

PENGARUH DIFUSI CSR DAN SOSIO DEMOGRAFI TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DI KARAWANG

Zakia Septianti Putri Isro'I¹, Yanti^{2*}, Trias Arimurti³

^{1,2,3}Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia

*yanti@ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) on the performance and development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The underlying phenomenon of this research is the limited effectiveness of CSR program implementation in supporting capacity building and sustainability of MSMEs, particularly in the areas of capital, innovation, and marketing. This study used quantitative methods with primary data obtained through questionnaires from CSR-assisted MSMEs in Karawang Regency. Data analysis was conducted using Partial Least Squares (PLS). The results indicate that CSR has a positive and significant impact on MSME performance and sustainability. CSR programs, which encompass social, economic, and environmental aspects, have been shown to increase MSME innovation, productivity, and competitiveness. These results align with the findings of Masrunik et al. (2023), Nurhidayah and Ni'am (2022), and Ningsih (2020), which state that CSR has a positive impact on small business performance and innovation.

Keywords: *Diffusion of Corporate Social Responsibility, Socio-Demographics, Tax Compliance of MSMEs.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja dan perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah masih terbatasnya efektivitas pelaksanaan program CSR dalam mendukung peningkatan kapasitas dan keberlanjutan UMKM, terutama pada aspek permodalan, inovasi, dan pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner kepada pelaku UMKM binaan CSR di Kabupaten Karawang. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM. Program CSR yang meliputi aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan terbukti mampu meningkatkan inovasi, produktivitas, dan daya saing UMKM. Hasil ini sejalan dengan temuan Masrunik et al. (2023), Nurhidayah dan Ni'am (2022), serta Ningsih (2020) yang menyatakan bahwa CSR memiliki dampak positif terhadap kinerja dan inovasi usaha kecil.

Kata kunci: *Difusi Corporate Social Responsibility, Sosio Demografi, Kepatuhan Pajak UMKM*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia, termasuk di Kabupaten Karawang. Berdasarkan data BPS Jawa Barat (2025), jumlah UMKM di Kabupaten Karawang terus meningkat, yaitu 14.504 unit pada tahun 2021, naik menjadi 15.410 unit pada tahun 2022, dan mencapai 23.253 unit pada tahun 2023. Walaupun jumlah UMKM tergolong besar, banyak pelaku UMKM menghadapi kendala terkait kepatuhan sebagai wajib pajak. Salah satu faktor yang memengaruhi hal ini adalah aspek sosio demografi, termasuk tingkat pendidikan, yang berperan penting dalam kepatuhan pajak. Misalnya, pengusaha dengan tingkat pendidikan rendah cenderung memiliki pemahaman yang terbatas mengenai kewajiban membayar pajak (Ardiyanto, 2023). Dari perspektif *Corporate Social Responsibility* (CSR), UMKM di beberapa daerah masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan usaha meskipun telah ada program CSR. Kendala tersebut mencakup keterbatasan akses terhadap modal, rendahnya

pemanfaatan teknologi, kemampuan pemasaran yang terbatas, serta isu keberlanjutan program. Sebagai contoh, di Latuhilat, Ambon, UMKM tetap mengalami kesulitan terkait modal, teknologi, dan pemasaran meskipun menerima dukungan dari CSR (Kissya, 2025). Faktor sosio demografi berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan pajak UMKM di Kabupaten Karawang. Selain itu, implementasi program CSR juga memberikan kontribusi signifikan dalam mendorong kepatuhan pajak UMKM di daerah tersebut. Hal ini menunjukkan perlunya kebijakan yang konsisten dan proaktif guna mendukung peningkatan kepatuhan pajak pada sektor UMKM.

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa wajib pajak menilai konsekuensi dari suatu tindakan sebelum melakukannya, dan mereka cenderung patuh jika tindakan tersebut dipandang menguntungkan, terutama dalam hal kepatuhan perpajakan (Mulyani, 2020). Kepatuhan wajib pajak mengacu pada pelaksanaan kewajiban membayar pajak serta penyampaian laporan tahunan secara tepat dan lengkap. Kepatuhan ini bersifat sukarela dan memiliki peran penting dalam sistem perpajakan Indonesia yang menerapkan mekanisme *self-assessment*, di mana wajib pajak diberi kepercayaan penuh (Sofianti & Wahyudi, 2022). Demografi mencakup ukuran, struktur, dan distribusi penduduk, termasuk perubahan jumlah yang terjadi akibat kelahiran, kematian, migrasi, dan perpindahan. Faktor-faktor demografis seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan status sosial ekonomi memengaruhi penerimaan pajak serta perilaku kepatuhan wajib pajak, yang mencerminkan sejauh mana mereka memenuhi kewajiban dan menggunakan hak perpajakan mereka (Ardiyanto, 2023). *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi aspek penting bagi perusahaan, menandai pergeseran fokus dari sekadar mengejar keuntungan finansial (*single bottom line*) menuju pendekatan *triple bottom line* yang mencakup tanggung jawab terhadap keuntungan, manusia, dan lingkungan. Implementasi program CSR dapat meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat sekitar, mengingat sebelumnya pemilik UMKM beroperasi secara terbatas, misalnya dari rumah atau berdasarkan pesanan. Melalui CSR, perusahaan dapat berperan dalam mendorong perkembangan sektor UMKM (Mardiana, 2024).

Berdasarkan penelitian (Ardiyanto, 2023), faktor-faktor demografi seperti usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Secara terpisah, masing-masing faktor tersebut juga memberikan pengaruh yang signifikan, di mana tingkat pendidikan menjadi faktor paling dominan dalam memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Penelitian (Saragih, 2021) menunjukkan bahwa usia memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Semakin bertambah usia, wajib pajak cenderung lebih produktif dalam mengelola usaha dan memiliki pendapatan yang lebih stabil, sehingga kesadaran mereka untuk memenuhi kewajiban pajak juga meningkat. Hasil penelitian (Meidiyustiani, 2022) dan (Mulyani, 2020) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Dengan kata lain, semakin tinggi pendidikan yang dimiliki pelaku UMKM, semakin besar kecenderungan mereka untuk patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Penelitian (Seventeen, *et al.*, 2023), menemukan bahwa usia memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan kata lain, seiring bertambahnya usia seseorang, tingkat kepatuhan mereka dalam membayar pajak cenderung menurun.

Beberapa penelitian sebelumnya, termasuk oleh (Hnatyshyn, *et al.*, 2020), menyatakan bahwa pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di sektor lingkungan memberikan efek positif. Salah satu manfaatnya adalah limbah hasil produksi yang dapat digunakan oleh pemilik UMKM sebagai pakan ternak. Hasil penelitian (Rustiarini, *et al.*, 2025) mengungkapkan bahwa pelaksanaan CSR yang menitikberatkan pada aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh (Nurhidayah, Evinta Amalia, 2022) menunjukkan bahwa CSR

memberikan pengaruh positif terhadap kemampuan inovasi pada UMKM Bunga Kopeng. Penelitian yang dilakukan oleh (Putri, *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan serta kemampuan inovasi pada UMKM. Sebaliknya, penelitian (Anisah, 2025) menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, karena faktor-faktor lain, seperti inovasi berkelanjutan, lebih berperan dalam menentukan nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu banyak membahas mengenai moral wajib pajak serta pengaruh faktor demografi terhadap tingkat kepatuhan pajak. Namun, penelitian yang secara khusus meneliti pengaruh difusi CSR dan sosio demografi terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Karawang masih sangat terbatas. Dengan demikian, penelitian ini dilaksanakan untuk mengatasi kekosongan penelitian sebelumnya dengan menganalisis secara empiris pengaruh difusi CSR dan sosio demografi terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Karawang. Berdasarkan permasalahan tersebut, pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

RQ1 = Bagaimana difusi CSR mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM?

RQ2 = Bagaimana sosio demografi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM?

TINJAUAN PUSTAKA

Theory Of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat untuk bertindak (Ajzen, 1991). Niat tersebut ditentukan oleh tiga faktor utama, yakni keyakinan terhadap perilaku (*behavioral beliefs*), keyakinan normatif (*normative beliefs*), dan keyakinan pengendalian (*control beliefs*) (Febriana, 2024). Menurut Ajzen dalam (Fitriyah, N., Yanti., & Arinurti, T., 2024). *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh keyakinan, sikap, norma subjektif, serta persepsi terhadap kontrol perilaku. Teori ini juga menekankan pentingnya perencanaan dalam tindakan, karena perilaku yang direncanakan cenderung lebih mungkin untuk dilaksanakan dibandingkan dengan perilaku yang tidak direncanakan. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap konsekuensi dari perilaku, norma subjektif atau tekanan sosial dari lingkungan, serta kontrol perilaku yang mencakup keyakinan mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan tindakan tersebut (Maksum, 2023).

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa kepatuhan pajak individu dipengaruhi oleh niat yang dibentuk melalui sikap, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku. Penelitian oleh (Harefa, *et al.*, 2025) menemukan bahwa sikap positif terhadap pajak serta persepsi kemudahan dalam membayar pajak berpengaruh signifikan terhadap niat kepatuhan. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa perilaku wajib pajak dipengaruhi oleh keyakinan terhadap konsekuensi tindakannya jika tindakan tersebut dianggap menguntungkan, individu cenderung mematuhi kewajiban perpajakan (Mulyani, 2020). *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa niat dan tindakan individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol. Dalam konteks perpajakan, ketiga faktor ini menggambarkan bagaimana wajib pajak melaksanakan kewajibannya. Menurut (Tahar, *et al.*, 2024) dalam *Theory of Planned Behavior*, niat individu untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh faktor kontrol yang dapat berdampak langsung pada perilaku. Sebagai contoh, ancaman sanksi hukum dapat memotivasi seseorang untuk membayar pajak tepat waktu agar terhindar dari denda.

Theory of Planned Behavior sering dijadikan landasan dalam berbagai penelitian yang menitikberatkan pada perilaku sosial, termasuk di bidang psikologi, manajemen, akuntansi, dan sistem informasi. Dalam bidang akuntansi, teori ini kerap digunakan untuk menganalisis niat

dan perilaku etis, termasuk dalam konteks praktik *Corporate Social Responsibility* (Rustiarini, 2025). Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas program literasi dan edukasi Pasar Modal yang dilaksanakan oleh PT Bursa Efek Indonesia sebagai bagian dari penerapan CSR dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat, dengan pendekatan *Theory of Planned Behavior* yang mencakup sikap, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku (Prihastini, *et al.*, 2024). *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bagaimana investor dan manajemen memengaruhi perusahaan dalam memanfaatkan intensitas modal untuk strategi agresivitas pajak, serta bagaimana penerapan CSR dapat membantu mengurangi kewajiban pajak (Zulia Hanum1, 2023).

Theory of Planned Behavior merupakan kerangka konsep yang digunakan untuk memahami faktor-faktor penentu perilaku secara umum. Teori ini bertujuan menjelaskan alasan di balik tindakan individu tertentu dan menjadi dasar untuk menilai perilaku seseorang berdasarkan faktor-faktor penyusunnya (Dilasari, 2021). Menurut (Ubaidillah, 2019) *Theory of Planned Behavior* kerap digunakan untuk memahami dan menganalisis perilaku individu serta respons mereka terhadap berbagai situasi. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh berbagai faktor dan kemungkinan yang dapat memengaruhi tindakan mereka. Penelitian ini menerapkan *Theory of Planned Behavior* untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor demografis, seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, dan status pernikahan, terhadap perilaku individu. Faktor-faktor tersebut berkontribusi dalam membentuk keyakinan yang kemudian memengaruhi tindakan seseorang (Putri, A. E., & Octavatiya, A. J., 2023).

Difusi CSR

Difusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah proses penyebaran atau pertukaran gagasan dan inovasi terkait pelaksanaan CSR dari satu pihak ke pihak lain, baik dalam masyarakat maupun organisasi. Berdasarkan *Teori Difusi Inovasi* yang dikemukakan oleh Everett Rogers (1964), proses ini menggambarkan bagaimana ide atau inovasi baru disebarkan dan diadopsi dalam suatu sistem sosial. Dengan demikian, difusi CSR merupakan proses sosial di mana informasi mengenai praktik CSR yang dianggap bermanfaat disampaikan dan diterima oleh individu atau kelompok tertentu (Suciati, 2022). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah wujud komitmen perusahaan untuk menjalankan kegiatan bisnis secara etis, mematuhi peraturan hukum, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Nurhidayah, Evinta Amalia, 2022). Selain itu, CSR juga dipahami sebagai tanggung jawab sosial perusahaan yang didasarkan pada prinsip etika, kepatuhan terhadap hukum, serta kepedulian terhadap manusia, masyarakat, dan lingkungan. Pelaksanaannya mencakup tata kelola perusahaan, kesejahteraan karyawan, hubungan sosial, serta upaya pelestarian lingkungan (Hnatyshyn, 2020).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap berbagai pihak terkait, seperti konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan lingkungan. Pelaksanaan CSR yang dikelola secara efektif dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, karena tanggung jawab sosial dapat dijalankan tanpa mengorbankan tujuan memperoleh keuntungan (Nawawi, *et al.*, 2025). Tanggung jawab sosial adalah kewajiban manajemen untuk membuat keputusan dan melaksanakan tindakan yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, termasuk kepedulian terhadap lingkungan serta pelaksanaan kewajiban pajak secara jujur dan tepat waktu (Murjana, *et al.*, 2021). Perusahaan berupaya meminimalkan dampak lingkungan dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya, mengurangi polusi, dan menerapkan teknologi ramah lingkungan (Rustiarini, 2025). Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk tanggung jawab etis perusahaan dalam menyesuaikan strategi bisnisnya dengan kepentingan para pemangku kepentingan dan masyarakat sekitar (Yaqin, 2025).

Sosio Demografi

Sosio demografi berasal dari gabungan dua kata Yunani, yaitu *demos* yang berarti rakyat dan *grafein* yang berarti menulis, sehingga demografi dipahami sebagai studi atau tulisan yang membahas mengenai penduduk (Harli et al., 2015). Sosio demografi adalah kombinasi aspek sosial dan demografi yang mempelajari karakteristik penduduk berdasarkan jumlah, struktur, serta dinamika perubahannya (Hartina, 2022). Menurut Achille Guillard (1855), demografi adalah ilmu yang mempelajari berbagai aspek manusia yang dapat diukur, termasuk perubahan fisik, intelektual, dan moral. Namun, konsep ini masih bersifat umum karena membahas kondisi manusia secara luas, sehingga belum memiliki batasan yang jelas dari disiplin ilmu sosial lainnya (Pebriani, 2024). Menurut (Inayah, et al., 2022) tingkat pendidikan memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Namun, Lewis (1982) menyatakan bahwa individu dengan pendidikan lebih tinggi biasanya lebih memahami aturan perpajakan, termasuk cara menghindari pajak, sehingga tidak selalu lebih patuh dibandingkan dengan mereka yang berpendidikan lebih rendah.

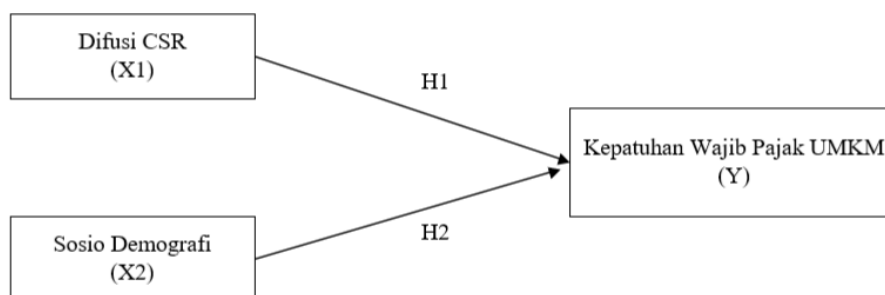
Menurut (Octaviani, Ismail, M., & Sitompul, G. O., 2025), faktor demografi adalah data statistik yang menggambarkan kondisi dan karakteristik suatu populasi, yang digunakan untuk memprediksi pertumbuhan penduduk. Faktor ini berperan penting dalam perencanaan pembangunan, evaluasi ekonomi, serta upaya meningkatkan kesejahteraan dan harapan hidup masyarakat. Menurut (Anindita Evelyn Jessica Putri, 2023), demografi adalah ilmu yang mempelajari penduduk, terutama terkait dengan aspek kelahiran, kematian, serta perpindahan atau mobilitas penduduk. Menurut (Saragih, 2021) demografi dalam pengertian sempit berfokus pada perhitungan data kependudukan, sedangkan dalam makna yang lebih luas mencakup aspek sosial, ekonomi, dan etnis masyarakat. Menurut (Toly, et al., 2021) usia memiliki pengaruh positif terhadap moral pajak. Hal ini disebabkan karena wajib pajak muda, khususnya yang berusia 20 hingga 30 tahun, umumnya telah bekerja di instansi yang mewajibkan mereka mematuhi kewajiban perpajakan sesuai peraturan yang berlaku.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak adalah prinsip yang mendorong masyarakat untuk memenuhi kewajiban perpajakan, yang tercermin dari ketaatan dalam mendaftar, melaporkan, menghitung, dan membayar pajak (Setyowati, 2025). Tingkat kepatuhan wajib pajak di Indonesia masih tergolong rendah. Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya membayar pajak berperan dalam memengaruhi kepatuhan ini. Semakin tinggi kesadaran, semakin besar pula kemauan masyarakat untuk mendaftar, melaporkan, dan membayar pajak secara benar sebagai bentuk tanggung jawab terhadap negara. (Mulyani, et al., 2020). Menurut (Kaunang, 2024) kepatuhan pajak mencerminkan pemenuhan kewajiban dan pelaporan pajak yang dilakukan secara tepat waktu dan akurat sesuai ketentuan yang berlaku.

Menurut (Yulianti, 2022), tujuan dari kepatuhan pajak adalah untuk menumbuhkan kesadaran wajib pajak terhadap peran serta pentingnya pajak dalam menunjang pembangunan dan menjaga keberlanjutan negara. Menurut (Risa, 2021), kepatuhan pajak menunjukkan partisipasi aktif wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela, termasuk melaporkan pajak mereka dengan akurat dan tepat waktu. Menurut (Sofianti & Wahyudi, 2022) kepatuhan pajak memiliki peranan penting karena sistem perpajakan di Indonesia menggunakan mekanisme self-assessment, yang mengandalkan kejujuran dan kepercayaan wajib pajak dalam menghitung serta melaporkan pajak mereka sendiri.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian



Sumber: Diolah Penulis (2025)

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Pengaruh Difusi CSR Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Difusi Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan proses penyebaran gagasan atau inovasi terkait pelaksanaan CSR dari satu pihak ke pihak lain, baik di dalam masyarakat maupun organisasi. Menurut Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett Rogers (1964), suatu ide atau inovasi baru menyebar dan diterima oleh anggota sistem sosial. Dengan demikian, difusi CSR dapat dipahami sebagai proses sosial di mana informasi tentang praktik CSR yang bermanfaat disampaikan dan diterima oleh individu atau kelompok tertentu (Suciati, 2022). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah wujud tanggung jawab perusahaan dalam memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan pada setiap kegiatan operasionalnya. Selain itu, CSR juga mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, dengan tujuan memberikan dampak positif (Planlar, 2025). Selain itu, perusahaan berupaya mengurangi dampak lingkungan dari operasionalnya dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien dan menggunakan teknologi ramah lingkungan. Pelaksanaan CSR tidak hanya meningkatkan citra perusahaan, tetapi juga mencerminkan komitmen terhadap keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat (Rustiarini, 2025). Oleh karena itu, dalam konteks perpajakan, wajib pajak berupaya meningkatkan pemahaman akan pentingnya pajak bagi negara (Yulianti, 2022). Menurut (Risa, 2021), kepatuhan pajak menunjukkan keterlibatan aktif wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela dan melaporkan pajaknya dengan benar serta tepat waktu.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hnatyshyn, 2020) menunjukkan bahwa penerapan CSR pada UMKM, yang menekankan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan, berdampak signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha. Sementara itu, penelitian (Evinta Amalia, 2022) menunjukkan bahwa CSR berdampak positif terhadap kemampuan inovasi UMKM Bunga Kopeng. Penelitian (Putri, 2024) mengungkapkan bahwa CSR berkontribusi secara positif terhadap kemampuan inovasi pada UMKM. Temuan sejalan juga disampaikan oleh (Rustiarini, 2025), yang menekankan bahwa penerapan program CSR, terutama di bidang lingkungan, memberikan manfaat nyata. Salah satunya adalah pengolahan limbah yang dapat dimanfaatkan kembali sebagai pakan ternak oleh pelaku UMKM. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis kedua yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Difusi CSR berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Pengaruh Sosio Demografi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sosio demografi menggambarkan individu dengan mengukur data kuantitatif yang mencerminkan sifat atau karakter mereka. Menurut Stoner dan Wankel, setiap orang membawa minat, sikap, dan kebutuhan mereka ke dalam lingkungan kerja (Hartina, *et al.*, 2022). Menurut (Saragih, 2021) secara sempit demografi hanya berkaitan dengan perhitungan data penduduk,

namun secara luas mencakup berbagai aspek, termasuk sosial, ekonomi, dan etnis. Menurut (Octaviani, Ismail, M., & Sitompul, G. O. 2025), faktor demografi adalah data statistik yang menggambarkan kondisi dan karakteristik suatu populasi, yang digunakan untuk memprediksi pertumbuhan penduduk. Faktor ini berperan penting dalam perencanaan pembangunan, evaluasi ekonomi, serta upaya meningkatkan kesejahteraan dan harapan hidup masyarakat. Oleh karena itu, dalam konteks perpajakan, wajib pajak berupaya meningkatkan pemahaman akan pentingnya pajak bagi negara (Yulianti, 2022). Menurut (Risa, 2021), kepatuhan pajak menunjukkan keterlibatan aktif wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela dan melaporkan pajaknya dengan benar serta tepat waktu.

Penelitian (Ardiyanto, *et al.*, 2023) mengungkapkan bahwa faktor demografi, termasuk usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian (Saragih, *et al.*, 2021) juga menunjukkan bahwa usia berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM. Hal ini dikarenakan semakin bertambah usia, pendapatan menjadi lebih stabil, dan kesadaran untuk membayar pajak meningkat. Hasil penelitian (Meidiyustiani, *et al.*, 2022) dan (Mulyani, *et al.*, 2020) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pendidikan pelaku UMKM, semakin baik kepatuhan pajak mereka. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis kedua yang diajukan adalah sebagai berikut:

Sosio Demografi berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan data yang dikumpulkan berupa data primer. Populasinya terdiri dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang, sebanyak 99.397 unit. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan rumus Slovin, dengan total sampel sebanyak 113 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, yakni pelaku atau pemilik UMKM di Kabupaten Karawang yang telah menjalankan usahanya selama minimal satu tahun. Data dikumpulkan melalui pengisian kuesioner. Variabel dalam penelitian ini meliputi Difusi CSR (X1), Sosio Demografi (X2), dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Penelitian ini menggunakan metode PLS untuk menganalisis hubungan antara variabel independen dan dependen, dibantu oleh perangkat lunak SmartPLS versi 4.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

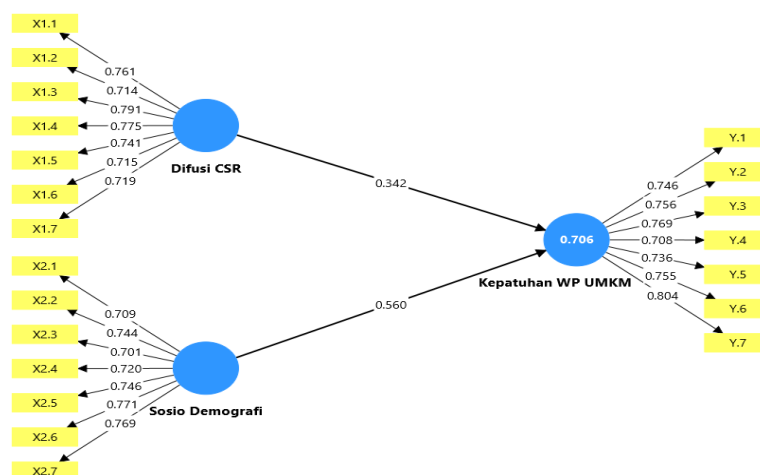
Hasil Penelitian

Analisis Outer Model

1. Uji *Convergen Validity*
2. Uji *Average Variance Extracted*
3. Uji *Composite Reliability*
4. Uji *Cronbach's Alpha*

Uji *Convergent Validity*

Hasil perhitungan model SmartPLS menunjukkan bahwa nilai loading factor setiap indikator pada masing-masing variabel telah melebihi 0,70. Oleh karena itu, analisis dapat dilanjutkan ke tahap *Average Variance Extracted (AVE)*.



Sumber: *SmartPLS 4*, 2025

Gambar 2. Outer Model

Uji Avarage Variance Extracted

Tabel 1

Nilai Avarage Variance Extracted (AVE)

	Average variance extracted (AVE)
X1	0.556
X2	0.568
Y	0.544

Sumber: *SmartPLS 4*, 2025

Berdasarkan tabel di atas, nilai AVE setiap variabel telah memenuhi kriteria ($>0,5$). Dengan demikian, model yang diuji tidak mengalami masalah validitas konvergen, sehingga variabel-variabel penelitian memiliki validitas diskriminan yang baik.

Uji Composite Reliability

Selain melalui convergent validity dan Average Variance Extracted (AVE), pengujian outer model juga dapat dilakukan dengan mengevaluasi reliabilitas variabel menggunakan nilai composite reliability dari indikator-indikator yang merepresentasikan variabel tersebut.

Tabel 2

Composite Reliability

	Composite reliability (rho_a)
X1	0.870
X2	0.878
Y	0.869

Sumber: *SmartPLS 4*, 2025

Berdasarkan tabel di atas, seluruh variabel memiliki nilai composite reliability di atas 0,70. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki reliabilitas yang baik dan memenuhi standar minimum yang ditetapkan.

Uji Cronbach's Alpha

Selain menilai convergent validity, Average Variance Extracted (AVE), dan Composite Reliability, pengujian outer model juga dapat dilakukan dengan mengevaluasi reliabilitas variabel menggunakan nilai Cronbach's Alpha dari indikator-indikator yang mewakili variabel tersebut. Variabel dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60.

Tabel 3

Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha
X1	0.867
X2	0.874
Y	0.861

Sumber: *SmartPLS 4*, 2025

Berdasarkan tabel di atas, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel reliabel dan telah memenuhi batas minimum yang ditetapkan.

Analisis *Inner Model*

Evaluasi inner model dilakukan menggunakan dua jenis analisis, yaitu dengan melihat nilai R-square dan F-square.

Analisis *R Square*

Nilai R-square menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R-square antara 0,25–0,50 dikategorikan rendah, 0,50–0,75 sedang, dan nilai di atas 0,75 termasuk kategori kuat. Semakin tinggi nilai R-square, semakin kuat hubungan antarvariabel.

Tabel 4. *R Square*

	R-square	R-square adjusted
Y	0.706	0.701

Sumber: *SmartPLS 4*, 2025

Berdasarkan tabel, hasil perhitungan R-square sebesar 0,706, yang termasuk kategori kuat karena mendekati batas 0,75.

Analisis *F Square*

Nilai F-square dalam penelitian ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai F-square antara 0,02–0,15 dikategorikan kecil, 0,15–0,35 sedang, dan nilai di atas 0,35 termasuk besar. Sedangkan nilai 0,00–0,02 dianggap tidak berpengaruh dan dapat diabaikan. Nilai F-square dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5

F Square

	f-square
X1 > Y	0.192
X2 > Y	0.517

Sumber: *SmartPLS 4*, 2025

Nilai F-square dalam penelitian ini menggambarkan tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai antara 0,02–0,15 dikategorikan kecil, 0,15–0,35 sedang, dan nilai di atas 0,35 termasuk besar, sementara nilai 0,00–0,02 dianggap tidak berpengaruh dan dapat diabaikan. Nilai F-square dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Hipotesis

Path coefficients digunakan untuk mengevaluasi besarnya pengaruh kesenjangan digital dan pengelolaan keuangan terhadap kinerja UMKM. Pengujian hipotesis dilakukan dengan memperhatikan nilai original sample, didukung oleh T-statistic > 1,96 dan P-value 0,000 (< 0,05).

Tabel 6. *Path Coefficient*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 > Y	0.342	0.335	0.108	3.167	0.001
X2 > Y	0.560	0.574	0.097	5.772	0.000

Sumber: *SmartPLS 4*, 2025

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

Koefisien parameter untuk variabel X1 terhadap Y adalah 0,342, menunjukkan adanya pengaruh positif X1 terhadap Y. Artinya, setiap kenaikan satu satuan pada variabel difusi CSR akan meningkatkan kepatuhan pajak UMKM sebesar 34,2%. Hasil ini diperkuat oleh T-statistics sebesar 3,167 ($>1,96$) dan P-value 0,001 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa X1 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Y.

Koefisien parameter untuk variabel X2 terhadap Y sebesar 0,560, menunjukkan adanya pengaruh positif X2 terhadap Y. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada variabel sosio demografi akan meningkatkan kepatuhan pajak UMKM sebesar 56,0%. Hal ini diperkuat oleh T-statistics 5,772 ($>1,96$) dan P-value 0,000 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y.

Pembahasan

Pengaruh Difusi CSR Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa difusi CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM di Kabupaten Karawang. Artinya, semakin intens pelaksanaan CSR oleh UMKM, semakin tinggi tingkat kepatuhan pajak yang ditunjukkan. CSR tidak hanya berlaku bagi perusahaan besar, tetapi juga dapat diterapkan oleh UMKM melalui kegiatan sederhana, seperti menjaga transparansi usaha, membina hubungan baik dengan masyarakat, dan mendukung kegiatan sosial di lingkungan sekitarnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior*, yang sering dijadikan dasar dalam berbagai penelitian mengenai perilaku sosial, termasuk di bidang psikologi, manajemen, akuntansi, dan sistem informasi. Dalam bidang akuntansi, teori ini sering digunakan untuk meneliti niat dan perilaku etis, misalnya terkait praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Rustiarini, 2025). Penelitian ini bertujuan mengevaluasi efektivitas penerapan CSR melalui program literasi dan edukasi Pasar Modal oleh PT Bursa Efek Indonesia dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat, dengan pendekatan *Theory of Planned Behavior* yang mencakup sikap, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku (Prihastini, *et al.*, 2024). *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa niat seseorang untuk patuh pajak dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku. Penelitian (Harefa, *et al.*, 2025) menunjukkan bahwa sikap positif terhadap pajak dan persepsi kemudahan dalam pembayaran berpengaruh signifikan terhadap niat untuk patuh. *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa perilaku wajib pajak dipengaruhi oleh keyakinan mereka terhadap akibat dari tindakannya. Jika tindakan tersebut dianggap bermanfaat, individu cenderung mematuhi kewajiban pajak. (Mulyani, *et al.*, 2020). *Theory of Planned Behavior* menyebutkan bahwa niat dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol. Dalam konteks perpajakan, ketiga faktor ini menjelaskan bagaimana wajib pajak menjalankan kewajibannya. Menurut (Tahar, *et al.*, 2024) Dalam *Theory of Planned Behavior*, niat seseorang untuk bertindak dipengaruhi oleh faktor kontrol yang langsung memengaruhi perilaku. Misalnya, ancaman sanksi hukum mendorong individu membayar pajak tepat waktu untuk menghindari denda.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Rustiarini, *et al.*, 2025) yang menunjukkan bahwa penerapan CSR pada UMKM dengan fokus pada aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha. Sementara itu, studi (Nurhidayah, Evinta Amalia, 2022) menunjukkan bahwa CSR berdampak positif terhadap kemampuan inovasi UMKM Bunga Kopeng. Penelitian (Putri, *et al.*, 2024) mengungkapkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja inovasi. Temuan serupa juga disampaikan oleh (Hnatyshyn, *et al.*, 2020), yang menekankan bahwa pelaksanaan

program CSR, terutama pada aspek lingkungan, memberikan manfaat nyata, salah satunya melalui pengolahan limbah yang dapat digunakan kembali sebagai pakan ternak oleh pelaku UMKM.

Pengaruh Sosio Demografi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa sosio demografi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Karawang. Faktor sosio demografi, seperti usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin, pendapatan, dan status sosial ekonomi, terbukti memengaruhi kesadaran dan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Sebagai contoh, wajib pajak dengan tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang aturan perpajakan, sehingga lebih patuh dalam melaporkan dan membayar pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior*, yang berfungsi sebagai kerangka konseptual untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku individu secara umum. Teori ini menjelaskan alasan di balik tindakan yang dilakukan seseorang (Dilasari, 2021). *Theory of Planned Behavior* sering digunakan untuk memahami dan menganalisis cara individu bertindak serta mengekspresikan reaksinya (Ubaidillah, 2019). Menunjukkan bahwa perilaku manusia dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor dan kemungkinan yang berbeda. Dalam penelitian ini, *Theory of Planned Behavior* digunakan untuk menganalisis pengaruh faktor demografis, seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, dan status pernikahan, terhadap perilaku individu. Faktor-faktor ini membentuk keyakinan yang kemudian memengaruhi tindakan seseorang (Anindita Evelyn Jessica Putri, 2023). *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa perilaku wajib pajak dipengaruhi oleh keyakinan mereka terhadap konsekuensi dari tindakannya. Apabila tindakan tersebut dianggap menguntungkan, individu cenderung mematuhi kewajiban pajak (Mulyani, *et al.*, 2020). *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa niat dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol. Dalam konteks perpajakan, ketiga faktor ini menjelaskan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya. Menurut (Tahar, 2024) Dalam *Theory of Planned Behavior*, niat seseorang untuk bertindak dipengaruhi oleh faktor kontrol yang langsung memengaruhi perilaku. Misalnya, penerapan sanksi hukum dapat mendorong individu membayar pajak tepat waktu agar terhindar dari denda.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Ardiyanto, *et al.*, 2023) yang menunjukkan bahwa faktor demografi, seperti usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan, berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, penelitian (Saragih, *et al.*, 2021) menunjukkan bahwa usia memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini dikarenakan semakin bertambah usia, penghasilan cenderung stabil dan kesadaran untuk membayar pajak meningkat. Penelitian (Meidiyustiani, *et al.*, 2022) dan (Mulyani, *et al.*, 2020) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat pendidikan pelaku UMKM, semakin besar pula kepatuhan mereka dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan CSR serta faktor sosio-demografi, seperti usia, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin, memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Karawang. Penerapan CSR yang tepat dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kesadaran sosial pada pengusaha UMKM, sehingga turut mendorong peningkatan kepatuhan pajak. Selain itu, faktor sosio-demografi, terutama pendidikan yang lebih tinggi dan usia yang lebih tua, dapat

meningkatkan kesadaran dan motivasi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban secara mandiri dan sukarela.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti di masa depan disarankan untuk menambahkan variabel seperti literasi keuangan, persepsi tentang keadilan pajak, dan motivasi moral, agar model penelitian bisa lebih lengkap dalam menjelaskan perilaku kepatuhan pajak UMKM. Sebagai tambahan, pemerintah daerah diharapkan memperkuat program edukasi dan sosialisasi pajak kepada pelaku UMKM dengan pendekatan yang menekankan nilai tanggung jawab sosial dan manfaat ekonomi dari kepatuhan pajak. Di sisi lain, pelaku UMKM diharapkan bisa mengintegrasikan praktik CSR dalam kegiatan usaha mereka, seperti pemberdayaan masyarakat, kepedulian lingkungan, dan transparansi usaha, karena hal ini tidak hanya meningkatkan reputasi bisnis, tetapi juga membentuk perilaku patuh terhadap kewajiban pajak.

Implikasi

Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR harus diintegrasikan sebagai strategi dalam meningkatkan kesadaran pajak UMKM. CSR bisa menjadi alat untuk meningkatkan kesadaran pajak dan memperkuat hubungan UMKM dengan masyarakat sekitar. Selain itu, pendekatan yang memperhatikan kondisi sosial dan demografi UMKM akan membuat kebijakan pajak lebih tepat sasaran, sehingga meningkatkan efektivitas penerapan dan kesadaran UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita Evelyn Jessica Putri. (2023). Perilaku Keuangan Pengguna E-Wallet di Kudus Financial Technology, Demografi, Literasi Keuangan Dan Lifestyle Sebagai Prediktor. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital (Ekobil)*, 2(2022), 8–15.
- Anisah. (2025). 2.+Anisah (1). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia*, Vol. 10, N(1), 23–42.
- Ardiyanto, R. (2023). Pengaruh faktor demografi terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sekayu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(7), 3072–3080. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Dilasari, D. (2021). The Influence of Financial Literacy, Life Style, Locus of Control and Demographics on The Consumptive Behavior of The Millennial Generation. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2(02), 56–77.
- Febriana, L. A. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Samsat Pare Kabupaten Kediri Jawa Timur Tahun 2024. *Jurnal Akuntansi*, 13(2), 179–197. <https://doi.org/10.46806/ja.v13i2.1206>
- Fitriyah, N. S. (2024). Model pengukuran religiusitas, budaya lingkungan dan kepercayaan pada otoritas pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *AKURASI: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 6(2), 131–146. <https://doi.org/10.36407/akurasi.v6i2.1330>
- Harefa, T. (2025). Kepatuhan Pajak Berbasis Theory of Planned Behaviour (TPB): A Systematic Literature Review (SLR). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 6(4), 2727–2744. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i4.5070>
- Hartina, H. (2022). Pengaruh Sosiodemografi Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Pada Generasi Milenial. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(2), 86–100. <https://doi.org/10.46918/point.v4i2.1611>
- Hnatyshyn, L. (2020). Corporate social responsibility audit. *Visnik L'viv's'kogo Nacional'nogo Agrarnogo Universitetu. Ekonomika APK*, 27, 178–183. <https://doi.org/10.31734/economics2020.27.178>
- Inayah, L. (2022). Pengaruh Demografi Wajib Pajak Dan Penerapan E-Filing Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Survey Pada Wajib Pajak Orang Pribadi

- Di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Dan Sains*, 1(2), 114–131. <https://doi.org/10.33197/bes.vol1.iss2.2021.829>
- Kaunang, J. B. (2024). Analisis pengetahuan perpajakan dan kepatuhan wajib pajak UMKM Kafe di Kecamatan Sario. *Riset Akuntansi Dan Portofolio Investasi*, 2(2), 323–332. <https://doi.org/10.58784/rapi.205>
- Kissya. (2025). *Penerapan Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Pengembangan UMKM di Negeri Latuhalat Kecamatan Nusaniwe Kota Ambon*. 1(3), 158–162.
- Maksum, M. A. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak. *Solusi*, 21(1), 67–74. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6292>
- Mardiana, I. P. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Pt Terminal Teluk Lamong (Studi Pada Program Umkm Kantin Dan Umkm Corner). *Commercium*, 8, 60–70.
- Meidiyustiani, R. (2022). Jurnalbinabangsa. *Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Pelayanan Petugas Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm*, 9(2), 184–197.
- Mulyani, S. (2020). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Demografi Terhadap Kepatuhan Perpajakan. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(1), 9–21. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1080>
- Murjana, I. M. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada Umkm Artshop Dharmasetya Ds. Sukarara Kab. Lombok Tengah). *Jurnal Kompetitif : Media Informasi Ekonomi Pembangunan*, 7(1), 81–97.
- Nawawi, A. R. A. (2025). *Pengaruh Green Accounting , Green Innovation , Dan Corporate Social Responsibility*. 5(1), 23–32.
- NURHIDAYAH, EVINTA AMALIA, N. (2022). Pengaruh Csr Terhadap Kemampuan Inovasi Dan Kinerja Umkm (Studi Kasus Penyaluran Dana Csr Pt Sphc Pada Umkm Bunga Kopeng). *JURNAL CAPITAL : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 11–26. <https://doi.org/10.33747/capital.v4i2.150>
- Pebriani, N. L. P. M. (2024). Pengaruh Demografi, Financial Technology terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Denpasar Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Usaha Warung Babi Guling Sekota Denpasar). *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(5), 2667–2677.
- Pemahaman, P. (2025). The Influence Of Tax Digitalization Understanding On Taxpayer Compliance With Demographic Factors As Moderating. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(3), 1693–1700. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Planlar, E. (2025). *İrem ÇAĞLAR 1 , İzzet ARI 2 , Halis KIRAL 3*. 17(2), 197–212.
- Prihastini, C. P. (2024). Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Literasi Keuangan di Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 10(1), 19–38. <https://doi.org/10.52434/jk.v10i1.3548>
- Putri, D. C. (2024). *Strategi Pemberdayaan Umkm Dalam Program Corporate Social Responsibility Pt. Angkasa Pura Ii*. 5(3), 191.
- Risa, N. (2021). Pengaruh Penerapan PP Nomor 23 Tahun 2018 dan Modernisasi Perpajakan Serta Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Bekasi. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 12(1), 20–37. <https://doi.org/10.33558/jrak.v12i1.2430>
- Rustiarini, N. W. (2025). What influences intention and actual corporate social responsibility in SMEs? *International Journal of Management and Sustainability*, 14(2), 453–463. <https://doi.org/10.18488/11.v14i2.4197>
- Saragih, R. C. (2021). Pengaruh Faktor Demografi (Usia, Jenis Kelamin Dan Tingkat

- Pendidikan) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kecamatan Siantar Barat. *Jurnal Ilmiah Accusi*, 3(2), 117–123. <https://doi.org/10.36985/mzed4642>
- Setyowati, D. A. (2025). Dinamika Kepatuhan Pajak Terhadap Wajib Pajak Umkm Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Perpajakan*, 6(1), 1–8. <https://doi.org/10.29303/jap.v6i1.84>
- Seventeen, W. L. (2023). Pengaruh Faktor Demografis (Usia, Jenis Kelamin, dan Penghasilan) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1221–1226. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2.3971>
- Sofianti & Wahyudi. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Wilayah Ngemplak. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 521–536. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i4.4457>
- Suciati. (2022). *Difusi Inovasi Dalam Implementasi Program CSR*. Indragirione.Com. <https://www.indragirione.com/2022/12/difusi-inovasi-dalam-implementasi-program-csr/1>
- Tahar, A. (2024). *Ref Hip 1 01*. 8(2). <https://doi.org/10.18196/rabin.v7i2.20882>
- Toly, A. A. (2021). Bagaimana Kondisi Demografi Menjadi Penentu Moral Pajak Saat Covid-19? *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 12(2), 388–400. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2021.12.2.22>
- Ubaidillah, H. L. (2019). Pengaruh Demografi dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Menabung Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 242–249. <https://core.ac.uk/download/pdf/230764388.pdf>
- Yaqin, A. (2025). *Analisis Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus UMKM Tahu di Kabupaten Situbondo)*. 3, 1–16.
- Yulianti, L. N. (2022). Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 46–53. <http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/IMK>
- Zulia Hanum1, J. F. (2023). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Makanan dan*. 7(2), 479–487.