

## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**Susan<sup>1</sup>, Shinta Melzatia<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana  
[Shusanxie14@gmail.com](mailto:Shusanxie14@gmail.com)<sup>1</sup>, [s.melzatia@gmail.com](mailto:s.melzatia@gmail.com)<sup>2</sup>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk pengambilan sampel dengan menyebarkan kuesioner. Data yang digunakan yaitu data primer yang bersumber dari penyebaran kuesioner terhadap 100 Wajib Pajak UMKM di DKI Jakarta. Metode analisis data adalah Moderated Regression Analysis (MRA) yang digunakan untuk memahami apakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dipengaruhi oleh variabel moderasi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kausal yang mana bertujuan untuk mengetahui sebab – akibat antara variabel. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif untuk mengumpulkan sejumlah data yang berguna untuk menjelaskan karakteristik setiap variabel dengan variabel lainnya. Alat yang digunakan untuk menguji penelitian ini adalah aplikasi SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, sedangkan variabel pengetahuan perpajakan, dan sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Sosialisasi perpajakan tidak dapat memoderasi pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di DKI Jakarta.

**Kata Kunci:** Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Sosialisasi Perpajakan.

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of taxation knowledge, taxpayer awareness, and tax sanctions on MSME taxpayer compliance with tax socialization as a moderating variable. This study uses the slovin formula for sampling by distributing questionnaires. The data used is primary data sourced from distributing questionnaires to 100 MSME taxpayers in DKI Jakarta. The data analysis method is Moderated Regression Analysis (MRA) which is used to understand whether the effect of the independent variable on the dependent variable is influenced by the moderating variable. This research is a type of causal research that aims to determine the cause - effect between variables. This study uses a quantitative research design to collect a number of data that is useful for explaining the characteristics of each variable with other variables. The results of this study indicate that taxpayer awareness has a positive effect on MSME taxpayer compliance, while the tax knowledge variable, and tax sanctions have no effect on MSME taxpayer compliance. Tax socialization cannot moderate tax knowledge, taxpayer awareness, and tax sanctions on the compliance of MSME taxpayers in DKI Jakarta.*

**Keywords:** Taxpayer Awareness, Taxpayer Compliance, Taxation Knowledge, Tax Sanctions, Taxation Socialization.

## PENDAHULUAN

Di Indonesia, pajak merupakan salah satu sumber pendapatan utama bagi negara dalam menjalankan fungsi-fungsinya, seperti menyediakan fasilitas publik, pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan lain sebagainya. Menurut Direktorat Jenderal Pajak (2022), pembayaran pajak merupakan perwujudan dari kewajiban kenegaraan dan peran serta wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Sehingga pemerintah mengandalkan kepatuhan wajib pajak sebagai salah satu pilar dalam sistem perpajakan yang efektif (Bakeuda, 2021).

Kepatuhan pajak mengacu pada keputusan wajib pajak untuk mematuhi peraturan perundang-undangan perpajakan dengan membayar pajak tepat waktu dan akurat. Kepatuhan terhadap undang-undang perpajakan penting untuk dilaksanakan demi menjaga sistem dan mendukung program serta layanan yang meningkatkan taraf hidup. Menurut Yusuf et al. (2022), kepatuhan wajib pajak berarti penyelesaian semua SPT yang dipersyaratkan secara tepat waktu dan pelaporan kewajiban perpajakan yang akurat sesuai dengan peraturan yang berlaku pada saat SPT diajukan.

Sebagian besar sumber pendapatan perpajakan berasal dari sektor riil ekonomi. Salah satunya adalah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan badan usaha yang dijalankan oleh kelompok masyarakat dan keluarga yang mayoritas adalah pengusaha Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2021, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07%. Tetapi catatan World Bank menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak UMKM masih cukup rendah yaitu sebesar 15%.



**Gambar 1.** Hasil Perbandingan Alternatif dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM

**Sumber:** <https://news.ddtc.co.id/dongkrak-kepatuhan-pajak-umkm-peningkatan-literasi-jadi-kunci-43342>

Menurut Ayumi (2022), mayoritas UMKM bersedia mendaftarkan diri sebagai wajib pajak dan berkontribusi kepada negara. Tetapi tingginya kesadaran tak sebanding dengan pengetahuan UMKM terhadap sistem perpajakan. Berdasarkan survei hanya

21.48% pelaku UMKM yang memiliki pengetahuan dan mengerti akan peraturan perpajakan. Dari hasil perbandingan yang dilakukan DDTC FRA menunjukkan bahwa faktor yang sangat berperan dalam menentukan tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM yaitu literasi dan pemahaman pajak, kualitas pelayanan petugas, dan pemanfaatan teknologi digital. Dan menurut Ayumi (2022), hal yang perlu ditingkatkan yaitu kesadaran pajak, sosialisasi pajak, dan program inklusi pajak.

Pentingnya pengetahuan perpajakan bagi wajib pajak UMKM juga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Riset dari DDTC FRA menunjukkan bahwa 61% pelaku UMKM masih belum memanfaatkan fasilitas PPh final sebesar 0.5% akibat dari kurangnya literasi serta pengetahuan dari wajib pajak UMKM. Minimnya kemampuan dan pengetahuan tentang pajak dapat membuat rendahnya angka partisipasi pajak dari sektor UMKM.

Menurut Saprudin et al. (2020), pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini terjadi karena cukup banyak pelaku UMKM yang sudah sadar untuk membayar pajak, sebagai dampak dari informasi perpajakan yang mereka terima. Menurut Puspodewanti & Susanti (2021), secara parsial pengetahuan perpajakan memberikan pengaruh secara signifikan pada kepatuhan wajib pajak.

Selain pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak juga dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Yang mana hingga saat ini kesadaran masyarakat untuk membayar pajak masih belum mencapai tingkat sebagaimana yang diharapkan. Masyarakat berpikir mereka membayar pajak tetapi tidak mendapatkan sesuatu secara langsung, tiba-tiba sudah di potong pajaknya. Hal tersebut terjadi dikarenakan kurangnya edukasi dan kesadaran dari para pelaku UMKM.

Menurut Direktur Penyuluhan, Pelayanan dan Hubungan Masyarakat Ditjen Pajak Hestu Yoga, kepatuhan wajib pajak terhadap pajak sangat dipengaruhi oleh kesadaran wajib pajak. Oleh karena itu, sangat penting untuk meningkatkan kesadaran pajak bagi warga negara Indonesia apalagi hingga saat ini tingkat tax ratio kepatuhan di Indonesia masih 10.3%. Penelitian Indriati et al. (2022), *taxpayer awareness has a significant effect on individual taxpayer compliance*. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak maka semakin meningkat pula tingkat kepatuhan wajib pajak.

Setyawan & Aris (2022), menyimpulkan bahwa sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Karena sanksi pajak dapat meningkatkan kedisiplinan wajib pajak serta salah satu upaya untuk meningkatkan pengetahuan terhadap pentingnya pajak bagi pembangunan negara. Namun masalahnya banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui aturan dalam membayar pajak, sehingga banyak diantara mereka yang masih cuek dan tidak membayar ataupun telat membayar pajak yang berujung terkena sanksi administrasi hingga sanksi pidana.

Sosialisasi perpajakan diharapkan dapat mendorong keyakinan masyarakat untuk memenuhi kewajiban perpajakannya (Perdana & Dwirandra, 2020). Kurangnya sosialisasi otoritas pajak mengenai kewajiban dan kemudahan pembayaran pajak UMKM menjadi salah satu alasan UMKM untuk malas membayar pajak. Maka daripada itu Direktorat Jenderal Pajak (DJP) juga harus mengembangkan strategi yang gencar untuk sosialisasi perpajakan. Mulai dari melakukan kegiatan sosialisasi perpajakan secara langsung ataupun tidak langsung baik di kota-kota besar maupun di daerah-daerah. Bisa juga dengan memanfaatkan website maupun sosial media yang dimiliki untuk menginformasikan aturan serta sistem yang berlaku. Menurut Aprilia et al. (2022), sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal tersebut dapat mempermudah wajib pajak untuk mendapatkan pengetahuan,

informasi perpajakan dan juga sanksi pajak bagi wajib pajak yang baru mendaftar.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian dari peneliti terdahulu maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi”** (Studi Empiris Pada Wajib Pajak UMKM di DKI Jakarta).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kausal. Menurut Chasun (2019), studi kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan menggunakan studi kausal, peneliti ingin menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independen berupa pengetahuan perpajakan (X1), kesadaran wajib pajak (X2), dan sanksi pajak (X3) terhadap variabel dependen kepatuhan wajib pajak UMKM (Y) dengan sosialisasi perpajakan (Z) sebagai variabel moderasi.

Darmanah (2019), mengungkapkan bahwa penelitian kuantitatif dilandaskan pada positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sample tertentu. Metode positivistik disebut sebagai metode ilmiah, karena metode ini telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah – konkret, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan sebagai ilmu pengetahuan dan teknologi baru. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik survei dengan mengumpulkan data menggunakan beberapa pertanyaan kuesioner yang dibagikan kepada wajib pajak UMKM yang tersebar di DKI Jakarta. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Chasun (2019), yang mengatakan bahwa survei merupakan studi yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah sampel dari populasi tersebut untuk menentukan frekuensi relatif, distribusi, dan hubungan antara variabel sosiologis dan psikologis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Kesesuaian Model

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tujuan dari menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai  $R^2$  yaitu antara nol dan satu, jika nilai  $R^2$  kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen menjelaskan variabel dependen terbatas.

**Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	
Model	Adjusted R Square
Tanpa Variabel Moderasi	0.504

*Sumber: Data diolah dengan SPSS 25*

Berdasarkan tabel 1 data menunjukkan bahwa kemampuan variabel pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak dalam menerangkan variabel kepatuhan wajib pajak adalah 50.4%. Sedangkan sisanya 49.6% variabel kepatuhan wajib pajak dijelaskan oleh variabel – variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Menurut kriteria Hair et al. (2011), nilai adjusted R<sup>2</sup> yaitu 0.504 termasuk kedalam kategori moderat karena nilai adjusted R<sup>2</sup> berada pada rentang 0.500 – 0.750. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memiliki kemampuan yang layak untuk menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	
Model	Adjusted R Square
Dengan Variabel Moderasi	0.504

*Sumber: Data diolah dengan SPSS 25*

Berdasarkan tabel 2 data menunjukkan bahwa nilai adjusted R<sup>2</sup> setelah dimasukkan variabel moderasi naik dari 50.4% menjadi 55.7%. Hal tersebut bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk mengikutsertakan variabel sosialisasi perpajakan yang mana kemampuan variabel sosialisasi perpajakan dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara variabel pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak yaitu 55.7%. Sedangkan sisanya yaitu 44.3% variabel kepatuhan wajib pajak dijelaskan oleh variabel- variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan sudah sesuai atau belum. Dikatakan model regresi sudah sesuai jika nilai F hitung > F tabel dan Sig. < 0.05.

**Tabel 3. Hasil Uji F Pada Variabel Independen**

Uji F		
Model	F	Signifikansi
Tanpa Variabel Moderasi	34.573	0.000 <sup>b</sup>

*Sumber: Data diolah dengan SPSS 25*

Berdasarkan tabel 3 dijelaskan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05. Sementara nilai F hitung yaitu 34.573 > F tabel yaitu 2.70. Dengan perhitungan tabel sebagai berikut:

Nilai DF 1 = k = 3

Nilai DF 2 = n – k – 1 = (100 – 3 – 1) = 96

Selanjutnya dengan melihat tabel F yang telah didistribusi, DF 1 = 3 dan DF 2 = 96, maka nilai F tabel yaitu 2.699 atau bisa dibulatkan menjadi 2.70. Dikarenakan nilai signifikansi < 0.05 dan nilai F hitung > nilai F tabel, maka disimpulkan bahwa data sudah sesuai.

**Tabel 4. Hasil Uji F Pada Variabel Moderasi**

Uji F		
Model	F	Signifikansi
Dengan Variabel Moderasi	18.817	0.000 <sup>b</sup>

*Sumber: Data diolah dengan SPSS 25*

Berdasarkan tabel 4.15 dijelaskan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . Sementara nilai F hitung yaitu  $18.817 > F$  tabel yaitu 2.11. Dengan perhitungan F tabel sebagai berikut:

Nilai DF 1 = k = 7

Nilai DF 2 = n - k - 1 = (100 - 7 - 1) = 92

Selanjutnya dengan melihat tabel F yang telah didistribusi, DF 1 = 7 dan DF 2 = 92, maka nilai F tabel yaitu 2.11. Dikarenakan nilai signifikansi  $< 0.05$  dan nilai F hitung  $>$  nilai F tabel, maka disimpulkan bahwa data sudah sesuai.

## Pengujian Hipotesis

### Uji Statistik (Uji t)

Jika nilai signifikansi (Sig).  $<$  probabilitas 0.05 maka ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis diterima dan jika nilai signifikansi (Sig).  $>$  probabilitas 0.05 maka tidak ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis ditolak.

**Tabel 5. Hasil Uji Statistik (Uji t)**

Uji Statistik (Uji t)	
Model	Sig.
Pengetahuan Perpajakan	0.693
Kesadaran Wajib Pajak	0.028
Sanksi Pajak	0.504
Sosialisasi Perpajakan*Pengetahuan Perpajakan	0.518
Sosialisasi Perpajakan*Kesadaran Wajib Pajak	0.084
Sosialisasi perpajakan*Sanksi Pajak	0.707

*Sumber: Data diolah dengan SPSS 25*

Jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 (n=100) dengan jumlah semua variabel yaitu 8 (k=8). Sehingga nilai df = n - k (df= 100 - 8) yaitu 92. Dengan tingkat signifikansi 0.05 mengacu pada t tabel dengan nilai df yaitu 92, maka didapat nilai t tabel yaitu 1.98609. Maka tabel 4.16 menunjukkan bahwa:

- 1) Variabel pengetahuan perpajakan memiliki nilai signifikansi yaitu 0.693 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0.05, sedangkan nilai t hitung yaitu -0.396 lebih kecil dari t tabel yaitu 1.98609. Dari hasil uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak UMKM.
- 2) Variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai signifikansi yaitu 0.028 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sementara nilai t hitung yaitu 2.231 lebih besar dari t tabel yaitu 1.98609. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif ( $H_{a1}$ ) diterima sedangkan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak UMKM.
- 3) Variabel sanksi pajak memiliki nilai signifikansi yaitu 0.504 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Sementara nilai t hitung yaitu 0.671 lebih kecil dari t tabel yaitu 1.98609. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif ( $H_{a1}$ ) ditolak sedangkan hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sanksi pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak UMKM.

- 4) Variabel sosialisasi perpajakan (variabel moderasi) memiliki nilai signifikansi yaitu 0.001 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sementara nilai t hitung yaitu 3.361 lebih besar dari t tabel yaitu 1.98609. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif ( $H_{a1}$ ) diterima sedangkan hipotesis nol ( $H_{01}$ ) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak UMKM.
- 5) Variabel pengetahuan perpajakan\*sosialisasi perpajakan memiliki nilai signifikansi 0.518 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Nilai t hitung yaitu 0.649 lebih kecil dari nilai t tabel yaitu 1.98609. Maka hipotesis alternatif ( $H_{a1}$ ) ditolak sedangkan hipotesis nol ( $H_{01}$ ) diterima, yang artinya variabel pengetahuan perpajakan\*sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
- 6) Variabel kesadaran wajib pajak\*sosialisasi perpajakan memiliki nilai signifikansi 0.084 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Nilai t hitung yaitu -1.745 lebih kecil dari nilai t tabel yaitu 1.98609. Maka hipotesis alternatif ( $H_{a1}$ ) ditolak sedangkan hipotesis nol ( $H_{01}$ ) diterima, yang artinya variabel kesadaran wajib pajak\*sosialisasi perpajakan
- 7) tidak berpengaruh signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
- 8) Variabel sanksi pajak\*sosialisasi perpajakan memiliki nilai signifikansi 0.707 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Nilai t hitung yaitu -0.377 lebih kecil dari nilai t tabel yaitu 1.98609. Maka hipotesis alternatif ( $H_{a1}$ ) ditolak sedangkan hipotesis nol ( $H_{01}$ ) diterima, yang artinya variabel sanksi pajak\*sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

### Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda merupakan uji statistik yang lebih komprehensif untuk menguji keberadaan hubungan linear antara variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi linear berganda.

**Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B
Constant	2.613
Pengetahuan Perpajakan	0.293
Kesadaran Wajib Pajak	0.351
Sanksi Pajak	0.262

*Sumber: Data diolah dengan SPSS 25*

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui persamaan analisis regresi linear berganda yaitu ( $Y = 2.613 + 0.293 X_1 + 0.351 X_2 + 0.262 X_3$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai konstanta yaitu 2.613 yang bernilai positif artinya kepatuhan wajib pajak meningkat sebesar 2.613 jika variabel pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak konstan.
- 2) Koefisien regresi pada variabel pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai yaitu 0.293,  $t$  hitung = 2.665 dan signifikansi  $0.009 < 0.05$ . Sehingga semakin tinggi pengetahuan perpajakan, semakin meningkat pula kepatuhan wajib pajak UMKM.
- 3) Koefisien regresi pada variabel kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai yaitu 0.351,  $t$  hitung = 2.926 dan signifikansi  $0.004 < 0.05$ . Sehingga semakin tinggi kesadaran wajib pajak, semakin meningkat pula kepatuhan wajib pajak UMKM.
- 4) Koefisien regresi pada variabel sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai yaitu 0.262,  $t$  hitung = 3.102 dan signifikansi  $0.003 < 0.05$ . Sehingga semakin tinggi sanksi pajak, semakin meningkat pula kepatuhan wajib pajak UMKM.

#### Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Tujuan dari pengujian moderated regression analysis (MRA) adalah untuk menganalisis tingkat dan arah pengaruh variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

**Tabel 7. Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)**

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Model	B
Constant	-9.828
Pengetahuan Perpajakan	-0.185
Kesadaran Wajib Pajak	1.249
Sanksi Pajak	0.241
Sosialisasi Perpajakan	1.054
Sosialisasi Perpajakan*Pengetahuan Perpajakan	0.015
Sosialisasi Perpajakan*Kesadaran Wajib Pajak	-0.049
Sosialisasi Perpajakan*Sanksi Pajak	-0.007

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui persamaan moderated regression analysis (MRA) yaitu  $Y = -9.828 - 0.185 X_1 + 1.249 X_2 + 0.241 X_3 + 1.054 Z + 0.015 X_1*Z - 0.049 X_2*Z - 0.007 X_3*Z + e$ . Maka dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai konstanta bernilai negatif yaitu  $-9.828$ , artinya apabila variabel pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, sanksi pajak dan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasinya memiliki nilai konstan. Maka nilai dari variabel kepatuhan wajib pajak UMKM yaitu  $-9.828$ .
- 2) Koefisien regresi pada variabel pengetahuan perpajakan memiliki nilai negatif yaitu  $-0.185$  yang artinya ada hubungan negatif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Jika ada penambahan 1 nilai interaksi antara pengetahuan perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak UMKM, maka dapat menurunkan nilai kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar  $-0.185$ .



- 3) Koefisien regresi pada variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai positif yaitu 1.249 yang artinya ada hubungan positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Jika ada penambahan 1 nilai interaksi antara kesadaran wajib pajak dengan kepatuhan wajib pajak UMKM, maka dapat meningkatkan nilai kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 1.249.
- 4) Koefisien regresi pada variabel sanksi pajak memiliki nilai positif yaitu 0.241 yang artinya ada hubungan positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Jika ada penambahan 1 nilai interaksi antara sanksi pajak dengan kepatuhan wajib pajak UMKM, maka dapat meningkatkan nilai kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0.241.
- 5) Koefisien regresi pada variabel sosialisasi perpajakan memiliki nilai positif yaitu 1.054 yang artinya ada hubungan positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Jika ada penambahan 1 nilai interaksi antara sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak UMKM, maka dapat meningkatkan nilai kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 1.054.
- 6) Koefisien regresi pada variabel pengetahuan perpajakan\*sosialisasi perpajakan memiliki nilai positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yaitu 0.015. Hal ini menunjukkan bahwa jika ada penambahan 1 nilai interaksi antara variabel pengetahuan perpajakan\*sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak UMKM, maka dapat meningkatkan nilai kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0.015.
- 7) Koefisien regresi pada variabel kesadaran wajib pajak\*sosialisasi perpajakan memiliki nilai negatif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yaitu  $-0.049$ . Hal ini menunjukkan bahwa jika ada penambahan 1 nilai interaksi antara variabel kesadaran wajib pajak\*sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak UMKM, maka dapat menurunkan nilai kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar  $-0.049$ .
- 8) Koefisien regresi pada variabel sanksi pajak\*sosialisasi perpajakan memiliki nilai negatif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yaitu  $-0.007$ . Hal ini menunjukkan bahwa jika ada penambahan 1 nilai interaksi antara variabel sanksi pajak\*sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak UMKM, maka dapat menurunkan nilai kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar  $-0.007$ .

## **PEMBAHASAN**

### **Pengetahuan Perpajakan Tidak Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal tersebut menjelaskan bahwa pengetahuan perpajakan yang diperoleh melalui pelatihan perpajakan tidak menjamin wajib pajak akan patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Keterbatasan sumber daya untuk melibatkan pemilik dan karyawan dalam pelatihan perpajakan yang memadai juga merupakan penyebab kurangnya pengetahuan tentang kewajiban perpajakan dan potensi konsekuensinya. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saprudin et al. (2020), yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Jakarta. Hal ini juga bertentangan dengan hasil penelitian Putra & Waluyo (2020), yang mengatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

### **Kesadaran Wajib Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran yang dimiliki wajib pajak maka dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Kesadaran wajib pajak dapat mencerminkan pemahaman mereka terhadap kewajiban pajak yang dimilikinya. Jika wajib pajak memiliki tingkat kesadaran yang tinggi, kemungkinan besar mereka akan memahami pentingnya mematuhi peraturan perpajakan dan melaksanakan kewajiban mereka dengan baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspodewanti & Susanti (2021), yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak memberikan pengaruh yang signifikan pada kepatuhan wajib pajak. Akan tetapi tidak sejalan dengan penelitian Aprilia et al. (2022), yang mengatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

### **Sanksi Pajak Tidak Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Sanksi pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini menjelaskan mengapa sanksi pajak masih dipandang sebagai beban tambahan yang sulit ditanggung oleh wajib pajak UMKM. Wajib pajak UMKM cenderung mengabaikan potensi sanksi karena merasa sanksi pajak yang dikenakan tidak sebanding dengan pelanggaran perpajakan yang mungkin dilakukannya dan adanya ketidakpastian dalam penegakan hukum.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2020), Solihah et al. (2021), Imania (2022), dan Setyawan & Aris (2022), yang menyatakan bahwa sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

### **Sosialisasi Perpajakan Tidak Dapat Memoderasi Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Variabel sosialisasi perpajakan yang memoderasi pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM tidak berpengaruh signifikan. Melibatkan wajib pajak UMKM dalam program sosialisasi perpajakan dapat berdampak pada tingkat pengetahuan perpajakan yang diterima wajib pajak UMKM, jika wajib pajak UMKM tidak aktif terlibat dalam program tersebut maka sosialisasi perpajakan mungkin tidak memberikan kontribusi terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Sehingga variabel sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi tidak dapat memperkuat hubungan antara pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di DKI Jakarta, sehingga penggunaan variabel sosialisasi perpajakan tidak dapat diterapkan dalam penelitian ini. Hal ini sejalan dengan penelitian R. Wulandari et al. (2020), sosialisasi pajak tidak memoderasi pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Sama halnya dengan penelitian Sharini & Asyik (2021), sosialisasi perpajakan bukan merupakan variabel moderating dari pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

### **Sosialisasi Perpajakan Tidak Dapat Memoderasi Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Variabel sosialisasi perpajakan yang memoderasi kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM tidak berpengaruh signifikan. Pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM menjadi terbatas dikarenakan sosialisasi perpajakan tidak memberikan pemahaman atau dukungan yang memadai kepada wajib

pajak UMKM. Jika wajib pajak UMKM sudah memiliki tingkat kesadaran yang tinggi sebelumnya, maka hanya ada sedikit ruang untuk melakukan penyesuaian tambahan melalui variabel sosialisasi perpajakan. Sosialisasi perpajakan cenderung lebih efektif pada wajib pajak yang awalnya memiliki tingkat kesadaran yang rendah.

Variabel sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi tidak dapat memperkuat hubungan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di DKI Jakarta, sehingga penggunaan variabel sosialisasi perpajakan tidak dapat diterapkan dalam penelitian ini. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Hartana & Merkusiwati (2018), mengatakan bahwa sosialisasi pajak mampu memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak pada kepatuhan wajib pajak. Tetapi sejalan dengan penelitian Jayusman (2017), yang mengatakan sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi kesadaran wajib pajak dengan kepatuhan wajib pajak.

### **Sosialisasi Perpajakan Tidak Dapat Memoderasi Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Variabel sosialisasi perpajakan yang memoderasi sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM tidak berpengaruh signifikan. Jika sosialisasi perpajakan tidak efektif dalam menyampaikan informasi mengenai sanksi pajak, maka pesan yang disampaikan akan menjadi tidak jelas atau tidak memberikan motivasi kepada wajib pajak UMKM untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya sehingga menganggap sanksi pajak tidak sebanding dengan pelanggaran perpajakan.

Variabel sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi tidak dapat memperkuat hubungan antara sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di DKI Jakarta, sehingga penggunaan variabel sosialisasi perpajakan tidak dapat diterapkan dalam penelitian ini. Hal ini sejalan dengan penelitian Hartana & Merkusiwati (2018), sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan antara sanksi perpajakan pada wajib pajak.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan dari analisis data dan pembahasan di bab sebelumnya tentang variabel pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi (studi empiris pada wajib pajak UMKM di DKI Jakarta), maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
2. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
3. Sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
4. Sosialisasi perpajakan tidak dapat memoderasi pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
5. Sosialisasi perpajakan tidak dapat memoderasi kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
6. Sosialisasi perpajakan tidak dapat memoderasi sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu:

1. Petugas pajak sebaiknya tetap memberikan pelatihan dan bimbingan perpajakan kepada wajib pajak UMKM untuk membantu mereka memahami kewajiban perpajakan dan manfaatnya. Tetap menjaga konsistensi dalam menerapkan sanksi pajak, sehingga wajib pajak UMKM tetap menyadari konsekuensi dari pelanggaran perpajakan. Dan terus meningkatkan kualitas dan efektivitas program sosialisasi perpajakan, serta mengidentifikasi metode yang lebih efisien untuk mencapai wajib pajak UMKM yang patuh terhadap kewajibannya.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lainnya yang dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM serta menambahkan jumlah sampel. Untuk variabel sosialisasi perpajakan bisa dipertimbangkan untuk menjadi variabel independen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, R. (2019). *Analisa Atas Peningkatan Kepatuhan Pajak Melalui Peningkatan Kesadaran Wajib Pajak Dan Kepatuhan Hukum Atas Sanksi Pajak (Survey Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Subang)*.
- Agustin, I. (2022). Pengaruh Sistem E-Filling Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderating Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di KppPratama Medan Polonia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi, Vol. 03, No. 1, 2022, 2(3)*, 119–127. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.204>
- Aprilia, P., Zuliyati, & Afifi, Z. (2022). The Effect of Tax Knowledge, Taxpayer Awareness, Education Level, Tax Socialization and Tax Justice on Taxpayer Compliance for SMEs (Study On Convection Taxpayer In Kudus). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 8(1), 1–6. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v8i1.632>
- Apriyani, D. (2018). Pengaruh Penerapan E-Filing, Tingkat Pengetahuan Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di Kpp Pratama Jakarta Kebon Jeruk Dua). In <http://digilib.mercubuana.ac.id/>. Universitas Mercu Buana.
- Ayumi, L. (2022). Dongkrak Kepatuhan Pajak UMKM, Peningkatan Literasi Jadi Kunci. *DDTC News*.
- Bakeuda. (2021). *Fungsi, Manfaat dan Jenis Pajak untuk Pembangunan Negara*. BAKEUDA. <https://bakeuda.agamkab.go.id/Home/view/22>
- Chasun, S. D. A. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Zoya Lamongan. In *Angewandte Chemie International Edition, 6(11)*, 951–952. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Universitas Diponegoro.
- Habu, R. E., Ayem, S., & Kusuma, D. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak,

- Pemahaman Psak Emkm Dan Relaksasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Yogyakarta. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(2), 357–375. <https://doi.org/10.26618/jrp.v4i2.6332>
- Hair, J. F., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2011). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Jayusman, S. F. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Medan Polonia. In *Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara (RI-USU)*. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/2645>
- Jihin, S. A. F., Sulistyowati, W. A., & Salta. (2021). Kajian Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi Ditinjau Dari Pemahaman Peraturan Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 12(2), 303–319. <https://doi.org/dx.doi.org/10.22225/kr.11.2.1154.190-196>.
- Nasiroh, D., & Afiqoh, N. W. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 3(2), 152–164. <https://doi.org/10.32815/ristansi.v3i2.1232>
- Nazwah, H. (2023). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada KPP Pratama Pondok Gede). *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 92–112.
- Novia, D. (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Spt Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Vol. 1 No. 2 (2019): Volume 1 No 2 2019 SCIENTIA JOURNAL*, 1(2).
- Nugroho, V. Q. K. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Bandung Pajak*, D. J. (2022). *Pajak*. DJP. <https://www.pajak.go.id/id/pajak>
- Paulus, H. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Implementasi Penerapan E- Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Masa Pandemi Covid 19* (Vol. 15, Issue 2).
- Perdana, E. S., & Dwirandra, A. A. N. . (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1458. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i06.p09>
- Riadita, F. A., & Saryadi. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada UMKM Yang Terdaftar di KPP Pratama Semarang Selatan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 105–113.
- Saefullah, E., Rohaeni, N., & Tabroni. (2022). *MANAJEMEN Usaha Mikro, Kecil dan Menengah UMKM* (M. A. Efi Tajuroh Afiah, S.E., M. M. Hadi Kurniawanto, S.Kom., & S. E. Dina Lalia Wati (eds.)). CV. EUREKA MEDIA AKSARA.

- Samsuar. (2019). ATRIBUSI. *Jurnal Network Media Vol: 2 No. 1*, 2(1), 1–19.
- Solihah, Novitasari, I., & Khoiriyah, N. (2021). Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Pustaka). *Simposium Nasional Perpajakan*, 1(1), 96–99.
- Tridestia, S. (2020). *Gambaran Variasi Menu dan Tingkat kepuasan Konsumen di Taman Sari Sakato Katering Kota Pekanbaru*.
- Winerungan, O. L. (2013). Tax Socialization, Fiscal Service, Tax Sanctions on Individual Taxpayer Compliance at KPP Manado and KPP Bitung. *Jurnal EMBA*, 1(3), 9–37.
- Wulandari, D. (2019). *Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak Dan Presepsi Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi* (Vol. 1, Issue 1).
- Zaikin, M., Pagalung, G., & Rasyid, S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening. *Owner*, 7(1), 57–76. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1346>.