakan publik yang menganalisis peran pemerintah dalam menciptakan ekosistem perpajakan yang adil dan mendukung UMKM. Integrasi ketiga teori ini memungkinkan analisis komprehensif terhadap fenomena penurunan kepatuhan pajak UMKM di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus yang berfokus pada UMKM toko pakaian di Pasar Cicurug. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena kepatuhan pajak secara mendalam, memahami motivasi dan tantangan yang dihadapi pedagang, serta mengidentifikasi faktor-faktor kontekstual yang mempengaruhi kepatuhan.⁶ Studi kasus pada Pasar Cicurug dipilih karena pasar ini merupakan representasi pasar tradisional yang mengalami dampak signifikan dari perkembangan e-commerce.

Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer

⁴ Siti Kurnia Rahayu, "Penegakan Hukum Perpajakan Yang Efektif Dalam Mendorong Realisasi Pencapaian Target Penerimaan Pajak Melalui Kepatuhan Perpajakan," *Jurnal Riset Akuntansi* 12, no. 1 (2020): 69–87.

⁵ Gusti Ayu Aghivirwati et al., *Ekonomi Digital Dan Perubahan Struktur Pasar* (Cendikia Mulia Mandiri, 2025).

⁶ Thomas Ola Langoday, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia, 2025).

dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 15 pemilik toko pakaian yang dipilih secara purposif dengan kriteria: telah berjualan minimal 5 tahun, memiliki NPWP, dan bersedia memberikan informasi terkait omzet dan kepatuhan pajak. Data sekunder mencakup dokumen dari Kantor Pelayanan Pajak setempat, laporan keuangan pedagang (yang tersedia), dan statistik penjualan pasar. Observasi langsung juga dilakukan untuk memahami dinamika aktivitas perdagangan dan kondisi riil toko pakaian di Pasar Cicurug.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pertanyaan terbuka terkait omzet, kewajiban pajak, pemahaman perpajakan, dan dampak e-commerce. Kedua, observasi non-partisipatori untuk mengamati kondisi fisik toko, jumlah pengunjung, dan aktivitas transaksi. Ketiga, studi dokumentasi untuk menganalisis data sekunder dari berbagai sumber. Setiap wawancara direkam (dengan izin) dan ditranskrip untuk mempermudah analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM Toko Pakaian di Pasar Cicurug

Pasar Cicurug memiliki sekitar 45 toko pakaian, mayoritas dimiliki oleh pedagang perempuan berusia 35-55 tahun dengan tingkat pendidikan SMA. Sebagian besar pedagang telah menjalankan usaha lebih dari 10 tahun dan mewarisi usaha dari orang tua atau memulai usaha sendiri dengan modal terbatas. Modal awal usaha berkisar Rp 10-30 juta, dengan sumber modal dari tabungan pribadi atau pinjaman keluarga.

Sebelum pandemi dan berkembangnya e-commerce (periode 2015-2019), rata-rata omzet bulanan sekitar Rp 20-40 juta dengan margin keuntungan 20-30%. Toko pakaian di Pasar Cicurug melayani konsumen lokal dan sekitarnya, dengan variasi produk dari pakaian anak hingga dewasa. Strategi penjualan mengandalkan kualitas produk, pelayanan personal, dan sistem kredit atau pembayaran tempo untuk pelanggan setia.

Setelah munculnya e-commerce dan pandemi COVID-19 (2020-sekarang), kondisi usaha berubah drastis. Omzet menurun signifikan menjadi Rp 8-20 juta per bulan, bahkan beberapa toko hanya bertahan dengan omzet di bawah Rp 5 juta. Penurunan ini disebabkan oleh perpindahan konsumen ke platform online yang menawarkan harga lebih murah dan kemudahan berbelanja. Banyak pedagang terpaksa mengurangi stok, menurunkan harga jual, atau menambah variasi produk untuk menarik konsumen.⁷

Kondisi ekonomi yang menurun berdampak pada operasional usaha. Pedagang kesulitan memenuhi berbagai kewajiban, termasuk pembayaran sewa kios, pembelian stok baru, biaya transportasi, dan kewajiban pajak. Prioritas utama adalah mempertahankan keberlangsungan usaha, sehingga kewajiban yang tidak esensial seperti pajak sering diabaikan. Beberapa pedagang bahkan mempertimbangkan untuk menutup usaha jika kondisi tidak membaik dalam waktu dekat.

Tingkat Kepatuhan Pajak UMKM

Dari 15 informan yang diwawancara, hanya 4 pedagang (26,7%) yang konsisten melaporkan pajak secara akurat sesuai omzet sebenarnya. Mereka adalah pedagang dengan kondisi keuangan relatif lebih baik dan memiliki pemahaman memadai tentang pentingnya kepatuhan pajak. Sebanyak 8 pedagang (53,3%) melaporkan omzet jauh di bawah pendapatan aktual, dengan alasan untuk mengurangi beban pajak di tengah kondisi ekonomi yang sulit.

Sementara itu, 3 pedagang (20%) tidak melaporkan pajak sama sekali meskipun memiliki NPWP, dengan alasan pendapatan tidak mencukupi untuk memenuhi kewajiban operasional, apalagi pajak. Mereka berpikir bahwa pemerintah seharusnya memahami kondisi pedagang kecil yang sedang berjuang. Ketiga pedagang ini menyatakan bahwa mereka pernah patuh di masa lalu ketika kondisi usaha masih baik, namun sekarang

⁷ Arfida Boedirochminarni, "UMKM 'Kreatif' Di Masa Covid-19," *Ekonomi Indonesia Di Tengah Pandemi Covid 1*, no. 3 (2020): 95.

prioritasnya adalah bertahan hidup.

Pola kepatuhan pajak menunjukkan korelasi kuat dengan kondisi ekonomi usaha. Pedagang yang mengalami penurunan omzet paling drastis cenderung memiliki tingkat kepatuhan paling rendah. Sebaliknya, pedagang yang berhasil mempertahankan omzet relatif stabil (meskipun menurun) cenderung tetap patuh, dengan alasan untuk menghindari masalah hukum dan menjaga reputasi usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepatuhan pajak UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi.⁸

Data dari Kantor Pelayanan Pajak setempat menunjukkan penurunan penerimaan pajak dari sektor perdagangan pasar tradisional sebesar 35-40% dalam tiga tahun terakhir. Penurunan ini sesuai dengan temuan lapangan yang menunjukkan rendahnya kepatuhan pajak UMKM. Otoritas pajak mengakui adanya tantangan dalam pengawasan dan penegakan kepatuhan, terutama untuk UMKM kecil yang terdampak pandemi dan persaingan digital.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan pajak

Tekanan ekonomi dari persaingan e-commerce yang menurunkan omzet secara drastis sebesar 40-60%. Pedagang menyatakan bahwa mereka tidak mampu bersaing dengan harga dan kemudahan yang ditawarkan platform online. Kondisi ini memaksa mereka untuk memprioritaskan keberlangsungan usaha dan kebutuhan hidup keluarga di atas kewajiban pajak.⁹

Kurangnya pemahaman tentang kewajiban dan manfaat perpajakan. Sebagian besar pedagang tidak memahami secara detail sistem perpajakan untuk UMKM, termasuk ketentuan PPh Final 0,5% dan berbagai insentif yang tersedia. Mereka juga tidak merasakan manfaat langsung dari pajak yang dibayarkan, sehingga motivasi untuk patuh menjadi rendah. Sosialisasi perpajakan yang terbatas dan bahasa teknis yang sulit dipahami memperburuk situasi ini.¹⁰

lemahnya pengawasan dari otoritas pajak terhadap UMKM kecil. Pedagang menyatakan bahwa mereka jarang mendapat kunjungan atau pemeriksaan dari petugas pajak, sehingga risiko tertangkap jika tidak patuh sangat kecil. Keterbatasan sumber daya otoritas pajak membuat pengawasan lebih terfokus pada wajib pajak besar. Kondisi ini menciptakan moral hazard di kalangan UMKM yang merasa aman untuk tidak patuh tanpa konsekuensi nyata.

Persepsi negatif bahwa pajak tidak memberikan manfaat langsung bagi pedagang pasar. Banyak pedagang merasa bahwa pajak yang mereka bayarkan tidak dikembalikan dalam bentuk perbaikan infrastruktur pasar, pelatihan usaha, atau bantuan modal. Mereka melihat kondisi pasar yang tidak terawat, fasilitas yang minim, dan minimnya dukungan pemerintah untuk menghadapi persaingan dengan e-commerce. Persepsi ini memperkuat resistensi terhadap kewajiban pajak.¹¹

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan pajak UMKM toko pakaian di Pasar Cicurug berada pada tingkat rendah, dengan hanya 26,7% pedagang yang sepenuhnya patuh. Kondisi ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tekanan ekonomi merupakan faktor dominan penurunan kepatuhan pajak. Pedagang cenderung memprioritaskan keberlangsungan usaha dengan mengurangi pengeluaran yang tidak

⁸ Dina Fita Fauziah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Sebelum Dan Saat Terjadinya Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pelaku UMKM Tanaman Hias Di Desa Siraman)" (IAIN Metro, 2024).

⁹ Ni Putu Suci Meinarni et al., *UMKM Goes Online Regulasi E-Commerce* (Deepublish, 2021).

¹⁰ Imahda Khoiri Furqon, "Dampak Kebijakan Pajak Terhadap Pertumbuhan Umkm (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah)," *Jurnal Pajak Dan Akuntansi* 1, no. 1 (2024): 26–36.

¹¹ akhлина tijani Prabawa, "Analisis Persepsi Pedagang Pasar Tradisional Sokaraja Terhadap Bank Syariah Dalam Memperoleh Sumber Permodalan Untuk Usaha," n.d.

esensial, termasuk kewajiban pajak. Situasi ini menunjukkan bahwa kepatuhan pajak bukan hanya masalah kepatuhan hukum, tetapi juga masalah kelangsungan hidup ekonomi.

Dari perspektif teori kepatuhan pajak, kondisi ini menunjukkan bahwa kepatuhan tidak hanya dipengaruhi oleh kesadaran hukum atau penegakan sanksi, tetapi juga sangat ditentukan oleh kemampuan ekonomi wajib pajak.¹² E-commerce menciptakan persaingan yang tidak seimbang karena platform digital memiliki efisiensi biaya yang lebih tinggi, jangkauan pasar yang lebih luas, dan kemampuan menawarkan harga lebih murah. Sementara itu, pedagang tradisional terbatas pada lokasi fisik, modal terbatas, dan biaya operasional yang relatif tinggi termasuk sewa kios dan utilitas.

Temuan ini juga mengkonfirmasi teori bahwa persepsi terhadap sistem perpajakan mempengaruhi kepatuhan. Pedagang yang tidak merasakan manfaat langsung dari pajak yang dibayarkan cenderung memiliki motivasi rendah untuk patuh. Persepsi bahwa pemerintah tidak memberikan dukungan memadai untuk menghadapi persaingan e-commerce memperkuat resistensi terhadap kewajiban perpajakan. Hal ini menunjukkan perlunya kebijakan yang tidak hanya menekankan penegakan hukum, tetapi juga memberikan insentif dan dukungan nyata bagi UMKM.¹³

Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya pendekatan holistik dalam meningkatkan kepatuhan pajak UMKM. Pertama, pemerintah perlu memberikan insentif pajak khusus untuk UMKM yang terdampak e-commerce, seperti pengurangan tarif atau pembebasan sementara untuk membantu mereka bertahan. Kedua, program edukasi perpajakan yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan konteks pedagang pasar tradisional. Ketiga, pendampingan digitalisasi untuk membantu UMKM meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi digital, sehingga mereka dapat bertahan dan memiliki kemampuan untuk memenuhi kewajiban pajak.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis kepatuhan pajak UMKM toko pakaian di Pasar Cicurug, dapat disimpulkan bahwa kepatuhan pajak mengalami penurunan signifikan setelah munculnya e-commerce, dengan hanya 26,7% pedagang yang konsisten melaporkan pajak secara akurat; faktor utamanya adalah tekanan ekonomi akibat penurunan omzet hingga 40-60%, kurangnya pemahaman perpajakan, lemahnya pengawasan otoritas pajak, dan persepsi negatif terhadap manfaat pajak. Rekomendasi kebijakan meliputi pemberian insentif pajak khusus untuk UMKM yang terdampak e-commerce, program edukasi perpajakan yang kontekstual dan mudah dipahami, pendampingan digitalisasi untuk meningkatkan daya saing pedagang, dan penguatan infrastruktur pasar tradisional sebagai bentuk timbal balik dari pajak yang dibayarkan. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menganalisis dampak jangka panjang e-commerce terhadap kepatuhan pajak UMKM di berbagai pasar tradisional, efektivitas program digitalisasi dalam meningkatkan daya saing dan kepatuhan pajak, serta studi komparatif dengan negara lain yang berhasil mempertahankan kepatuhan pajak UMKM di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghivirwiati, Gusti Ayu, M M SH, Thomas Soseco, S E Hadi Sutrisno, Telly Zuvilla Irwanto, M M SE, Dian Mardiatni Sari, S E Chrestiana Aponno, S E Agustinus Fangohoy, and Desi Ade Trya. *Ekonomi Digital Dan Perubahan Struktur Pasar*. Cendikia Mulia Mandiri, 2025.
- Amory, Jeffriansyah Dwi Sahputra, and Muhtar Mudo. "Transformasi Ekonomi Digital Dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Perilaku Belanja Di Era Internet." *Jurnal Minfo Polgan* 14, no. 1 (2025): 28–37.

¹² Ni Putu Ayu Sista, "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, Kewajiban Moral, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Samsat Gianyar," *JSAM (Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen)* 1, no. 1 (2019): 142–79.

¹³ Muhamad Maulana Fajar, Nimas Alifka Frestyani, and Muhamad Rezan Alfiqi Alfiqi, "Pengaruh Kebijakan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM," *Journal ANC* 1, no. 3 (2025): 258–76.

- Boedirochminarni, Arfida. "UMKM 'Kreatif' Di Masa Covid-19." *Ekonomi Indonesia Di Tengah Pandemi Covid 1*, no. 3 (2020): 95.
- Fajar, Muhamad Maulana, Nimas Alifka Frestyani, and Muhamad Rezan Alfiqi Alfiqi. "Pengaruh Kebijakan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM." *Journal ANC 1*, no. 3 (2025): 258–76.
- Fauziah, Dina Fita. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Sebelum Dan Saat Terjadinya Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pelaku UMKM Tanaman Hias Di Desa Siraman)." *IAIN Metro*, 2024.
- Furqon, Imahda Khoiri. "Dampak Kebijakan Pajak Terhadap Pertumbuhan Umkm (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah)." *Jurnal Pajak Dan Akuntansi 1*, no. 1 (2024): 26–36.
- Langoday, Thomas Ola. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia, 2025.
- Meinarni, Ni Putu Suci, Ida Bagus Ary Indra Iswara, I Nyoman Saputra Wahyu Wijaya, and Ayu Gede Willdahlia. *UMKM Goes Online Regulasi E-Commerce*. Deepublish, 2021.
- Nabilani, Salsa, and Ratih Damayanti. "E-Commerce Dan Pajak: Bagaimana Peraturan Pajak Beradaptasi Dengan Era Digital?" *Jurnal Pajak Dan Akuntansi 2*, no. 1 (2025): 18–25.
- Prabawa, akhlina tijani. "Analisis Persepsi Pedagang Pasar Tradisional Sokaraja Terhadap Bank Syariah Dalam Memperoleh Sumber Permodalan Untuk Usaha," n.d.
- Pramesti, Fadila Claudia, Rima Dewi Febriana Febriana, and Elisa Imanuella Isworo Isworo. "Analisis Dampak Perkembangan E-Commerce Terhadap Prefensi Minat Konsumen Pada Kelangsungan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pedagang Pakaina Di Pasar Tradisional." *Jimbien: Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship 4*, no. 1 (2025): 1–10.
- Rahayu, Siti Kurnia. "Penegakan Hukum Perpajakan Yang Efektif Dalam Mendorong Realisasi Pencapaian Target Penerimaan Pajak Melalui Kepatuhan Perpajakan." *Jurnal Riset Akuntansi 12*, no. 1 (2020): 69–87.
- Sista, Ni Putu Ayu. "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, Kewajiban Moral, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Samsat Gianyar." *JSAM (Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen) 1*, no. 1 (2019): 142–79.