

**PENGARUH SOSIALIASI PERPAJAKAN DAN PENGETAHUAN
PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK
(STUDI PADA KPP PRATAMA SURABAYA GENTENG)**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Akuntansi



Oleh :

Defni Ramadanti

2016310405

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2020

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Defni Ramadanti
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 17 Januari 1998
N.I.M : 2016310405
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Audit dan Perpajakan
Judul : Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan
Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib
Pajak (Studi pada KPP Pratama Surabaya
Genteng)

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing,
Tanggal:.....



Indah Hapsari, S.Ak., M.A., Ak
NIDN : 0718128702

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi,
Tanggal:.....

Dr. Nanang Shonhadji, SE., Ak., M.Si., CA., CIBA., CMA.

NIDN :0731087601

**THE EFFECT OF TAX SOCIALIZATION AND TAX KNOWLEDGE
ON TAX PAYER COMPLIANCE
(Case Study on KPP Pratama Surabaya Genteng)**

**DEFNI RAMADANTI
2016310405**

STIE Perbanas Surabaya
Email : defnir1798@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of tax socialization and tax knowledge on tax compliance on KPP Pratama Surabaya Genteng. The population in this study is the small and medium enterprises registered at KPP Pratama Surabaya Genteng. The independent variable in this research is tax socialization and tax knowledge. The sampling technique in this research is to use convenience sampling. The method for obtaining research samples by collecting primary data. Data were obtained using a questionnaire distributed directly to small and medium enterprises and 72 questionnaires were obtained which could be processed. The data analysis technique used is SPSS version 26. The results showed that tax information dissemination and tax knowledge affect taxpayer compliance.

Keyword : tax socialization, tax knowledge, and tax compliance

PENDAHULUAN

Suatu negara dalam menjalankan pemerintahan dan pembangunannya membutuhkan dana yang tidak sedikit. Dana tersebut dapat berasal dari dalam negeri maupun dari pinjaman luar negeri. Namun, terdapat cara lain untuk memenuhi kebutuhan dana yang akan digunakan negara, yaitu melalui pajak. Pajak merupakan iuran yang diberikan masyarakat kepada negara (dapat dipaksakan) terutang oleh seseorang/badan yang

wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak memperoleh manfaat/prestasi secara langsung dan berfungsi untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran yang berhubungan dengan tugas negara untuk melaksanakan pemerintahannya. (P. J. A. Adriani dalam Waluyo 2013:2).

Saat ini pemerintah mulai memberikan perhatian khusus mengenai pajak pada sektor swasta, yaitu UMKM (Usaha Mikro Kecil

dan Menengah). Menurut berita yang ditulis oleh Edmalia Rohmani pada www.pajak.go.id, Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah menjadi tulang punggung perekonomian negara. Hal ini dibuktikan dengan peranannya yang mendominasi hingga lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan memiliki proporsi 99% dari total pelaku usaha di Indonesia. Sektor ini tentu tak dapat dipandang sebelah mata. Fakta yang menunjukkan bahwa kontribusi pajak hanya sebesar 2,2% terhadap total penerimaan PPh yang dibayar sendiri oleh wajib pajak menunjukkan otoritas pajak perlu memberikan perhatian dan penanganan khusus. Menurut Badan Pusat Statistika (BPS), jumlah UKM di Indonesia pada tahun 2011-2013 terus mengalami kenaikan.

Oleh karena itu, pada pertengahan tahun 2013, pemerintah mengeluarkan PP No 46 tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto tertentu. Peraturan ini mengatur pengenaan pajak untuk wajib pajak yang memiliki omzet kurang dari 4,8 M dalam satu tahun.

Pro-kontra terkait PP No 46 tahun 2013 telah lama berdentung, mengingat PP 46/2013 merupakan pajak final. Pajak yang bersifat final tidak memandang apakah wajib pajak mengalami laba atau rugi, maka wajib pajak tetap harus membayar pajaknya dengan pengenaan tarif sebesar 1 persen. Tak heran jika banyak WP yang mengeluh terkait tarif 1 persen dari omzet tersebut, hingga akhirnya

Presiden Jokowi mengajukan usulan untuk menurunkan tarif pajak menjadi 0,25 persen dari omzet. Setelah dilakukan beberapa kali rapat dengan menteri terkait, pemerintah sepakat untuk menurunkan tarif pajak sampai 0,5 persen yang dituangkan dalam PP No 23 tahun 2018. Dengan adanya peraturan tersebut, maka WP UMKM diberikan pilihan untuk menggunakan PP 23/2018 atau langsung menggunakan tarif normal PPh 17. Selain itu, penerbitan PP No 23 tahun 2018 ini memberikan paradigma baru untuk WP UMKM yang sudah ber-NPWP bahwa pembukuan bukan merupakan hal yang sulit untuk dilakukan dan harus dipandang sebagai instrument yang membantu Wajib Pajak untuk evaluasi dan pengambilan keputusan terkait perkembangan usahanya.

PPh UMKM baik OP (Orang Pribadi) maupun Badan sejak 2013-2017 terus mengalami kenaikan. Untuk PPh UMKM badan sendiri mengalami kenaikan yang cukup tinggi pada tahun 2014 yaitu sebesar 1,02 triliun, sementara PPh UMKM OP mengalami kenaikan yang cukup tinggi pada tahun 2017 yaitu sebesar 1 triliun.

Pada KPP Pratama Surabaya Genteng diketahui bahwa pertumbuhan jumlah UMKM yang terdaftar terus mengalami peningkatan tiap tahunnya diikuti dengan tingkat pembayaran pajaknya. Pertumbuhan pembayaran pajak yang cukup tinggi terjadi pada tahun tahun 2014 dan pada tahun 2017. Pada semester I 2018 (sebelum PP 23/2018) pembayaran pajak UMKM mengalami penurunan dari

tahun sebelumnya yaitu tahun 2017 sementara pertumbuhan jumlah UMKM pada tahun 2018 mengalami kenaikan 7,2 persen dari tahun sebelumnya. Hal ini mengindikasikan adanya penurunan kepatuhan wajib pajak UMKM dalam pembayaran pajaknya.

Faktor-faktor tertentu yang menyebabkan rendah/tingginya kepatuhan wajib pajak, seperti sosialisasi perpajakan dan pengetahuan pajak. Sosialisasi menurut Abdulsyani (2007:57) merupakan proses belajar yang dilakukan oleh seorang (individu) untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang terdapat dan diakui dalam masyarakat. Jika dikaitkan dengan perpajakan, maka sosialisasi perpajakan adalah tahapan dimana seorang wajib pajak mendapatkan informasi mengenai perpajakan yang berlaku untuk saat ini maupun untuk kedepannya dengan tujuan agar mendapatkan pemahaman lebih mengenai hal tersebut sehingga akan menambah pengetahuan pajak serta meningkatkan kepatuhan wajib pajak yang dilakukan oleh DJP melalui KPP (Kantor Pelayanan Pajak) setempat. Sosialisasi perpajakan terbukti secara langsung maupun tidak langsung (dengan variabel intervening) pada penelitian yang dilakukan oleh Pasca, dkk (2015), Lianty, dkk. (2017), Rusmayani & Supadmi (2017) dan Jounica, dkk (2015) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Wardani & Wati (2018) juga membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap pengetahuan pajak dan berpengaruh

secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengetahuan pajak adalah pemahaman oleh WP mengenai peraturan perpajakan. Wajib Pajak akan cenderung tidak menjadi patuh ketika tidak mengetahui dan memahami peraturan perpajakan. Pengetahuan pajak meliputi bagaimana cara mengisi Surat Pemberitahuan (SPT) secara baik dan benar, hal ini harus dijelaskan dengan baik, besarnya jumlah pajak yang terhutang mampu dihitung sesuai dengan ketentuan perpajakan, pembayaran atau penyetoran tepat waktu, dan melaporkan besarnya pajak terhutang di tempat Wajib Pajak terdaftar. Pada penelitian yang dilakukan oleh Wardani & Wati (2018), membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap pengetahuan pajak. Sosialisasi perpajakan yang diberikan sudah baik karena dapat menambah pengetahuan wajib pajak untuk melakukan pembayaran pajak. Selain itu, pada penelitian yang dilakukan oleh Andayani (2018), Lianty, dkk. (2017), Rusmayani & Supadmi (2017) dan Mintje (2016) memiliki hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan WP sangat kuat dan signifikan.

Menurut Safri Nurmantu dalam buku Rahayu (2010:138) Kepatuhan Wajib Pajak adalah suatu keadaan dimana WP memenuhi seluruh kewajiban perpajakannya dan melaksanakan hak pajaknya. Wajib Pajak dikatakan patuh (*tax compliance*) apabila penghasilan yang laporkan sesuai

dengan semestinya, Surat Pemberitahuan (SPT) dilaporkan dan besarnya pajak yang terutang dibayarkan tepat waktu..

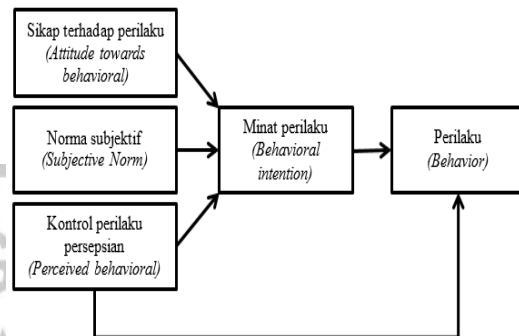
Penelitian ini penting dilakukan karena dengan bergantinya peraturan perpajakan yang baru nantinya akan terlihat apakah terjadi peningkatan/penurunan pendapatan pajak negara yang berasal dari UMKM serta melihat apa dampak yang terjadi setelah perubahan peraturan pajak tersebut. Pada penelitian ini juga akan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan berdasarkan teori *planned of behaviour*, dimana pada teori ini dijelaskan bahwa seorang individu memiliki kemungkinan untuk mengadopsi suatu perilaku apabila individu tersebut memiliki sikap positif terhadap perilaku itu sendiri dan yakin dapat melakukannya dengan baik. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk membuktikan apakah sosialisasi perpajakan dan pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan judul Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada KPP Pratama Surabaya Genteng).

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behavior

Teori ini memiliki target individu yang berkemungkinan untuk mengadopsi suatu perilaku apabila individu tersebut memiliki sikap positif terhadap perilaku tersebut, dan percaya bahwa perilaku tersebut dapat dilakukan dengan baik

(Lee & Kotler:2011). Dengan menambahkan sebuah variabel, yaitu control perilaku persepsian (*Perceived Behavioral Control*),



maka bentuk dari TPB (*Theory of Planned Behaviour*) akan seperti gambar berikut ini.

Gambar 1
Theory of Planned Behaviour

Dari gambar 1, teori perilaku perencanaan (*theory of planned behaviour*) dapat memiliki 2 fitur yaitu :

1. Teori ini mengasumsi bahwa control persepsi perilaku (*perceived behavioural control*) mempunyai implikasi motivasional terhadap minat. Orang-orang percaya bahwa mereka tidak mempunyai sumber daya untuk melakukan perilaku tertentu tidak akan membentuk minat untuk melakukannya walaupun mereka mempunyai sikap positif terhadap perilakunya dan percaya bahwa orang lain akan menyetujui perilaku tersebut. Di model ini ditunjukkan dengan panah yang menghubungkan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioural control*) ke minat.
2. Kemungkinan hubungan langsung antara control persepsi

perilaku (*perceived behavioural control*) dengan perilaku. Kontrol persepsi perilaku persepsian dapat mempengaruhi perilaku secara tidak langsung lewat minat dan dapat memprediksi perilaku secara langsung. Di model hubungan langsung ini ditunjukkan dengan panah yang menghubungkan kontrol persepsi perilaku (*perceived behavioural control*) langsung ke perilaku (*behaviour*).

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sosialisasi perpajakan merupakan hal yang dilakukan KPP (Kantor Pelayanan Pajak) sebagai perwakilan dari tugas DJP untuk memberitahukan segala sesuatu mengenai perpajakan kepada wajib pajak, baik perubahan mengenai tarif, cara perhitungan, metode pembayaran, maupun sanksi/insentif apa yang nantinya akan didapatkan wajib pajak ketika memenuhi kepatuhan pajaknya. Semakin tinggi sosialisasi yang dilakukan terhadap Wajib Pajak maka akan meningkatkan kepatuhannya. Kondisi ini memberikan kemungkinan-kemungkinan bahwa dengan semakin baiknya informasi yang diberikan terkait peraturan perpajakan terutama mengenai penurunan tarif pajak yang semula 1 persen (PP 46/2013) menjadi 0,5 persen (PP 23/2018) atas peredaran bruto tertentu guna meningkatkan kepatuhan WP UMKM dan sebagai paradigma bahwa pembukuan bukan merupakan hal yang sulit untuk dilakukan serta dapat membantu dalam pengambilan keputusan.

Hal ini mendukung asumsi teori *Planned of Behaviour* dimana sosialisasi perpajakan yang diberikan akan secara tidak langsung menumbuhkan minat dan kesadaran WP akan kepatuhan pajaknya. Media sosialisasi yang digunakan cukup baik akan memudahkan untuk penyampaian informasi serta manfaat dari sosialisasi ini akan terlihat secara langsung dengan membuat WP melaksanakan tindakan sesuai dengan peraturan perpajakan. Pasca Rizki, Srikandi Kumadji & Achmad Husaini (2015), Jounica Zsezsa, Jullie J. Sondakh & Stanley K. (2015) dan Dewi & Erma (2018) membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

H1 : Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Pengetahuan pajak adalah pemahaman oleh WP mengenai peraturan perpajakan meliputi tarif, cara mengisi dan melaporkan SPT, serta pembayaran yang merupakan hasil dari sosialisasi pajak yang telah dilakukan oleh KPP. Wajib Pajak akan cenderung tidak menjadi patuh ketika tidak mengetahui dan memahami peraturan perpajakan. Dengan adanya pengetahuan pajak tersebut akan membantu kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, sehingga tingkat kepatuhan akan meningkat. Namun, pada faktanya pengetahuan pajak saat ini masih kurang dan banyak wajib pajak

masih belum sadar dan peduli terhadap pajak.

Sesuai dengan asumsi pada teori *Planned of Behaviour* dimana semakin tinggi pengetahuan pajak maka semakin tinggi pula minat WP untuk memenuhi kepatuhan pajaknya. Sebaliknya, semakin rendah atau semakin kurang pengetahuan pajak seorang WP maka minat untuk memenuhi kepatuhan pajaknya juga akan semakin berkurang. Andayani (2018) dan Mintje (2016) membuktikan bahwa pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan WP sangat kuat dan signifikan.

H2 : Pengetahuan Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Pengetahuan Wajib Pajak

Sosialisasi menurut Abdulsyani (2007:57) merupakan proses belajar yang dilakukan oleh seorang (individu) untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang terdapat dan diakui dalam masyarakat. Jika dikaitkan dengan perpajakan, maka sosialisasi perpajakan merupakan hal yang dilakukan KPP (Kantor Pelayanan Pajak) sebagai perwakilan dari tugas DJP untuk memberitahukan segala sesuatu mengenai perpajakan kepada wajib pajak, baik perubahan mengenai tarif, cara perhitungan, metode pembayaran, maupun sanksi/insentif apa yang nantinya akan didapatkan wajib pajak ketika memenuhi kepatuhan pajaknya.

Dengan dilaksanakannya sosialisasi perpajakan, maka nantinya pengetahuan pajak WP akan bertambah pula. Semakin baik sosialisasi yang diberikan, maka pengetahuan pajak WP akan semakin tinggi pula. Sebaliknya, semakin kurang sosialisasi pajak yang diberikan maka pengetahuan pajak WP akan semakin rendah. Hal ini mendukung asumsi teori dari *Planned of Behaviour* dimana saat seseorang tidak mendapatkan sumber atas suatu perilaku maka minat untuk melakukan perilaku tersebut tidak akan muncul walaupun sudah mempunyai sikap positif dan percaya bahwa orang lain akan menyetujui perilaku tersebut. Dewi & Erma (2018) juga membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap pengetahuan pajaknya.

H3 : Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Pengetahuan Pajak.

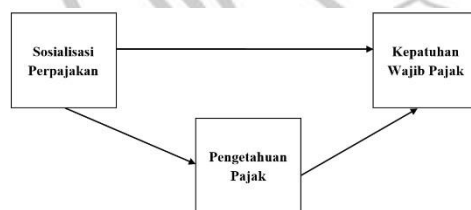
Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Pengetahuan Pajak sebagai Variabel Intervening

Sosialisasi Perpajakan dilakukan untuk menambah pemahaman seorang WP sehingga menambah pengetahuan pajak dan meningkatkan kepatuhan wajib pajaknya. Sosialisasi perpajakan dilakukan oleh KPP dengan memberikan informasi mengenai cara perhitungan, berapa tarif yang dikenakan, pembayaran, hingga sanksi/insentif yang didapatkan WP saat tidak patuh/patuh dalam membayar pajaknya. Sosialisasi

bertujuan untuk menambah pemahaman WP yang awalnya tidak sadar dan peduli akan pajak menjadi sadar dan lebih peduli akan pajak. Hal tersebut mendukung asumsi dari teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Planned of Behaviour* dimana tingkat kesadaran WP yang muncul karena sosialisasi pajak yang dilakukan akan menambah pengetahuan pajak dan berpengaruh secara langsung terhadap tingkat kepatuhan pajaknya. Wardani & Wati (2018) membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak melalui pengetahuan pajaknya.

H4 : Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Pengetahuan Pajak sebagai Variabel Intervening.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian sebelumnya, maka kerangka penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya

Genteng. Pemilihan sampel diperoleh melalui *convenience sampling*. *Convenience Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel dipilih atau diambil karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat.

Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer. Dengan melakukan penyebaran kuesioner yang diperoleh secara langsung dari UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya Genteng selaku responden dalam penelitian ini.

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan variabel independen Sosialisasi Perpajakan dan Pengetahuan Pajak.

Definisi Operasional Variabel

Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan adalah tahapan dimana seorang WP OP/Badan mendapatkan informasi mengenai perpajakan yang berlaku untuk saat ini maupun untuk kedepannya dengan tujuan agar mendapatkan pemahaman lebih mengenai hal tersebut sehingga akan menambah pengetahuan pajak serta meningkatkan kepatuhan wajib pajak tersebut. Dalam penelitian ini, sosialisasi perpajakan dinilai berdasarkan tiga indikator yaitu

bagaimana penyelenggaraan sosialisasi yang meliputi pemberian informasi terbaru dan penjelasan serta pemahaman tentang pajak oleh KPP, media sosialisasi yang digunakan apakah mudah atau sulit untuk ditemukan, serta manfaat sosialisasi untuk WP dengan jumlah 11 (sebelas) pernyataan.

Pengetahuan Pajak

Pengetahuan pajak adalah pemahaman oleh WP mengenai peraturan perpajakan meliputi tarif, cara mengisi dan melaporkan SPT, serta pembayaran yang merupakan hasil dari sosialisasi pajak yang telah dilakukan oleh KPP. Dalam penelitian ini pengetahuan pajak akan diukur menggunakan tiga indikator yaitu pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan, pengetahuan mengenai sistem perpajakan di Indonesia, dan pengetahuan mengenai fungsi perpajakan dengan jumlah 9 (sembilan) pernyataan.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan Wajib Pajak menurut Safri Nurmantu dalam buku Rahayu (2010:138) adalah suatu keadaan dimana WP memenuhi seluruh kewajiban perpajakannya dan melaksanakan hak pajaknya. Wajib Pajak dikatakan patuh (*tax compliance*) apabila penghasilan yang laporkan sesuai dengan semestinya, Surat Pemberitahuan (SPT) dilaporkan dan besarnya pajak yang terutang dibayarkan tepat waktu. Dalam penelitian ini, kepatuhan wajib pajak diukur dengan empat indikator yaitu bagaimana WP mendaftarkan NPWP

nya, perhitungan pajak sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku, bagaimana WP melaporkan SPT nya, serta bagaimana WP membayar kewajiban pajaknya dengan jumlah 14 (empat belas) pernyataan.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan menggunakan alat bantu statistik yaitu *software* SPSS 24, melalui tahapan sebagai berikut:

- a) Uji Validitas dan Reliabilitas
- b) Analisis Statistik Deskriptif
- c) Uji Asumsi Klasik
 1. Uji Normalitas
 2. Uji Multikolinearitas
 3. Uji Heteroskedastisitas
- d) Uji Regresi Linear Berganda
 1. Uji F
 2. Uji t
 3. Koefisien Determinasi (R^2)
- e) Analisis Jalur (*Path Analysis*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuesioner yang dilakukan pada penelitian ini sebanyak 100 kuesioner, dari kuesioner yang dibagikan terdapat 91 kuesioner yang kembali, serta terdapat 9 kuesioner yang tidak kembali dan terdapat 19 kuesioner yang tidak diolah karena tidak memenuhi kriteria yaitu tidak menjawab semua pertanyaan pada kuesioner.

Tabel 1
Distribusi Penyebaran Kuesioner

Kuesioner yang disebarkan	Diterima dan terisi	Diterima	
		Siap Diolah	Tidak Layak
100	91	72	19

Sumber : Data diolah, 2020

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum dan minimum, sum, range, kurtosis dan skewness/kemencengan (Ghazali:2018).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corr.	Sig.	Ket.
Sosialisasi Perpajakan	X1.1	0,361	0,002	Valid
	X1.2	0,517	0,000	Valid
	X1.3	0,393	0,001	Valid
	X1.4	0,516	0,000	Valid
	X1.5	0,542	0,000	Valid
	X1.7	0,607	0,000	Valid
	X1.8	0,655	0,000	Valid
	X1.9	0,758	0,000	Valid
	X1.10	0,685	0,000	Valid
	X1.11	0,627	0,000	Valid
	Pengetahuan Pajak	X2.1	0,508	0,000
X2.2		0,634	0,000	Valid
X2.3		0,521	0,000	Valid
X2.4		0,609	0,000	Valid
X2.6		0,509	0,000	Valid
X2.7		0,546	0,000	Valid
X2.8		0,555	0,000	Valid
X2.9		0,612	0,000	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak		Y1	0,504	0,000
	Y2	0,495	0,000	Valid
	Y3	0,526	0,000	Valid
	Y4	0,313	0,000	Valid
	Y5	0,361	0,000	Valid
	Y6	0,413	0,000	Valid
	Y7	0,588	0,000	Valid
	Y8	0,560	0,000	Valid

Y9	0,377	0,001	Valid
Y10	0,503	0,000	Valid
Y12	0,539	0,000	Valid
Y13	0,524	0,000	Valid
Y14	0,576	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan pada tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan dari variabel independen dan variabel dependen dapat dikatakan valid karena memiliki nilai signifikansi $\leq 0,05$.

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten/stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dikatakan reliabel saat nilai Cronchbach Alpha $> 0,70$ (berdasarkan kriteria Nunnally,1994).

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Sosialisasi Perpajakan (X1)	0,762	Reliabel
Pengetahuan Perpajakan (X2)	0,690	Tidak Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,719	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan sebagai variabel independen dan Kepatuhan Wajib Pajak sebagai variabel dependen dikatan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$. Variabel dependen yang lain yaitu Pengetahuan pajak mendekati nilai reliabel yaitu 0,690. Perbedaan sudut pandang suatu item pernyataan menyebabkan terjadinya hal tersebut.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghazali,2018:161).

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstand Res.
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.20509401
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.073
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.184 ^c

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Model regresi pada penelitian ini dapat dinyatakan memiliki data residual yang terdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,184 dimana nilai tersebut $\geq 0,05$.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 maka ada indikasi terjadinya multikolinearitas. (Ghozali,2018:107).

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Colinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Sosialisasi Perpajakan	0,393	2,543	Non Multikolinearitas
Pengetahuan pajak	0,393	2,543	Non Multikolinearitas

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukkan bahwa variabel independen baik sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan menunjukkan nilai *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 , maka berdasarkan hasil diatas dapat kita simpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas bukan Heteroskedastisitas (Ghozali,2018 :137).

Tabel 6
Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	4.195	2.356		1.780	.079
X2total	-.253	.121	-.388	2.091	.040
X1total	.178	.086	.386	2.080	.041

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 6 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari Pengetahuan Perpajakan (X2) dan nilai signifikansi dari Sosialisasi Perpajakan (X1) < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas antar variabel independen dalam model regresi. Terjadinya heteroskedastisitas dapat disebabkan karena terjadinya kesamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas) dengan tujuan untuk memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2018:95). Dalam penelitian ini kita akan melihat pengaruh variabel independen yaitu sosialisasi perpajakan dan pengetahuan pajak terhadap variabel dependen kepatuhan wajib pajak.

Tabel 7
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	19.905	3.755		5.301	.000
1 X1total	.458	.137	.461	3.353	.001
X2total	.386	.193	.275	2.002	.049

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Dari hasil regresi yang didapat maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Kepatuhan Wajib Pajak (Y)} = 19,905 + 0,458 \text{ Sosialisasi Perpajakan} + 0,386 \text{ Pengetahuan Pajak} + e$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai arti sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 19,905 ini menunjukkan apabila variabel dependen (bebas) dianggap konstan, maka rata-rata kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 19,905.
- Nilai koefisien regresi sosialisasi perpajakan (X1) menunjukkan bahwa setiap kenaikan sosialisasi perpajakan sebesar satu satuan, maka akan menyebabkan

peningkatan kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0,458 dengan asumsi bahwa variabel lainnya dalam keadaan konstan.

- Nilai koefisien regresi pengetahuan pajak (X2) menunjukkan bahwa setiap kenaikan pengetahuan pajak sebesar satu satuan, maka akan menyebabkan peningkatan kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0,386 dengan asumsi bahwa variabel lainnya dalam keadaan konstan.

Uji F

Uji kelayakan model (uji F) dilakukan untuk menunjukkan apakah sosialisasi perpajakan dan pengetahuan pajak

sebagai variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap kepatuhan wajib pajak sebagai variabel dependen dan apakah model regresi fit atau tidak.

Tabel 8
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1189.173	2	594.586	32.678	.000 ^b
	Residual	1255.480	69	18.195		
	Total	2444.653	71			

a. Dependent Variable: Ytotal
b. Predictors: (Constant), X2total, X1total

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan Tabel 8 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$ dimana memiliki arti bahwa sosialisasi perpajakan dan pengetahuan pajak sebagai variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen

kepatuhan wajib pajak, serta model regresi fit.

Uji t

Uji Signifikansi parsial t (Uji t) adalah uji yang dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018: 98). Penentuan nilai signifikansi yaitu sebesar lima persen atau 0,05 dan juga membandingkan nilai statistik t hitung dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika probabilitas signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima yang artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 9
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.905	3.755		5.301	.000
	X1total	.458	.137	.461	3.353	.001
	X2total	.386	.193	.275	2.002	.049

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan Tabel 4.17 didapatkan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Sosialisasi Perpajakan (X1)

Pada Tabel 9 Menunjukkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan (X1) memiliki tingkat signifikansi

sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak yang berarti sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

2. Pengetahuan Pajak (X2)

Pada Tabel 9 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan pajak (X2) memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,049 < 0,05$, sehingga H0 ditolak yang berarti pengetahuan pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Menurut Ghozali (Ghozali,2018:97) koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Tabel 10 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.697 ^a	.486	.472	4.266
a. Predictors: (Constant), X2total, X1total				
b. Dependent Variable: Ytotal				

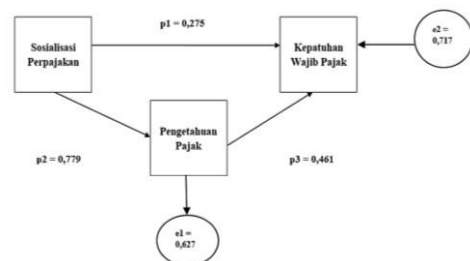
Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Pada Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,472 atau 47,2 persen sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen sosialisasi perpajakan dan pengetahuan pajak mampu menjelaskan variabel dependen kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 47,2 persen, 52,8 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis ini digunakan untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang

telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur ini tidak dapat digunakan untuk menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel.



Gambar 2 Hasil Analisis Jalur

Berdasarkan gambar di atas, maka ada 2 persamaan struktural yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan. Dua persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = 9,754 + 0,779 \text{ Sosialisasi Perpajakan} + 0,627$$

$$Y_2 = 19,905 + 0,275 \text{ Sosialisasi Perpajakan} + 0,461 \text{ Pengetahuan Pajak} + 0,717$$

Selanjutnya yaitu membandingkan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung yang dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

Pengaruh langsung sosialisasi perpajakan ke Kepatuhan WP (p1) sebesar 0,275. Pengaruh tak langsung Sosialisasi Perpajakan ke Kepatuhan Wajib Pajak ke Kepatuhan Wajib Pajak (p2 x p3) sebesar 0,360 . Maka total Pengaruh (Korelasi Sosialisasi Perpajakan ke Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,635 (p1 + (p2 x p3)

Pengaruh mediasi ditunjukkan oleh perkalian koefisien ($p_2 \times p_3$), untuk menguji apakah signifikan atau tidak dapat dilakukan dengan menghitung standar error koefisien indirect effect (Sp_{2p3}) dan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel sebagai berikut :

Hitung standar error dari koefisien indirect effect (Sp_{2p3})

$$Sp_{2p3} = \sqrt{p_3^2 Sp_2^2 + p_2^2 Sp_3^2 + Sp_2^2 Sp_3^2}$$

$$Sp_{2p3} = \sqrt{(0,386)^2(0,053)^2 + (0,551)^2(0,193)^2 + (0,053)^2(0,0193)^2}$$

$$Sp_{2p3} = \sqrt{0,0004 + 0,0112 + 0,0001}$$

$$Sp_{2p3} = \sqrt{0,0117} = 0,1082$$

Berdasarkan hasil Sp_{2p3} ini dapat menghitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut :

$$T = \frac{p_{2p3}}{Sp_{2p3}} = \frac{0,2127}{0,0205} = 10,3756 \text{ (t hitung)}$$

Pada persamaan diatas diketahui bahwa nilai t hitung $10,3756 > t$ tabel dengan tingkat signifikansi $0,05$ yaitu sebesar $1,66$ maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi $0,360$ signifikan yang berarti ada pengaruh mediasi. Hal tersebut membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap pengetahuan pajak dan sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan pengetahuan pajak sebagai variabel intervening. Sehingga, dapat disimpulkan H_3 dan H_4 diterima.

Pembahasan

Pada pembahasan ini akan dijelaskan pengaruh sosialisasi perpajakan dan pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan responden wajib pajak UMKM yang terdaftar di Kantor

Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Genteng, berikut pembahasan untuk masing-masing hipotesis:

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan sangat membantu WP untuk mendapatkan informasi mengenai perpajakan yang berlaku untuk saat ini supaya mendapat pemahaman lebih yang nantinya akan membantu WP dalam memenuhi kewajiban pajaknya. Semakin baik WP dalam memenuhi kewajibannya maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajaknya. Pada penelitian saat ini rata-rata responden berada pada usia yang produktif yaitu $25 - 40$ tahun, hal ini membuktikan bahwa responden pada penelitian ini masih peduli (*aware*) terhadap suatu informasi yang baru.

Sosialisasi pajak yang dilakukan oleh KPP dinilai efektif karena memiliki presentase yang paling tinggi pada penelitian ini terkait informasi perubahan tarif (tabel 4.7). KPP melakukan sosialisasi terkait PP 23/2018 setiap 2-3 bulan sekali biasanya dilakukan di Hotel Swiss-Belinn Tunjungan Surabaya dan di Gedung Siola. Selain itu, sosialisasi sering dilakukan ketika KPP diminta secara langsung oleh kecamatan suatu daerah untuk memberikan pengarahan terkait PP 23/2018 seperti yang dilakukan oleh Kampung Genteng Candirejo untuk UMKM yang ada di kampung tersebut. Pada Penelitian ini diketahui responden dengan lama

usaha berdiri < 3 tahun lebih banyak mengetahui informasi perubahan tarif melalui KPP dibandingkan melalui sosial media maupun rekan bisnisnya. Dengan demikian, sosialisasi yang dilakukan oleh KPP dapat dikatakan efektif, karena mampu menumbuhkan minat WP dalam memenuhi kepatuhan pajaknya.

Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak didasarkan pada TPB (*Theory of Planned Behaviour*) dimana sosialisasi perpajakan yang diberikan akan secara tidak langsung menumbuhkan minat dan kesadaran WP akan kepatuhan pajaknya. Ketika media sosialisasi yang digunakan cukup baik nantinya akan memudahkan untuk penyampaian informasi serta manfaat dari sosialisasi ini akan terlihat secara langsung dengan membuat WP melaksanakan tindakan sesuai dengan peraturan perpajakan. Penelitian ini juga membuktikan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pasca, dkk (2015), Lianty, dkk. (2017), Rusmayani & Supadmi (2017) dan Jounica, dkk (2015) bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengetahuan pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pengetahuan pajak itu sendiri merupakan pemahaman oleh wajib pajak terkait peraturan perpajakan mulai dari tarif, cara pengisian dan pelaporan SPT, serta pembayarannya. Tinggi rendahnya pengetahuan pajak

berbanding lurus dengan kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi pengetahuan pajak WP maka akan semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak karena wajib pajak paham dan mengerti mengenai peraturan perpajakan sehingga dapat melakukan kewajiban perpajakannya dengan mudah. Sementara semakin rendah pengetahuan pajak yang dimiliki WP maka akan semakin rendah pula tingkat kepatuhan wajib pajaknya, hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman mengenai peraturan perpajakan sehingga menyebabkan WP ragu untuk memenuhi kewajiban pajaknya bahkan mungkin tidak akan memenuhi kewajiban pajaknya karena belum memahami pentingnya pajak.

Responden dalam penelitian ini memiliki lama usaha yang terbagi menjadi dua, yaitu kurang dari tiga tahun dan lebih dari tiga tahun dengan perbandingan 50:50. Selain itu, lebih dari 50 persen responden pada penelitian ini memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK. Hal ini membuktikan bahwa lama usaha berdiri dan pendidikan terakhir tidak berpengaruh terhadap pengetahuan pajak WP, WP UMKM yang memiliki lama usaha kurang dari tiga tahun dan pendidikan terakhir baik SMP maupun SMA/SMK terbukti memiliki pengetahuan pajak yang sama dengan WP UMKM yang memiliki lama usaha lebih dari tiga tahun dan yang memiliki pendidikan terakhir Diploma maupun Sarjana.

Pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak didasarkan oleh TPB (*Theory of Planned Behaviour*) dimana ketika

WP tidak memiliki pengetahuan yang cukup maka akan sulit untuk memenuhi kepatuhan pajaknya karena merasa tidak memiliki sumber daya untuk membentuk minat dalam memenuhi kepatuhan pajaknya. Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Andayani (2018) dan Mintje (2016) bahwa pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak signifikan.

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Pengetahuan Pajak

Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Dilaksanakannya sosialisasi perpajakan bertujuan untuk menambah pemahaman wajib pajak. Semakin baik sosialisasi yang diberikan, maka pemahaman WP akan semakin baik pula. Sebaliknya, semakin kurang sosialisasi pajak yang diberikan maka pemahaman WP akan semakin kurang. Pemahaman seorang WP dapat diartikan bahwa pengetahuan WP tersebut bertambah pula. Seseorang yang memiliki pemahaman pajak yang tinggi tentu memiliki pengetahuan pajak yang tinggi pula dan cenderung akan lebih patuh dibandingkan dengan WP yang memiliki pemahaman dan pengetahuan pajak lebih sedikit. Media sosialisasi yang mudah membantu informasi mengenai perpajakan mudah diakses oleh seluruh WP, baik sosialisasi yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak, media cetak (iklan, spanduk) dan media elektronik (website resmi, Instagram) sehingga menambah pengetahuan pajak tanpa melakukan hal yang berarti, cukup

dengan melihat disekitar jalan pada media cetak atau mengaksesnya melalui *smartphone*.

Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap pengetahuan pajak ini mendukung asumsi teori dari *Planned of Behaviour* dimana saat seseorang tidak mendapatkan sumber atas suatu perilaku maka minat untuk melakukan perilaku tersebut tidak akan muncul walaupun sudah mempunyai sikap positif dan percaya bahwa orang lain akan menyetujui perilaku tersebut. Ketika sosialisasi tidak dilakukan, maka pengetahuan WP tidak akan bertambah. Tanpa adanya pengetahuan pajak WP akan cenderung tidak memenuhi kewajiban pajaknya karena merasa tidak ada sumber atau alasan untuk melakukan hal tersebut. Hasil pada penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardani & Wati (2018) dimana juga membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap pengetahuan pajaknya.

Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan pengetahuan pajak sebagai variabel intervening

Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan pengetahuan pajak sebagai variabel intervening. Semakin tinggi tingkat sosialisasi perpajakan maka semakin tinggi tingkat pengetahuan perpajakan, tingginya tingkat pengetahuan pajak akan menyebabkan tingkat kepatuhan wajib pajak yang tinggi pula. Sosialisasi perpajakan dilakukan untuk memberikan informasi yang baik dan benar sehingga wajib pajak akan memiliki

pengetahuan baik mengenai tarif, penyusunan dan pelaporan SPT, serta bagaimana cara pembayarannya. Wajib pajak akan juga mengetahui pentingnya membayar pajak sebagai bentuk sumbangsih pada perekonomian negara.

Media sosialisasi perpajakan yang mudah menyebabkan pengetahuan wajib pajak mengenai perpajakan juga mudah untuk didapatkan. Baik melalui penyuluhan yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak langsung atau melalui media cetak, maupun media elektronik.

Hal ini didukung dengan asumsi dari TPB (*Theory of Planned Behaviour*) dimana sosialisasi pajak akan mempengaruhi tingkat kesadaran wajib pajak secara tidak langsung dengan pengetahuan pajaknya sehingga nantinya kepatuhan wajib pajak akan naik dan dapat diprediksi melalui sosialisasi yang dilakukan tersebut. Apakah sosialisasi yang dilakukan tersampaikan dengan baik atau belum. Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan Wardani & Wati (2018) dimana sosialisasi perpajakan secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak melalui pengetahuan pajaknya.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian yang berkaitan dengan Kepatuhan Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan

Pengetahuan Pajak, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel sosialisasi perpajakan secara signifikan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Kesimpulan tersebut didasarkan pada sosialisasi perpajakan yang dilakukan baik oleh KPP maupun informasi yang ada di media cetak (spanduk, iklan) dan media elektronik (website resmi DJP, instagram) mampu menumbuhkan minat wajib pajak untuk memenuhi kepatuhan wajib pajaknya.
2. Variabel pengetahuan pajak secara signifikan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Pengetahuan pajak yang dimiliki WP mampu membuktikan bahwa semakin banyak peraturan perpajakan yang diketahui oleh wajib pajak maka akan semakin besar pula minat wajib pajak untuk memenuhi kepatuhan pajaknya. WP cenderung akan patuh karena memahami peraturan perpajakan sehingga dapat melakukannya dengan mudah.
3. Variabel sosialisasi perpajakan secara signifikan berpengaruh terhadap pengetahuan wajib pajak. Pengetahuan pajak diperoleh dari sosialisasi perpajakan baik yang dilakukan langsung oleh KPP maupun melalui media cetak dan elektronik. Semakin tinggi sosialisasi perpajakan yang diberikan maka akan semakin bertambah pula pengetahuan wajib pajak.
4. Variabel pengetahuan pajak mengintervening sosialisasi

perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan dilakukan dengan tujuan menambah pengetahuan pajak. Semakin tinggi sosialisasi yang diberikan maka semakin tinggi pula pengetahuan pajak yang didapatkan. Tingginya pengetahuan pajak akan menyebabkan tingginya kepatuhan wajib pajak karena WP memahami dan mengerti fungsi serta manfaat dari pajak itu sendiri sehingga tidak merasa keberatan ketika melakukan kewajiban pajaknya.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

1. Adanya item pernyataan yang tidak reliabel pada variabel pengetahuan pajak, hal ini kemungkinan disebabkan karena adanya ambiguitas kata dalam item pernyataan sehingga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda antara responden.
2. Dalam penyebaran kuesioner tidak hanya dilakukan saat berada di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Genteng, tetapi juga mendatangi tempat UMKM berdiri karena saat ini mulai dari pelaporan hingga pembayaran bisa dilakukan secara online, sehingga menyebabkan sedikit responden yang bisa ditemui di KPP.

3. Terjadinya heteroskedastisitas yang kemungkinan disebabkan karena terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Saran

Berdasarkan keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan pernyataan yang jelas supaya tidak menyebabkan ambiguitas ketika responden mencoba menjawab pernyataan tersebut.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup wilayah penelitian dalam pengambilan sampel, terutama ketika akan mengambil sampel penelitian di suatu Kantor Pelayanan Pajak untuk memudahkan perolehan sampel sebaiknya penelitian dilakukan saat pelaporan SPT tahunan.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain karena nilai Adjusted Square dalam penelitian ini sebesar 47,2 persen, artinya variabel independen yaitu sosialisasi perpajakan dan pengetahuan pajak hanya mampu menjelaskan variabel dependen kepatuhan wajib pajak sebesar 47,2 persen, 52,8 persen lainnya

dijelaskan oleh variabel independen yang lain.

Daftar Pustaka

- Abdulsyani. 2007. *Sosiologi Sistematis, Teori dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Andayani, E. (2018). Pengaruh Faktor-Faktor Pelaksanaan Pp 46 Tahun 2013 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm (Studi Kasus Umkm Pusat Grosir Tanah Abang Jakarta Pusat). *Transparansi Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*. <https://doi.org/10.31334/trans.v1i1.137>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research. Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hamid, N. A., Ibrahim, N. A., Ariffin, N., Taharin, R., & Jelani, F. A. (2019). Factors Affecting Tax Compliance among Malaysian SMEs in E-Commerce Business. *International Journal of Asian Social Science*. <https://doi.org/10.18488/journal.1.2019.91.74.85>
- <https://www.pajak.go.id/artikel/dari-pp-462013-hingga-pp-232018>
- <https://www.pajak.go.id/artikel/e.pat-paradigma-baru-pajak-umkm>
- <https://www.bps.go.id/statictable/2014/01/30/1322/tabel-perkembangan-umkm-pada-periode-1997--2013>
- Lianty, R. A. M., Hapsari, D. wahjoe, & Kurnia. (2017). Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer (JRAK)*.
- Mintje, M. S. (2016). Pengaruh Sikap, Kesadaran, dan Pengetahuan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik (UMKM) Dalam Memiliki (NPWP). *Jurnal Emba*.
- Notoatmodjo, 2014. (2014). Konsep Pengetahuan, dan Sikap. *Cell*. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2009.01.043>
- Oladipupo, A. O., & Obazee, U. (2016). Tax Knowledge, Penalties and Tax Compliance in Small and Medium Scale Enterprises in Nigeria. *IBusiness*. <https://doi.org/10.4236/ib.2016.81001>
- Pasca Rizki Dwi Ananda, Srikandi Kumadji, A. H. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada UMKM Yang Terdaftar Sebagai Wajib Pajak Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu). *Jurnal*

Perpajakan (JEJAK).

Rahayu, Siti Kurnia 2010
.PERPAJAKAN INDONESIA :
Konsep dan Aspek Formal,
Yogyakarta : Graha Ilmu.

Rusmayani, N. M. L., & Supadmi, N.
L. (2017). Pengaruh Sosialisasi,
Pengetahuan, Sanksi Dan
Kualitas Pelayanan Pada
Kepatuhan Wajib Pajak
Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal
Akuntansi Universitas Udayana*
ISSN: 2302-8556.

Sondakh2, J. Z. S. W. J. J., &
Walandouw3, S. K. (2015).
Pengaruh Sosialisasi Perpajakan
Dan Sanksi Perpajakan
Terhadap Kepatuhan Pelaporan
SPT Tahunan Wajib Pajak
Badan. *Jurnal EMBA*.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian
Kuantitatif, Kualitatif dan R &
D. Bandung: Alfabeta. *Metode
Penelitian Kuantitatif, Kualitatif
Dan R & D. Bandung: Alfabeta.*
[https://doi.org/10.1017/CBO978
1107415324.004](https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004)

Wardani, D. K., & Wati, E. (2018).
Pengaruh sosialisasi Perpajakan
Terhadap Kepatuhan Wajib
Pajak dengan Pengetahuan
Pajak sebagai Variabel
Intervening (Studi Pada Wajib
Pajak Orang Pribadi di KPP
Pratama Kebumen). *Nominal,
Barometer Riset Akuntansi Dan
Manajemen.*
[https://doi.org/10.21831/nomina
l.v7i1.19358](https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358)