

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan pajak, serta mengetahui peran kepercayaan pada otoritas pajak sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kecamatan Kelapa Lima dengan jumlah sampel sebanyak 91 responden yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian ini berupa kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada responden. Variabel independen dalam penelitian ini adalah insentif pajak, variabel dependen adalah kepatuhan pajak, dan variabel *intervening* (mediasi) adalah kepercayaan pada otoritas pajak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak dengan nilai T Statistik sebesar 2,264 > 1,96 dan nilai P Value $0.010 < 0,05$. Selain itu, insentif pajak juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada otoritas pajak dengan nilai T Statistik sebesar 2,849 > 1,96 dan nilai P Value 0,004. Selanjutnya, kepercayaan pada otoritas pajak terbukti memediasi secara signifikan pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan pajak dengan nilai T Statistik sebesar 4,716 > 1,96 dan nilai P Value $0,000 < 0,05$. Temuan ini mendukung teori *Planned Behavior* (TPB) dan *Slippery Slope*, yang menyatakan bahwa perilaku kepatuhan dapat dibentuk melalui

sikap positif, norma sosial, dan kepercayaan pada otoritas . oleh karena itu, pemberian insentif pajak yang tepat dan peningkatan kualitas hubungan antara otoritas pajak dan wajib pajak UMKM merupakan strategi efektif dalam meningkatkan kepatuhan pajak.

Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya pemerintah dan otoritas pajak untuk tidak hanya menyediakan insentif pajak yang menarik bagi UMKM, tetapi membangun kepercayaan melalui pelayanan yang transparan, edukasi perpajakan yang insentif, dan kebijakan yang konsisten. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dari segi wilayah dan pendekatan kuantitatif yang digunakan, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk memperluas cakupan lokasi serta mempertimbangkan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai perilaku kepatuhan pajak pada UMKM.

Kata Kunci: Insentif Pajak, Kepatuhan Pajak, Kepercayaan pada Otoritas Pajak, UMKM, , *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* PLS-SEM.