

Peran Reputasi Pajak dalam Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kepatuhan Pajak Pelaku UMKM di Yogyakarta

Informasi Naskah

Diterima: 23 Juni 2026

Revisi: 1 Juli 2026

Terbit: 16 Juli 2026

Reza Widhar Pahlevi

Universitas Amikom Yogyakarta

E-mail: rezawp@amikom.ac.id

Siti Resmi

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta

E-mail: sitiresmiamp@yahoo.com

Bintang Lazuardi Benteng Buana Muslim

Universitas Negeri Yogyakarta

E-mail: bintanglazuardi@uny.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of financial literacy and entrepreneurial orientation on MSME tax compliance, with tax reputation as a mediating variable. Tax compliance is a crucial factor in supporting MSMEs' contribution to state revenue, therefore, understanding the factors that influence it is essential. This study employed a quantitative approach with a non-probability sampling technique using a purposive sampling method. The sample consisted of 216 Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Special Region of Yogyakarta. Data were collected through questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The results showed that financial literacy had no significant effect on MSME tax compliance. Conversely, entrepreneurial orientation was shown to have a positive and significant effect on tax compliance. Furthermore, financial literacy had a positive and significant effect on tax reputation, indicating that good financial understanding can enhance taxpayer image and credibility. Entrepreneurial orientation also had a positive and significant effect on tax reputation. Furthermore, tax reputation was shown to have a positive and significant effect on tax compliance. These findings indicate that tax reputation plays a crucial role in encouraging MSME tax compliance. This research provides implications that efforts to increase tax compliance are not only through strengthening financial literacy, but also through developing entrepreneurial orientation and establishing a positive tax reputation among MSME actors.

Keywords: *Financial Literacy, Entrepreneurial Orientation, Tax Reputation, Tax Compliance, MSMEs*



Jurnal Perilaku Dan
Strategi Bisnis

Vol.14 No.1, 2026

Hal 22-40

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan terhadap kepatuhan pajak UMKM dengan reputasi pajak sebagai variabel mediasi. Kepatuhan pajak merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung kontribusi UMKM terhadap penerimaan negara, sehingga diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling* melalui metode *purposive sampling*. Sampel penelitian terdiri atas 216 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM. Sebaliknya, orientasi kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak. Selain itu, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi pajak, yang menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang baik mampu meningkatkan citra dan kredibilitas wajib pajak. Orientasi kewirausahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi pajak. Selanjutnya, reputasi pajak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak. Temuan ini mengindikasikan bahwa reputasi pajak memiliki peran penting dalam mendorong kepatuhan pajak UMKM. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa upaya peningkatan kepatuhan pajak tidak hanya melalui penguatan literasi keuangan, tetapi juga melalui pengembangan orientasi kewirausahaan dan pembentukan reputasi pajak yang positif di kalangan pelaku UMKM.

Kata Kunci: *Literasi Keuangan, Orientasi Kewirausahaan, Reputasi Pajak, Kepatuhan Pajak, UMKM*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, penciptaan lapangan kerja, serta pemerataan pendapatan masyarakat (Sayekti *et al.*, 2026). Di Indonesia, UMKM mendominasi struktur perekonomian dan menjadi tulang punggung aktivitas ekonomi daerah, termasuk di Yogyakarta. Namun, besarnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian belum sepenuhnya sejalan dengan kontribusi terhadap penerimaan pajak. Rendahnya tingkat kepatuhan pajak UMKM masih menjadi tantangan bagi pemerintah dalam mengoptimalkan penerimaan negara dan mewujudkan sistem perpajakan yang berkelanjutan (Resmi *et al.*, 2023).

Pemerintah telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kepatuhan pajak UMKM, seperti penyederhanaan administrasi perpajakan, digitalisasi layanan pajak, pemberian insentif perpajakan, serta penurunan tarif Pajak Penghasilan Final bagi UMKM (Resmi *et al.*, 2019). Meskipun demikian, tingkat kepatuhan pajak UMKM masih belum optimal. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami kewajiban perpajakan secara memadai, tidak melakukan pencatatan keuangan yang baik, serta menganggap pajak sebagai beban yang dapat mengurangi keuntungan usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa faktor perilaku dan karakteristik individu pelaku usaha memiliki peran penting dalam membentuk kepatuhan pajak (Resmi *et al.*, 2020).

Salah satu faktor yang diyakini memengaruhi kepatuhan pajak adalah literasi keuangan.

Literasi keuangan mencerminkan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan terkait keuangan secara efektif. Pelaku UMKM yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung mampu melakukan pencatatan keuangan yang lebih baik, memahami manfaat kepatuhan terhadap regulasi, serta menyadari konsekuensi dari ketidakpatuhan pajak. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan berpotensi mendorong perilaku kepatuhan pajak yang lebih baik (Resmi *et al.*, 2022).

Selain literasi keuangan, orientasi kewirausahaan juga menjadi faktor penting dalam menjelaskan perilaku kepatuhan pajak UMKM. Orientasi kewirausahaan menggambarkan kecenderungan pelaku usaha untuk bersikap inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dalam menjalankan bisnis (Yasid & Pahlevi, 2024). Wirausahawan yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi umumnya lebih berorientasi pada keberlanjutan usaha dan reputasi bisnis jangka panjang. Oleh karena itu, mereka cenderung memandang kepatuhan pajak sebagai bagian dari tata kelola usaha yang profesional dan sebagai sarana membangun legitimasi usaha di mata pemangku kepentingan.

Fenomena yang berkembang saat ini menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kesulitan dalam memahami regulasi perpajakan yang terus berkembang. Di sisi lain, digitalisasi sistem perpajakan menuntut kemampuan administrasi dan pengelolaan keuangan yang lebih baik (Ningrum & Pahlevi, 2024). Banyak UMKM telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), namun tidak seluruhnya secara rutin melaporkan dan memenuhi kewajiban perpajakan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran formal dan perilaku kepatuhan aktual.

Selain itu, meningkatnya tuntutan transparansi dan akuntabilitas bisnis membuat reputasi perusahaan menjadi aset yang semakin penting. Dalam konteks perpajakan, reputasi pajak perusahaan mencerminkan persepsi para pemangku kepentingan terhadap komitmen perusahaan dalam memenuhi kewajiban perpajakannya secara etis dan bertanggung jawab. UMKM yang memiliki reputasi pajak positif akan lebih mudah memperoleh kepercayaan dari pelanggan, investor, lembaga keuangan, maupun pemerintah. Oleh karena itu, reputasi pajak dapat menjadi faktor strategis yang mendorong pelaku UMKM untuk meningkatkan kepatuhan pajaknya (Kusumahati & Pahlevi, 2024).

Meskipun berbagai penelitian telah mengidentifikasi pentingnya literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan terhadap kepatuhan pajak, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan temuan yang beragam. Sebagian penelitian menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak, sementara penelitian lainnya menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Demikian pula, orientasi kewirausahaan dalam beberapa studi terbukti meningkatkan kepatuhan pajak, tetapi pada penelitian lain pengaruh tersebut belum konsisten (Musah *et al.*, 2026b); (Khawar *et al.*, 2026). Ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut mengindikasikan adanya variabel lain yang dapat menjelaskan mekanisme hubungan antara literasi keuangan, orientasi kewirausahaan, dan kepatuhan pajak. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi perilaku kepatuhan pajak pelaku UMKM (Teye *et al.*, 2019); (Nartey, 2023); (Kalembe *et al.*, 2025). Mayoritas penelitian terdahulu berfokus pada pengaruh langsung literasi keuangan terhadap kepatuhan pajak atau pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Penelitian yang mengintegrasikan kedua variabel tersebut dalam satu model untuk menjelaskan kepatuhan pajak masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian besar studi terdahulu menggunakan perspektif ekonomi dan kepatuhan regulatif, sehingga belum banyak mengeksplorasi aspek reputasi sebagai mekanisme psikologis dan sosial yang memengaruhi perilaku perpajakan (Musah *et al.*, 2026b); (Cai *et al.*, 2025).

Di sisi lain, konsep reputasi pajak lebih banyak diteliti pada perusahaan besar dan korporasi publik, sedangkan kajian mengenai peran reputasi pajak pada UMKM masih sangat terbatas (Saad, 2014), khususnya dalam konteks negara berkembang. Belum

banyak penelitian yang menguji apakah reputasi pajak dapat berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan terhadap kepatuhan pajak UMKM (Sun *et al.*, 2025). Kesenjangan inilah yang menjadi dasar penting bagi pengembangan penelitian ini. Secara teoritis, literasi keuangan yang tinggi memungkinkan pelaku UMKM memahami pentingnya kepatuhan perpajakan sebagai bagian dari pengelolaan keuangan yang sehat. Pemahaman tersebut dapat meningkatkan kesadaran untuk membangun reputasi pajak yang baik, yang pada akhirnya mendorong kepatuhan pajak (S. Chen *et al.*, 2025); (Li *et al.*, 2026).

Selanjutnya, orientasi kewirausahaan mendorong pelaku usaha untuk berpikir jangka panjang dan menjaga kredibilitas usaha. Pelaku UMKM yang inovatif dan proaktif cenderung menyadari bahwa reputasi pajak yang positif dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif (S. Chen *et al.*, 2025); (Fan *et al.*, 2026); (Liao & Ding, 2026). Oleh karena itu, orientasi kewirausahaan diperkirakan berpengaruh positif terhadap reputasi pajak. Reputasi pajak diprediksi memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan pajak karena pelaku usaha yang ingin mempertahankan citra dan kredibilitas bisnisnya akan berupaya memenuhi kewajiban perpajakan secara konsisten. Dengan demikian, reputasi pajak berpotensi menjadi mekanisme mediasi yang menjelaskan bagaimana literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan dapat meningkatkan kepatuhan pajak UMKM (Liu & Chen, 2026); (Bi *et al.*, 2026).

Kebaharuan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengembangan model konseptual yang mengintegrasikan literasi keuangan, orientasi kewirausahaan, reputasi pajak, dan kepatuhan pajak dalam satu kerangka penelitian yang komprehensif. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak menguji pengaruh langsung antarvariabel, penelitian ini menempatkan reputasi pajak sebagai variabel mediasi yang menjelaskan proses terbentuknya kepatuhan pajak pada pelaku UMKM.

Selain itu, penelitian ini memperluas penerapan konsep reputasi pajak yang selama ini banyak digunakan pada perusahaan besar ke dalam konteks UMKM di Yogyakarta. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur perpajakan dan kewirausahaan, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi pemerintah dan otoritas pajak dalam merancang strategi peningkatan kepatuhan pajak UMKM melalui penguatan literasi keuangan, orientasi kewirausahaan, dan pembangunan reputasi pajak yang positif.

TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Dasar Penelitian

Penelitian mengenai kepatuhan pajak UMKM dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Rodríguez *et al.*, 2026). Dalam konteks perpajakan, pelaku UMKM yang memiliki pemahaman keuangan yang baik dan orientasi kewirausahaan yang kuat akan lebih mampu memahami pentingnya kewajiban perpajakan sehingga mendorong terbentuknya perilaku patuh pajak (Xu *et al.*, 2026).

Selain TPB, penelitian ini juga menggunakan Teori Reputasi (*Reputation Theory*) yang menjelaskan bahwa reputasi merupakan aset tidak berwujud yang mencerminkan persepsi para pemangku kepentingan terhadap kredibilitas, integritas, dan tanggung jawab suatu organisasi. Dalam konteks UMKM, reputasi pajak perusahaan (reputasi pajak) menunjukkan bagaimana masyarakat, pemerintah, pelanggan, maupun mitra usaha memandang komitmen perusahaan dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Reputasi pajak yang baik dapat meningkatkan kepercayaan publik sekaligus memperkuat keberlanjutan usaha (Musah *et al.*, 2025).

Literasi Keuangan dan Kepatuhan Pajak

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, menganalisis, dan menggunakan informasi keuangan untuk mengambil keputusan ekonomi yang tepat. Bagi pelaku UMKM, literasi keuangan mencakup kemampuan mengelola arus kas, menyusun laporan keuangan, memahami kewajiban perpajakan, serta melakukan perencanaan keuangan usaha (Musah *et al.*, 2026a); (Qian *et al.*, 2024). Tingkat literasi keuangan yang tinggi memungkinkan pelaku UMKM memahami mekanisme perpajakan, menghitung besaran pajak yang harus dibayar, serta menyadari manfaat pajak bagi pembangunan ekonomi. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan sering kali menjadi penyebab kesalahan pelaporan, keterlambatan pembayaran, bahkan penghindaran pajak yang tidak disengaja (Zhang, 2026). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Semakin baik pemahaman keuangan yang dimiliki pelaku usaha, semakin tinggi kesadaran mereka untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara benar dan tepat waktu (Y. Chen, 2024); (Sayekti *et al.*, 2026).

H1: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak pelaku UMKM

Orientasi Kewirausahaan dan Kepatuhan Pajak

Orientasi kewirausahaan menggambarkan kecenderungan pelaku usaha untuk bersikap inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dalam menjalankan bisnis. Konsep ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Resmi *et al.*, 2023); (Yusuf, 2026). Pelaku UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi umumnya lebih berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang dibandingkan keuntungan sesaat. Mereka menyadari bahwa kepatuhan terhadap regulasi, termasuk kewajiban perpajakan, merupakan bagian penting dalam menjaga legitimasi usaha dan memperluas akses terhadap sumber pendanaan, kemitraan, maupun pasar yang lebih luas (Musah, 2024). Dalam perspektif kewirausahaan modern, kepatuhan pajak tidak hanya dipandang sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai investasi reputasi yang dapat meningkatkan kredibilitas usaha (Alexander & Menicacci, 2026). Oleh karena itu, orientasi kewirausahaan yang tinggi diperkirakan akan mendorong perilaku kepatuhan pajak yang lebih baik (Adem & Jerene, 2026).

H2: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak pelaku UMKM

Literasi Keuangan dan Reputasi Pajak

Reputasi pajak merupakan persepsi para pemangku kepentingan mengenai komitmen perusahaan dalam memenuhi kewajiban perpajakan secara transparan, jujur, dan bertanggung jawab. Reputasi pajak yang baik menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga menjalankan tanggung jawab sosial dan hukum secara konsisten (Y. Chen, 2024). Literasi keuangan yang baik memungkinkan pelaku UMKM memahami pentingnya administrasi keuangan yang tertib dan pelaporan pajak yang akurat. Kemampuan tersebut membantu perusahaan menghindari kesalahan perpajakan yang dapat merusak citra usaha di mata pelanggan, pemerintah, maupun investor (Zhang, 2026). Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin besar kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola kewajiban perpajakan secara profesional sehingga reputasi pajak perusahaan akan semakin baik (Qian *et al.*, 2024).

H3: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap reputasi pajak pelaku UMKM

Orientasi Kewirausahaan dan Reputasi Pajak

Orientasi kewirausahaan mendorong pelaku usaha untuk membangun keberlanjutan bisnis melalui penciptaan nilai dan kepercayaan pemangku kepentingan. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, reputasi menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan (Zhang, 2026); (Qian *et al.*, 2024); (Musah *et al.*, 2026a).

Pelaku UMKM yang inovatif dan proaktif cenderung lebih memperhatikan aspek tata kelola

usaha, termasuk kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan. Mereka memahami bahwa reputasi pajak yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, mempermudah akses pembiayaan, dan memperkuat hubungan dengan pemerintah maupun mitra bisnis (Xu *et al.*, 2026). Dengan demikian, orientasi kewirausahaan yang tinggi akan mendorong perusahaan membangun reputasi pajak yang positif sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha jangka Panjang (Rodríguez *et al.*, 2026).

H4: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap reputasi pajak pelaku UMKM

Reputasi Pajak dan Kepatuhan Pajak

Reputasi pajak merupakan aset strategis yang mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kepatuhan regulasi dan etika bisnis. Reputasi pajak yang baik akan menciptakan tekanan moral sekaligus insentif bagi perusahaan untuk mempertahankan citra positif yang telah dibangun (Bi *et al.*, 2026); (Liu & Chen, 2026). Perusahaan yang telah memiliki reputasi pajak yang baik cenderung menghindari tindakan yang dapat merusak kredibilitasnya, seperti keterlambatan pembayaran pajak, pelaporan yang tidak akurat, atau pelanggaran perpajakan lainnya. Dengan demikian, reputasi pajak menjadi faktor yang dapat mendorong konsistensi perilaku kepatuhan pajak (Liao & Ding, 2026). Dalam konteks UMKM di Yogyakarta, reputasi pajak yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan mitra usaha sehingga mendorong perusahaan untuk tetap patuh terhadap kewajiban perpajakan (Sayekti *et al.*, 2026).

H5: Reputasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak pelaku UMKM

Peran Mediasi Reputasi Pajak

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara efektif. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih memahami pentingnya pencatatan keuangan, perencanaan pajak, serta konsekuensi yang timbul akibat ketidakpatuhan terhadap kewajiban perpajakan (Khawar *et al.*, 2026). Pemahaman tersebut tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dalam memenuhi kewajiban pajak, tetapi juga membentuk kesadaran akan pentingnya menjaga citra dan kredibilitas usaha di mata pemangku kepentingan (Teye *et al.*, 2019). Salah satu aspek yang dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan adalah reputasi pajak. Reputasi pajak menggambarkan persepsi positif yang dimiliki pemangku kepentingan terhadap kepatuhan dan integritas wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Pelaku UMKM yang memiliki pemahaman keuangan yang memadai akan lebih terdorong untuk melaksanakan kewajiban perpajakan secara tepat waktu dan sesuai ketentuan sehingga membangun reputasi pajak yang baik (Nartey, 2023). Selanjutnya, reputasi pajak yang positif dapat meningkatkan kepatuhan pajak karena pelaku UMKM berupaya mempertahankan kepercayaan dari pemerintah, mitra bisnis, lembaga keuangan, dan masyarakat (Musah *et al.*, 2026b). Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya berpengaruh langsung terhadap kepatuhan pajak, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan reputasi pajak. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki pelaku UMKM, semakin baik reputasi pajaknya, yang pada akhirnya mendorong peningkatan kepatuhan pajak (Kalembe *et al.*, 2025).

Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan pelaku UMKM untuk bersikap inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha. Pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi cenderung lebih memperhatikan keberlanjutan bisnis dan hubungan jangka panjang dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah. Dalam konteks perpajakan, orientasi kewirausahaan mendorong pelaku UMKM untuk membangun citra usaha yang baik melalui pemenuhan kewajiban perpajakan secara konsisten (Cai *et al.*, 2025).

Reputasi pajak mengacu pada persepsi positif yang dimiliki pemangku kepentingan terhadap kepatuhan dan integritas wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Pelaku UMKM yang memiliki reputasi pajak yang baik akan memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari pelanggan, mitra bisnis, lembaga keuangan, maupun pemerintah. Oleh karena itu, pelaku usaha dengan orientasi kewirausahaan tinggi cenderung berupaya menjaga reputasi pajaknya sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha (S. Chen *et al.*, 2025).

Selanjutnya, reputasi pajak yang baik dapat meningkatkan kepatuhan pajak karena pelaku UMKM berusaha mempertahankan citra positif yang telah dibangun. Ketidakpatuhan pajak berpotensi merusak reputasi usaha dan mengurangi kepercayaan para pemangku kepentingan. Dengan demikian, orientasi kewirausahaan tidak hanya berpengaruh langsung terhadap kepatuhan pajak, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan reputasi pajak (Teye *et al.*, 2019).

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji hubungan kausal antara literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan terhadap kepatuhan pajak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dengan reputasi pajak sebagai variabel mediasi. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran objektif terhadap variabel penelitian serta pengujian hipotesis secara empiris menggunakan analisis statistik. Penelitian ini bersifat *explanatory research* yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel berdasarkan teori dan temuan empiris sebelumnya (Bougie, 2016).

Objek penelitian adalah pelaku UMKM yang beroperasi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada tingginya kontribusi sektor UMKM terhadap perekonomian daerah serta pentingnya peningkatan kepatuhan pajak sebagai salah satu sumber penerimaan negara. Selain itu, Yogyakarta memiliki karakteristik UMKM yang beragam, baik dari sisi sektor usaha, skala usaha, maupun tingkat pendidikan pelaku usaha, sehingga relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang terdaftar dan aktif menjalankan usaha di Daerah Istimewa Yogyakarta. Mengingat jumlah populasi yang besar dan tersebar di berbagai kabupaten/kota, penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena peneliti menetapkan kriteria tertentu agar responden yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian (Sekaran, 2018).

Adapun kriteria responden meliputi:

1. Pemilik atau pengelola UMKM yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Usaha telah beroperasi minimal satu tahun.
3. Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atau pernah melakukan kewajiban perpajakan.

Penentuan jumlah sampel mengacu pada rekomendasi analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS), yaitu minimal 10 kali jumlah indikator terbesar yang mengarah pada suatu konstruk. Dengan jumlah indikator sebanyak 28 item, jumlah sampel minimum yang diperlukan berkisar antara 200–250 responden (Tjahjono, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini menargetkan sedikitnya 200 pelaku UMKM sebagai responden untuk meningkatkan akurasi dan reliabilitas hasil penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner (Qadri, 2016). Kuesioner disusun berdasarkan indikator yang telah digunakan dan dikembangkan dalam penelitian terdahulu yang relevan dengan literasi keuangan, orientasi kewirausahaan, reputasi pajak, dan kepatuhan pajak.

Selain data primer, penelitian juga memanfaatkan data sekunder yang berasal dari publikasi pemerintah, laporan Direktorat Jenderal Pajak, Laporan Kementerian Koperasi dan UKM, jurnal ilmiah, buku referensi, serta sumber akademik lainnya yang mendukung pengembangan kerangka teoritis penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarakan secara langsung maupun melalui *platform* daring seperti *Google Forms*. Kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, dengan rentang nilai 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Skala ini dipilih karena mampu mengukur persepsi, sikap, dan tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diberikan (Qadri, 2016). Sebelum penyebaran kuesioner secara luas, dilakukan uji coba (*pilot test*) kepada sejumlah responden untuk memastikan kejelasan bahasa, validitas isi, dan reliabilitas instrumen. Hasil *pilot test* digunakan sebagai dasar perbaikan instrumen penelitian sehingga dapat meminimalkan kesalahan pengukuran (Ghozali, 2023).

Definisi Operasional Variabel

1. Literasi Keuangan (X1)

Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan pelaku UMKM dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan yang tepat untuk mendukung keberlangsungan usaha (Resmi *et al.*, 2019). Indikator yang digunakan meliputi:

- a) Pengetahuan tentang pengelolaan keuangan usaha.
- b) Pemahaman mengenai pencatatan dan pelaporan keuangan.
- c) Kemampuan menyusun anggaran usaha.
- d) Pemahaman mengenai kewajiban perpajakan.
- e) Kemampuan mengambil keputusan keuangan.

2. Orientasi Kewirausahaan (X2)

Orientasi kewirausahaan merupakan kecenderungan pelaku usaha untuk bersikap inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dalam menjalankan bisnis (Ferraro *et al.*, 2026). Indikator yang digunakan mencakup:

- a) Inovasi dalam pengembangan produk atau layanan.
- b) Proaktivitas dalam menangkap peluang pasar.
- c) Keberanian mengambil risiko usaha.
- d) Kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.
- e) Komitmen terhadap pertumbuhan usaha.

3. Reputasi Pajak (Y1)

Corporate tax reputation didefinisikan sebagai persepsi mengenai reputasi usaha dalam memenuhi kewajiban perpajakan secara jujur, transparan, dan sesuai peraturan yang berlaku (Resmi *et al.*, 2020). Variabel ini diukur melalui indikator:

- a) Kepatuhan terhadap peraturan perpajakan.
- b) Transparansi dalam pelaporan pajak.
- c) Kejujuran dalam pembayaran pajak.
- d) Citra positif usaha terkait kepatuhan pajak.
- e) Kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perilaku perpajakan usaha.

4. Kepatuhan Pajak (Y2)

Kepatuhan pajak adalah tingkat kesediaan wajib pajak untuk memenuhi seluruh kewajiban perpajakan sesuai ketentuan yang berlaku (Resmi *et al.*, 2022). Indikator yang digunakan meliputi:

- a) Ketepatan waktu pelaporan pajak.
- b) Ketepatan waktu pembayaran pajak.
- c) Kelengkapan dokumen perpajakan.
- d) Kepatuhan terhadap peraturan perpajakan.
- e) Kesediaan memenuhi kewajiban pajak secara sukarela.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data menggunakan *Structural Equation Model (SEM)*, dengan menggunakan bantuan software PLS (*Partial Least Square*). PLS adalah salah satu teknik SEM yang mampu menganalisis variabel laten, variabel indikator dan kesalahan pengukuran secara langsung (Ghozali, 2023). PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak banyak membutuhkan asumsi, dan ukuran sampel tidak harus besar (Ferdinand, 2002).

PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. Menurut Ghozali (2023) tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk mendapatkan nilai variabel laten untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten secara *linear aggregates* dari indikator-indikatornya. Estimasi parameter yang didapat melalui PLS dapat dikelompokkan kedalam tiga kategori (Ghozali, 2018). Kategori pertama adalah *weight estimate*, digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kategori kedua adalah merefleksikan *path estimate* yang menghubungkan variabel laten dan antara variabel dengan blok indikatornya. Kategori ketiga adalah berkaitan dengan rata-rata (*means*) dan *location parameters* untuk indikator dan variabel laten. Model evaluasi PLS dilakukan dengan menilai *outer model* dan *inner model* (Santoso, 2018).

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan, rumusan masalah, serta tujuan pengujian hipotesis yang telah ditetapkan, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dipilih karena mampu mengolah data secara objektif melalui berbagai metode statistik dan perhitungan matematis untuk menjawab permasalahan penelitian. Teknik analisis yang diterapkan adalah *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)*, yang digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel serta menguji model penelitian secara simultan. Sebelum dilakukan analisis SEM-PLS, terlebih dahulu dilakukan pengujian kualitas data melalui uji validitas dan uji reliabilitas guna memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur konstruk yang diteliti secara tepat dan konsisten.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan analisis item dengan cara mengorelasikan skor masing-masing butir pertanyaan terhadap skor total variabel yang diperoleh dari penjumlahan seluruh item dalam variabel tersebut. Pengujian ini menggunakan teknik *Pearson Product Moment Correlation* pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Suatu item dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi yang diperoleh (r_{hitung}) lebih besar daripada nilai r_{tabel} atau memiliki nilai signifikansi ($Sig.$) $\leq 0,05$. Hasil pengujian validitas untuk setiap item penelitian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Koefisien <i>Pearson Correlation</i>	Signifikansi	r_{tabel}	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X _{1.1}	0.808	0.000	0,1353	Valid
	X _{1.2}	0.844	0.000	0,1353	Valid
	X _{1.3}	0.827	0.000	0,1353	Valid
	X _{1.4}	0.767	0.000	0,1353	Valid
	X _{1.5}	0.848	0.000	0,1353	Valid
	X _{1.6}	0.827	0.000	0,1353	Valid
	X _{1.7}	0.600	0.000	0,1353	Valid
Orientasi Kewirausahaan (X2)	X _{2.1}	0.820	0.000	0,1353	Valid
	X _{2.2}	0.830	0.000	0,1353	Valid
	X _{2.3}	0.824	0.000	0,1353	Valid

	X _{2.4}	0.724	0.000	0,1353	Valid
	X _{2.5}	0.730	0.000	0,1353	Valid
	X _{2.6}	0.742	0.000	0,1353	Valid
Reputasi Pajak (Y1)	Y _{1.1}	0.836	0.000	0,1353	Valid
	Y _{1.2}	0.844	0.000	0,1353	Valid
	Y _{1.3}	0.884	0.000	0,1353	Valid
	Y _{1.4}	0.872	0.000	0,1353	Valid
	Y _{1.5}	0.859	0.000	0,1353	Valid
	Y _{1.6}	0.864	0.000	0,1353	Valid
	Y _{1.7}	0.830	0.000	0,1353	Valid
Kepatuhan Pajak (Y2)	Y _{2.1}	0.780	0.000	0,1353	Valid
	Y _{2.2}	0.853	0.000	0,1353	Valid
	Y _{2.3}	0.860	0.000	0,1353	Valid
	Y _{2.4}	0.871	0.000	0,1353	Valid
	Y _{2.5}	0.859	0.000	0,1353	Valid
	Y _{2.6}	0.718	0.000	0,1353	Valid
	Y _{2.7}	0.653	0.000	0,1353	Valid
	Y _{2.8}	0.718	0.000	0,1353	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi atau kestabilan jawaban responden terhadap suatu instrumen penelitian dari waktu ke waktu. Semakin tinggi nilai koefisien reliabilitas, semakin tinggi pula tingkat keandalan instrumen dalam menghasilkan data yang konsisten. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60, yang menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel secara konsisten. Adapun hasil pengujian reliabilitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

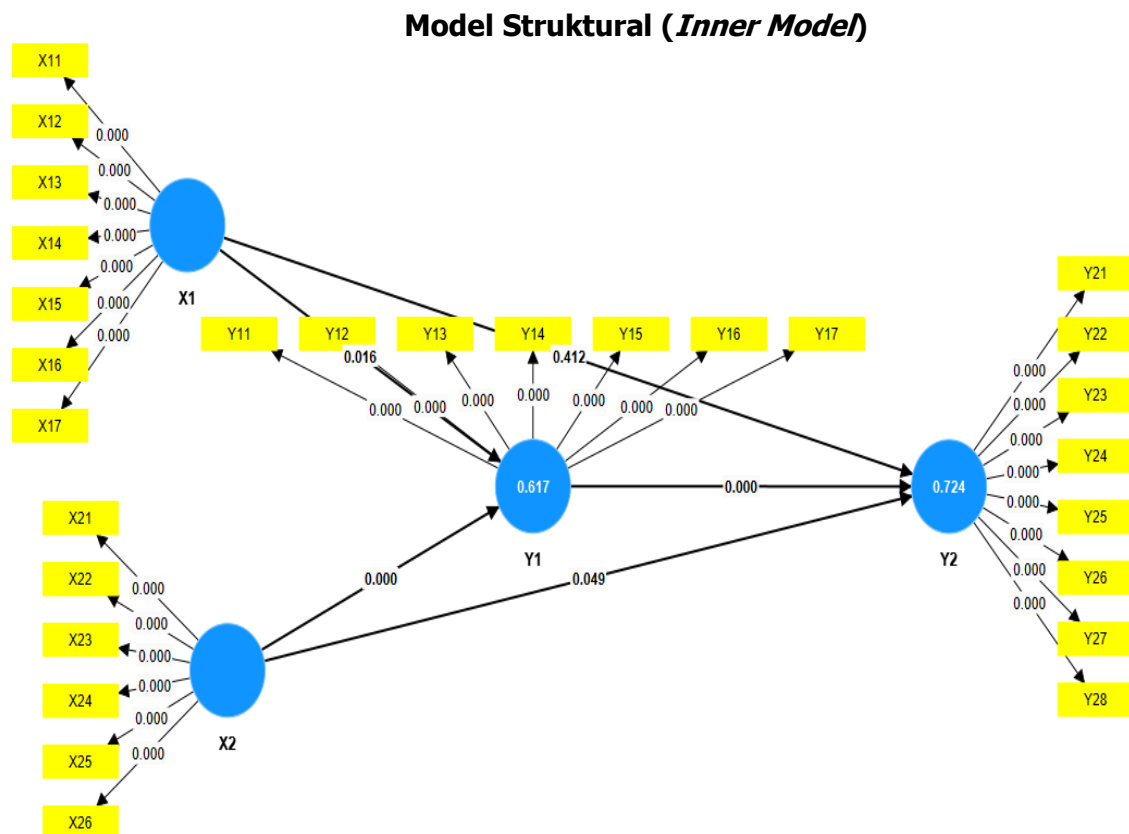
Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.891	Reliabel
Orientasi Kewirausahaan (X2)	0.867	Reliabel
Reputasi Pajak (Y1)	0.929	Reliabel
Kepatuhan Pajak (Y2)	0.914	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2026

Validitas Model

Pengujian validitas pada indikator reflektif dilakukan dengan menganalisis hubungan atau korelasi antara skor masing-masing indikator dengan skor konstruk yang diwakilinya. Pada model reflektif, setiap indikator dianggap sebagai manifestasi dari konstruk laten, sehingga perubahan yang terjadi pada satu indikator akan diikuti oleh perubahan pada indikator lainnya dalam konstruk yang sama. Oleh karena itu, penghapusan atau perubahan suatu indikator dapat memengaruhi indikator-indikator lain yang merepresentasikan konstruk

tersebut. Dalam analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS), evaluasi kesesuaian model (*model fit*) dilakukan melalui dua tahapan utama. Kedua tahapan tersebut meliputi penilaian terhadap model pengukuran (*outer model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk, serta penilaian terhadap model struktural (*inner model*) untuk menguji hubungan antar konstruk dan kemampuan model dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.



Gambar 1. Model Struktural

Sumber: Data primer diolah, 2026

Convergent validity dan Discriminant Validity

Convergent validity pada model pengukuran dengan indikator reflektif dievaluasi melalui besarnya korelasi antara skor indikator (*item score*) atau skor komponen (*component score*) dengan konstruk yang diukur menggunakan perangkat lunak PLS. Suatu indikator reflektif dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila nilai *outer loading* melebihi 0,70. Meskipun demikian, penelitian yang masih berada pada tahap awal pengembangan instrumen, nilai *loading factor* dalam rentang 0,50–0,60 masih dapat diterima. Sementara itu, *discriminant validity* digunakan untuk menguji sejauh mana suatu konstruk laten memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk laten lainnya. Model dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diwakilinya dibandingkan dengan nilai loading pada konstruk lainnya. Hasil analisis outer model yang mencakup pengujian *convergent validity* dan *discriminant validity* disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. *Convergent validity* dan *Discriminant Validity*

	x1	x2	y1	y2
X11	0.813	0.195	0.167	0.129
X12	0.860	0.227	0.253	0.163
X13	0.879	0.242	0.208	0.164
X14	0.905	0.294	0.253	0.255
X15	0.876	0.223	0.138	0.215
X16	0.879	0.242	0.208	0.164
X17	0.905	0.294	0.253	0.255
X21	0.088	0.789	0.369	0.200
X22	0.271	0.848	0.156	0.369
X23	0.275	0.883	0.185	0.367
X24	0.298	0.823	0.173	0.344
X25	0.240	0.721	0.063	0.264
X26	0.275	0.883	0.185	0.367
y1.1	0.223	0.171	0.886	0.159
y1.2	0.181	0.165	0.891	0.166
y1.3	0.262	0.207	0.932	0.171
y1.4	0.278	0.290	0.820	0.222
y1.5	0.017	0.170	0.749	0.102
y1.6	0.065	-0.035	0.731	0.065
y1.7	0.262	0.207	0.932	0.171
y2.1	0.119	0.235	0.259	0.786
y2.2	0.234	0.353	0.154	0.877
y2.3	0.151	0.380	0.126	0.938
y2.4	0.180	0.314	0.144	0.827
y2.5	0.168	0.246	0.111	0.849
y2.6	0.151	0.380	0.126	0.938
y2.7	0.151	0.380	0.126	0.938
y2.8	0.205	0.181	0.150	0.701

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil analisis data pada pengujian *outer model*, aspek *convergent validity* telah terpenuhi karena seluruh indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,60. Selain itu, setiap indikator menunjukkan nilai *loading factor* tertinggi pada variabel laten yang diukurnya dibandingkan dengan nilai loading factor pada variabel laten lainnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa masing-masing indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara baik serta menunjukkan bahwa setiap variabel laten memiliki tingkat *discriminant validity* yang memadai.

Composite Reliability* dan *Average Variance Extracted (AVE)

Evaluasi kualitas model pengukuran dilakukan dengan menganalisis nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Average Variance Extracted* (AVE) dari masing-masing konstruk. Konstruk dianggap reliabel apabila memiliki nilai CR > 0,70, sementara validitas konvergen tercapai ketika nilai AVE > 0,50. Hasil perhitungan nilai CR dan AVE pada seluruh konstruk penelitian ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4. *Composite Reliability* dan *Average Variance Extracted*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (rho_a)</i>	<i>Composite Reliability (rho_c)</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
X1	0.732	0.829	0.798	0.708
X2	0.765	0.835	0.766	0.734
y1.	0.744	0.824	0.750	0.722
y2.	0.780	0.811	0.733	0.745

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil pada Tabel 4, seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan reliabilitas yang ditetapkan. Hal tersebut tercermin dari nilai *Composite Reliability* yang melebihi batas minimum 0,70 serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang berada di atas 0,50, sesuai dengan kriteria yang direkomendasikan dalam analisis SEM-PLS. Selanjutnya, pengujian signifikansi parameter estimasi memberikan gambaran mengenai kekuatan dan arah hubungan antarvariabel yang diteliti. Evaluasi hipotesis dilakukan dengan mengacu pada nilai yang dihasilkan dari *output results for inner weights*. Adapun hasil estimasi model struktural yang digunakan untuk menguji hubungan antar konstruk disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Pengujian Hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>	<i>Hasil</i>
X1 -> Y1	0.204	0.196	0.085	2.407	0.016	Signifikan
X1 -> Y2	0.069	0.064	0.084	0.821	0.412	Tidak Signifikan
X2 -> Y1	0.609	0.616	0.089	6.873	0	Signifikan
X2 -> Y2	0.183	0.176	0.093	1.967	0.049	Signifikan
Y1 -> Y2	0.647	0.656	0.074	8.789	0	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2026

PEMBAHASAN

Literasi Keuangan dan Kepatuhan Pajak

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel, pengaruh literasi keuangan terhadap kepatuhan pajak menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.069 dengan nilai t sebesar 0.821 dan *p-value* 0.412. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel (1,6612). Hasil ini berarti bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis pertama. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak dapat dijelaskan karena pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan tidak selalu diikuti oleh pemahaman dan kesadaran perpajakan (S. Chen *et al.*, 2025); (Fan *et al.*, 2026). Literasi keuangan pada dasarnya berfokus pada kemampuan individu dalam mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, dan pengambilan keputusan keuangan. Sementara itu, kepatuhan pajak lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor spesifik yang berkaitan dengan perpajakan, seperti pemahaman peraturan pajak, persepsi terhadap keadilan sistem pajak, kualitas pelayanan fiskus, serta tingkat pengawasan dan sanksi yang diterapkan oleh pemerintah (Liao & Ding, 2026).

Selain itu, pelaku usaha yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik belum tentu memiliki motivasi untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Dalam praktiknya, keputusan

untuk patuh membayar pajak sering kali dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, seperti kondisi keuangan usaha, besarnya beban pajak, dan manfaat yang dirasakan dari pembayaran pajak tersebut. Apabila wajib pajak merasa bahwa pajak yang dibayarkan tidak memberikan manfaat yang sebanding atau prosedurnya dianggap rumit, maka tingkat literasi keuangan yang tinggi tidak serta-merta meningkatkan kepatuhan pajak (Liu & Chen, 2026).

Di sisi lain, perkembangan teknologi perpajakan seperti *e-filing* dan *e-billing* juga memungkinkan wajib pajak memenuhi kewajibannya tanpa harus memiliki kemampuan literasi keuangan yang tinggi. Dengan demikian, kepatuhan pajak lebih banyak ditentukan oleh faktor psikologis, institusional, dan regulatif dibandingkan kemampuan pengelolaan keuangan yang dimiliki wajib pajak (Sayekti *et al.*, 2026).

Orientasi Kewirausahaan dan Kepatuhan Pajak

Bedasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kepatuhan pajak, menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.183 dengan nilai *t* sebesar 1.967 dan *p-value* 0.409. Nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,6612). Hasil ini berarti bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak yang berarti sesuai dengan hipotesis kedua. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak karena pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi umumnya lebih proaktif, inovatif, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha. Karakteristik tersebut mendorong pelaku usaha untuk menjalankan bisnis secara profesional, termasuk dalam memenuhi kewajiban perpajakan (Yusuf, 2026). Kepatuhan pajak dipandang bukan sekadar kewajiban administratif, tetapi juga sebagai bagian dari strategi bisnis untuk menjaga legalitas, reputasi, dan keberlangsungan usaha di masa depan (Musah, 2024).

Selain itu, wirausahawan yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi cenderung memiliki kemampuan perencanaan yang lebih baik dalam mengelola sumber daya perusahaan, termasuk pengelolaan keuangan dan kewajiban pajak. Mereka menyadari bahwa ketidakpatuhan pajak dapat menimbulkan risiko berupa sanksi administratif, denda, maupun hambatan dalam mengakses pembiayaan dan peluang bisnis. Oleh karena itu, mereka lebih terdorong untuk melaksanakan kewajiban perpajakan secara tepat waktu dan sesuai dengan peraturan yang berlaku (Xu *et al.*, 2026).

Dari perspektif teori perilaku, orientasi kewirausahaan juga mencerminkan sikap positif terhadap pengambilan keputusan yang rasional dan bertanggung jawab. Pelaku usaha yang berorientasi kewirausahaan memiliki kesadaran yang lebih tinggi mengenai pentingnya kontribusi pajak terhadap pembangunan ekonomi dan penciptaan lingkungan bisnis yang kondusif. Dengan demikian, semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan pajaknya, sehingga hubungan keduanya menjadi positif dan signifikan (Rodríguez *et al.*, 2026).

Literasi Keuangan dan Reputasi Pajak

Bedasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel, pengaruh literasi keuangan terhadap reputasi pajak menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.204 dengan nilai *t* sebesar 2.407 dan *p-value* 0.016. Nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,6612). Hasil ini berarti bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi pajak yang berarti sesuai dengan hipotesis ketiga. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi pajak karena semakin tinggi tingkat pemahaman pelaku usaha atau wajib pajak terhadap konsep keuangan, semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengelola kewajiban perpajakan secara tepat dan sesuai peraturan (Teye *et al.*, 2019). Literasi keuangan membantu wajib pajak memahami pentingnya pencatatan keuangan yang akurat, penyusunan laporan keuangan yang transparan, serta perhitungan dan pelaporan pajak yang benar. Pemahaman tersebut mengurangi risiko kesalahan administrasi, keterlambatan pembayaran, maupun pelanggaran pajak yang dapat menurunkan reputasi wajib pajak (Nartey, 2023).

Selain itu, individu atau pelaku usaha yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih menyadari manfaat kepatuhan pajak bagi keberlangsungan usaha dan hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan. Kepatuhan pajak yang konsisten mencerminkan integritas, transparansi, dan tanggung jawab dalam menjalankan aktivitas bisnis. Kondisi ini dapat meningkatkan kepercayaan pemerintah, lembaga keuangan, investor, maupun mitra usaha terhadap perusahaan atau pelaku usaha tersebut (Kalembe *et al.*, 2025).

Dari perspektif teori perilaku, literasi keuangan meningkatkan kemampuan individu dalam mengambil keputusan ekonomi yang rasional, termasuk keputusan terkait pemenuhan kewajiban perpajakan (Resmi *et al.*, 2023). Dengan demikian, semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki wajib pajak, semakin baik perilaku kepatuhan pajaknya. Perilaku tersebut pada akhirnya membentuk citra positif dan meningkatkan reputasi pajak, sehingga hubungan positif dan signifikan antara literasi keuangan dan reputasi pajak menjadi logis serta dapat diterima secara teoritis maupun empiris (Cai *et al.*, 2025).

Orientasi Kewirausahaan dan Reputasi Pajak

Bedasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap reputasi pajak menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.609 dengan nilai t sebesar 6.873 dan p -value 0.000. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,6612). Hasil ini berarti bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi pajak yang berarti sesuai dengan hipotesis keempat. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi pajak karena pelaku usaha atau wajib pajak yang memiliki tingkat pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola administrasi, pencatatan, dan pelaporan keuangan secara akurat (Resmi *et al.*, 2022). Pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan memungkinkan wajib pajak mengetahui hak dan kewajiban perpajakannya, termasuk perhitungan, pembayaran, serta pelaporan pajak yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kondisi ini mendorong terciptanya kepatuhan pajak yang lebih tinggi dan mengurangi risiko terjadinya kesalahan maupun pelanggaran perpajakan (Resmi *et al.*, 2020).

Selain itu, literasi keuangan membantu wajib pajak memahami pentingnya pajak sebagai bagian dari tata kelola usaha yang baik. Pelaku usaha yang memiliki kemampuan dalam menganalisis kondisi keuangan akan lebih mampu merencanakan kewajiban pajak secara efektif sehingga terhindar dari tunggakan, sanksi, maupun sengketa perpajakan (Saad, 2014). Kepatuhan yang konsisten tersebut akan membentuk citra positif di mata otoritas pajak, mitra bisnis, investor, dan masyarakat luas (Resmi *et al.*, 2019).

Reputasi pajak yang baik juga mencerminkan integritas dan transparansi suatu usaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi, pelaku usaha lebih sadar akan pentingnya menjaga kredibilitas perusahaan melalui kepatuhan terhadap regulasi perpajakan (Kalembe *et al.*, 2025). Oleh karena itu, semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki wajib pajak, semakin baik pula reputasi pajak yang terbentuk, sehingga hubungan positif dan signifikan antara kedua variabel tersebut dapat dijelaskan secara teoritis maupun empiris (Sayekti *et al.*, 2026).

Reputasi Pajak dan Kepatuhan Pajak

Bedasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel, pengaruh reputasi pajak terhadap kepatuhan pajak, menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.647 dengan nilai t sebesar 8.789 dan p -value 0.000. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,6612). Hasil ini berarti bahwa reputasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak yang berarti sesuai dengan hipotesis kelima. Reputasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak karena reputasi mencerminkan persepsi wajib pajak terhadap integritas, kredibilitas, profesionalisme, dan kualitas pelayanan otoritas perpajakan (Nartey, 2023). Ketika institusi perpajakan memiliki reputasi yang baik, wajib pajak cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem perpajakan yang berlaku (Peter *et al.*, 2024). Kepercayaan tersebut mendorong munculnya kesadaran bahwa pajak yang dibayarkan akan dikelola secara transparan dan digunakan

untuk kepentingan publik, sehingga meningkatkan kemauan untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela (Liu & Chen, 2026).

Selain itu, reputasi yang baik dapat mengurangi persepsi negatif terhadap administrasi perpajakan, seperti anggapan adanya ketidakadilan, penyalahgunaan wewenang, atau ketidakefisienan dalam pengelolaan pajak (Auvinen *et al.*, 2024). Wajib pajak yang memandang otoritas pajak sebagai lembaga yang profesional dan akuntabel akan lebih menerima kebijakan perpajakan serta lebih patuh terhadap peraturan yang berlaku. Dalam perspektif teori perilaku, reputasi yang positif juga membentuk norma sosial yang mendorong individu untuk bertindak sesuai harapan masyarakat, termasuk dalam hal membayar dan melaporkan pajak dengan benar (Chen *et al.*, 2025).

Lebih lanjut, reputasi pajak yang baik dapat meningkatkan kualitas hubungan antara fiskus dan wajib pajak. Hubungan yang dilandasi kepercayaan dan rasa saling menghormati menciptakan lingkungan yang kondusif bagi kepatuhan sukarela (voluntary compliance). Oleh karena itu, semakin baik reputasi otoritas perpajakan, semakin tinggi tingkat kepatuhan pajak yang ditunjukkan oleh wajib pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan citra, transparansi, dan akuntabilitas lembaga perpajakan merupakan faktor penting dalam mendorong kepatuhan pajak yang berkelanjutan (Sajid *et al.*, 2024).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan pajak. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman dan pengetahuan keuangan yang dimiliki pelaku usaha belum tentu mendorong mereka untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara langsung. Dengan kata lain, kemampuan mengelola keuangan tidak selalu diikuti oleh kesadaran atau komitmen untuk patuh terhadap peraturan perpajakan. Sebaliknya, orientasi kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak. Pelaku usaha yang memiliki karakteristik inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko cenderung memiliki tingkat kepatuhan pajak yang lebih tinggi. Selain itu, literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan pengelolaan keuangan dan semakin kuat orientasi kewirausahaan yang dimiliki, maka semakin baik pula reputasi pajak yang terbentuk di mata pemangku kepentingan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa reputasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak. Artinya, pelaku usaha yang memiliki reputasi pajak yang baik cenderung lebih konsisten dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Dengan demikian, reputasi pajak berperan sebagai faktor penting yang dapat menjembatani hubungan antara literasi keuangan dan orientasi kewirausahaan dengan kepatuhan pajak.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pemerintah dan otoritas perpajakan perlu meningkatkan program edukasi perpajakan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan literasi keuangan, tetapi juga pada pembentukan kesadaran dan komitmen wajib pajak terhadap pentingnya kepatuhan pajak. Selain itu, pengembangan orientasi kewirausahaan melalui pelatihan, pendampingan usaha, dan penguatan kapasitas pelaku UMKM perlu terus didorong karena terbukti mampu meningkatkan kepatuhan pajak secara langsung maupun melalui reputasi pajak.

Bagi pelaku UMKM, penting untuk membangun reputasi pajak yang baik melalui pelaporan dan pembayaran pajak yang tepat waktu. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kesadaran pajak, kepercayaan kepada pemerintah, atau kualitas layanan fiskus, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Adem, M., & Jerene, W. (2026). *Beyond deterrence: trust, tax morale and tax compliance dynamics in Ethiopia*. 34(3), 585–604. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-09-2025-3265>
- Alexander, A., & Menicacci, L. (2026). *Tax governance as a social responsibility of the firm: evidence from the Italian cooperative compliance program*. 21(8), 1549–1565. <https://doi.org/10.1108/SRJ-01-2025-0094>
- Auvinen, T., Linnosmaa, I., & Rijken, M. (2024). Do people's health, financial and social resources contribute to subjective well-being differently at the age of fifty than later in life? *Wellbeing, Space and Society*, 7(June), 100219. <https://doi.org/10.1016/j.wss.2024.100219>
- Bi, Y., Tan, K., Wang, B., & Wang, X. (2026). *Can e-government services inhibit corporate tax avoidance? Evidence from China*. 108(March).
- Bougie, U. S. and R. (2016). *Research Methods for Business*. Wiley.
- Cai, C., Zhou, L., & Liu, D. (2025). *International Review of Financial Analysis Dynamic relationship between tax reputation, digital transformation, and corporate tax compliance in financial markets*. 104(April).
- Charles Ayariga, Marshall Wellington Blay, Monira, Alhassan Musah, N. A. (2024). Accounting & Finance Review Determinants Of Rental Income Tax Compliance Among Rent Income Earners In Ghana. *International Journal Of Accounting & Finance Review*, 15(2), 9–17.
- Chen, S., Liu, Z., & Cai, W. (2025). *International Review of Financial Analysis Digital transformation and tax compliance in Chinese industrial sector*. 102(March).
- Chen, Y. (2024). *Corporate performance: green supply chain management, digital transformation and carbon neutrality*. 1. <https://doi.org/10.1108/MD-12-2023-2344>
- Fan, X., Jiang, J., & Na, C. (2026). *Does green factory certification affect corporate tax compliance?* 103(December 2025).
- Ferdinand, A. (2002). SEM dalam Penelitian Manajemen: Edisi 2. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Semarang*.
- Ferraro, G., Scandurra, G., & Thomas, A. (2026). The emergence of innovation capabilities supporting technological shifts among SMEs: A mediated moderated model. *Journal of Innovation & Knowledge*, 11(July 2025), 100868. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100868>
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling, Edisi II*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kalembe, D., Odongo, J., Kalusa, L., & Okello, J. (2025). *Nudges as a panacea for tax compliance: a developing country perspective*. 32(5), 1099–1119. <https://doi.org/10.1108/JFC-02-2025-0038>
- Khawar, M., Pinto, H., & Elshandidy, T. (2026). *The impact of corporate governance on tax planning: an institutional theory perspective*. 26(4), 871–900. <https://doi.org/10.1108/CG-09-2024-0465>
- Kusumahati, D., & Pahlevi Widhar, R. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Haydei Kitchen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(September), 188–194.
- Li, M., Liu, C., & Zhou, S. (2026). *Tax incentives and corporate intelligent transformation: Evidence from China's VAT Credit Refund Policy*. 102(April 2025).
- Liao, Z., & Ding, F. (2026). *Does directors' and officers' liability insurance enhance corporate tax compliance? Evidence from Chinese a-share listed companies*. 91(September 2025), 1–7.
- Liu, D., & Chen, J. (2026). *Interplay between internal control and tax regulation mechanisms on corporate tax avoidance*. 109(December 2025).

- Musah, A., Emilson, D., & Okyere, B. (2026a). *Social Sciences & Humanities Open The influence of financial literacy and perceived fairness on tax compliance behaviour : Examining the mediating effect of trust in tax authorities in Ghana*. 13(July 2025)
- Musah, A., Emilson, D., & Okyere, B. (2026b). *The moderating role of entrepreneurial orientation in the relationship between digital transformation , corporate tax reputation , and tax compliance among SMEs*. 11(November 2025).
- Musah, A., Padi, A., Blay, M. W., Okyere, D. O., & Ofori, B. S. (2025). *Social Sciences & Humanities Open Ethical organisational culture , effective internal control systems and tax compliance of small and medium scale enterprises (SMEs) : The role of corporate governance*. 11(January).
- Nartey, E. (2023). *Tax compliance of small and medium sized enterprises in Ghana*. 43(11), 1063–1083. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-06-2022-0159>
- Ningrum, S. S., & Pahlevi, R. W. (2024). *Strategi pengembangan usaha " Bakso Pak Wasino " dengan pendekatan*. 2(1), 80–88
- Peter, S., Geetha, E., & Gupta, A. (2024). Navigating the digital financial landscape: unraveling the impact of financial behavior traits on women-owned enterprises in the new normal perspective. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2296570>
- Qadri, Z. M. El. (2016). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi* (2nd ed.). Graha Ilmu.
- Qian, Y., Tan, W., & Wu, J. (2024). *International Review of Financial Analysis Household financial literacy and retirement planning in rural China*. 93(January).
- Resmi, S., , Reza Widhar Pahlevi, Indarto, M. R., & Prasetyo, T. U. (2023). Mapping Of SMEs Digital Financial Transformation Research: A Bibliometric Analysis. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 26(1), 16–30. <https://doi.org/10.35591/wahana.v26i1.783>
- Resmi, S., Pahlevi, R. W., & Sayekti, F. (2019). The effect of financial and taxation literacy on sustainable competitive advantage through business growth: A study of creative msme in special region of Yogyakarta, Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(4), 1–9.
- Resmi, S., Pahlevi, R. W., & Sayekti, F. (2020). *The Growth Of Creative Micro , Small , And Medium Enterprises (MSMEs) BUsiness In Special Region Of Yogyakarta Before And After Covid-19 Pandemic*. 24(4), 1–8.
- Resmi, S., Pahlevi, R. W., & Sayekti, F. (2022). Improving Environmental Management Literacy And Performance Of Micro, Small And Medium Enterprises (Msmes) Through Financial Training. *Procedia Environmental Science, Engineering and Management*, 8(4), 931–938.
- Rodríguez, M. C., De, M., & Horno, P. (2026). *Research in International Business and FinanceThe influence of the environment ' s tax morale on corporate tax avoidance*. 83.
- Saad, N. (2014). *Tax Knowledge , Tax Complexity and Tax Compliance : Taxpayers ' View*. 109(1), 1069–1075. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.590>
- Sajid, M., Mushtaq, R., Murtaza, G., Yahiaoui, D., & Pereira, V. (2024). Financial literacy, confidence and well-being: The mediating role of financial behavior. *Journal of Business Research*, 182(January 2023), 114791. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114791>
- Santoso, S. (2018). *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 24* (1st ed.). PT Elex Media Komputindo.
- Sayekti, F., Resmi, S., & Pahlevi, R. W. (2026). *Financial Literacy , Governance Mechanisms , and Innovation Capability in Explaining SME Performance : The Moderating Role of Organizational Culture*. 4(2), 13–30.
- Sekaran, U. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*.

- Sun, X., Han, J., & Is, C. (2025). *Can digital transformation be a " powerful tool " to curb corporate tax avoidance? Mechanism analysis and policy implications based on Chinese data.* 102(April).
- Teye, E., Musah, A., & Dodzi, E. (2019). *Determinants of Tax Compliance in Ghana: The Case of Small and Medium Tax Payers in Greater Accra Region.* 4(1), 1–14.
- Tjahjono, H. K. A. T. B. M. P. (2021). *Aplikasi SEM Dalam Studi Perilaku Organisasional* (1st ed.). UPP STIM YKPN.
- Xu, G., Lin, S., & Pan, X. (2026). *Journal of Contemporary Accounting & Economics Negative social media attention and corporate tax avoidance: Corporate governance or loss compensation ?* 22(February), 1–19
- Yasid, I. F., & Pahlevi, R. W. (2024). *Strategi Pengembangan dan Pemasaran Digital Industry Agency judul Analisis Model Bisnis Minuman Olahan Rumput Laut dengan Pendekatan Business.* 2(2), 197–205
- Yusuf, C. B. B. (2026). The Effect Of Coretax Knowledge On The Compliance Of Sharia MSME Taxpayers In Cirebon City Pengaruh Pengetahuan Coretax Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Fokus Manajemen*, 6(1), 181–188.
- Zhang, Y. (2026). *Journal of International Accounting , Auditing and Taxation Data breach disclosure laws and corporate tax planning activities* 60(January).