

**THE INFLUENCE OF TAX SOCIALIZATION AND THE QUALITY OF FISCAL SERVICES ON THE LEVEL OF TAXPAYER COMPLIANCE
(CASE STUDY OF MSMEs REGISTERED AT KPP PRATAMA CIMAHI)**

**PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN KUALITAS PELAYANAN FISKUS TERHADAP TINGKAT KEPATUHAN WAJIB PAJAK
(STUDI KASUS PADA UMKM YANG TERDAFTAR DI KPP PRATAMA CIMAHI)**

Neta Alivia¹, Bani Binekas²

Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Indonesia^{1,2}

netaalivia_21p058@ak.unjani.ac.id¹, bani.binekas@lecture.unjani.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of tax socialization and the quality of tax services on the level of taxpayer compliance. The objects of this research are MSMEs registered with KPP Pratama Cimahi. The sampling technique in this research used probability sampling with a simple random sampling method with a sample size of 100 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results of this research show that the variables of tax socialization and tax service quality have a positive and significant effect on the level of taxpayer compliance.

Keywords: Tax Socialization; Quality of Fiscus Services; Taxpayer Compliance Level.

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan dalam meninjau pengaruh sosialisasi perpajakan serta kualitas pelayanan fiskus pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Obyek penelitian ini ialah UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Cimahi. Teknik pengambilan sampel padapenelitian ini memakai *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* sampling atas total sampel sejumlah 100 responden. Metode analisis yang dimanfaatkan ialah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini memperlihatkan kalau variabel sosialisasi perpajakan serta kualitas pelayanan fiskus mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada tingkat kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci: Sosialisasi Perpajakan; Kualitas Pelayanan Fiskus; Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak.

PENDAHULUAN

Pajak memiliki peran penting sebagai dasar perekonomian negara, terutama dalam membiayai pengeluaran pemerintah demi meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. Karena itu, negara perlu lebih maksimal dalam mengumpulkan penerimaan atas sektor pajak. Untuk meningkatkan penerimaan pajak, menurut DJP, sektor swasta memiliki peningkatan penerimaan pajak yang signifikan karena adanya UMKM yang menunjang bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM mempunyai andil penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia, hingga sesudah krisis moneter, UMKM jadi penopang utama perekonomian sebab lebih fleksibel dibandingkan

industri besar (Noviana et al., 2020). Berlandaskan data KADIN total UMKM di Indonesia di tahun 2023 mencapai sekitar 66 juta, yang meningkat berdasarkan tahun sebelumnya 1,54%. Kontribusi UMKM mencapai 61% atau setara dengan Rp9.580 triliun dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB), dengan begitu jelas kalau UMKM mempunyai potensi yang besar pada penerimaan pajak. Rasio yang menunjukkan tingkat kepatuhan wajib pajak ditunjukkan di tabel 1.

Tabel 1. Rasio Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan Wajib Pajak	Rasio (%)
Sangat Patuh	>100
Patuh	90-100
Cukup Patuh	80-90
Kurang Patuh	60-80
Tidak Patuh	≤ 60

Sumber: (Wulaningrum, 2023)

Hal ini tabel tingkat kepatuhan Wajib Pajak UMKM terdaftar di KPP Pratama Cimahi periode 2019-2023.

Tabel 2. Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Cimahi Tahun 2019-2023

Tahun	Wajib Pajak Terdaftar	Wajib Pajak Laport SPT	Rasio Kepatuhan %
2019	10.677	5.586	52,32%
2020	13.898	7.325	52,71%
2021	18.108	6.890	38,05%
2022	19.813	11.292	56,99%
2023	31.874	8.210	25,76%

Sumber: KPP Pratama Cimahi (Data Penelitian 2025)

Berdasarkan tabel 2, bisa ditinjau bahwa total wajib pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Cimahi diperiode 2019 hingga 2023 terus terjadi peningkatan dari 10.677 hingga 31.874. Namun, kenaikan wajib pajak UMKM yang terdaftar tidak diimbangi sama peningkatan jumlah wajib pajak UMKM yang lapor SPT. Kepatuhan wajib pajak tahun 2023 mengalami penurunan sebesar 25,76%. Pada tahun 2019 sampai dengan 2023 kepatuhan wajib pajak UMKM 6 Kota Cimahi dalam kategori “Tidak Patuh” (≤ 60). Kondisi rendahnya tingkat kepatuhan pajak tersebut tentu saja kurangnya kesadaran wajib pajak pada kewajiban perpajakannya.

Kepatuhan wajib pajak ialah sikap taat untuk memenuhi peraturan perpajakan dengan melaksanakan kewajiban dan tanggung jawab perpajakannya. Dalam melakukan kewajiban perpajakan, wajib pajak diwajibkan untuk melaksanakan pembayaran serta pelaporan pajak, baik untuk kewajiban masa maupun tahunan, selaras sama ketentuan yang berlaku (Cristina, 2023). Kepatuhan wajib pajak ialah diantara aspek untuk mencapai target penerimaan pajak, sebab makin banyak yang patuh, makin tinggi juga penerimaan pajak negara. Hal ini jadi diantara persoalan utama yang butuh perhatian. Kepatuhan wajib pajak terpengaruh sama diantara aspek semisal

sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus serta banyak lagi aspek sebagainya (Lolowang et al., 2022).

Sosialisasi perpajakan diantara aspek penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Program sosialisasi pajak yang diselenggarakan sama DJP mempunyai tujuan dalam menaikkan pemahaman serta pengetahuan masyarakat mengenai sistem dan ketentuan perpajakan yang berlaku, khususnya terkait pelaksanaan kewajiban pajak selaras sama UU Perpajakan (Noviana et al., 2020). Sosialisasi perpajakan jika semakin sering dilakukan dan merata untuk itu hendak meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajaknya, sebab tujuan dari sosialisasi perpajakan diinginkan dapat memberikan dorongan kesadaran wajib pajak agar mendaftarkan diri, membayar pajak, serta melaporkan tanggungan perpajakannya.

Menurut Lolowang et al. (2022) faktor lainnya untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak ialah mutu layanan fiskus. Pelayanan fiskus merupakan baik jeleknya sikap petugas pajak keyika melayani atau membantu segala kebutuhan wajib pajak dengan harapan bisa memenuhi ekspektasi mereka (Anggitasari & Purwantini, 2023). Kualitas pelayanan dari petugas pajak ataupun fiskus yang baik untuk itu hendak membuat wajib pajak terasa senang serta nyaman untuk melakukan kewajiban perpajakannya, hingga mendorong wajib pajak untuk konsisten ataupun lebih patuh untuk melakukan kewajiban perpajakannya, untuk itu kepatuhan wajib pajak akan meningkat.

Kepatuhan wajib pajak ialah aspek penting untuk penerimaan pajak dan pajak merupakan sumber penerimaan terbesar, serta berdasarkan gejala yang muncul, maka kepatuhan wajib pajak menjadi penting dalam diteliti. Dalam

penelitian yang diteliti sama (Noviana et al., 2020), dan (Rahman & Syarli, 2023) mengatakan kalau sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Hasil yang beda pada penelitian yang dilaksanakan sama (Saputra et al., 2022) serta (Fransiska & Karnawati, 2024) yang mengatakan kalau sosialisasi justru tidak mempunyai pengaruh pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Penelitian (Madjodjo & Baharuddin, 2022) serta (Juhairiyeh et al., 2023) memperlihatkan kalau kualitas layanan fiskus mempunyai pengaruh positif pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Tetapi temuan yang beda pada penelitian yang diteliti sama (Aliviany & Kristianti Maharani, 2023) dan (Anggitasari & Purwantini, 2023) yang mengatakan kalau kualitas layanan tidak memiliki pengaruh pada tingkat kepatuhan wajib pajak.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behavior

Teori dalam penelitian ini memakai *Theory of Planned Behavior*. Menurut Ajzen pada tulisan Dirmanto (2020) *Theory of Planned Behavior* diciptakan untuk memperkirakan dan memaparkan perilaku individu pada situasi tertentu. *Theory of Planned Behavior* ialah pemrediksi perilaku individu yang lebih baik sebab diselaraskan sama niat dalam berperilaku. *Theory of Planned Behavior* memaparkan kalau niat perilaku seseorang dalam melakukan suatu tindakan dapat ditetapkan sama 3 aspek, ialah adanya hubungan antara sikap, norma subjektif, serta kontrol perilaku.

Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan yang efektif sangat penting sebab wajib pajak yang sudah mengikuti sosialisasi perpajakan 38 serta mendalami isi sosialisasi bisa menambah pengetahuan

wajib pajak dan kesadaran wajib pajak mengenai kewajiban seorang wajib pajak. Sosialisasi perpajakan bisa mengubah metode berpikir individu yang sebelumnya tidak patuh jadi patuh untuk membayar kewajiban perpajakannya.

Berlandaskan *Theory of Planned Behavior* bisa dinyatakan kalau sosialisasi berkaitan sama norma subjektif. Terdapatnya sosialisasi perpajakan ini, wajib pajak hendak diberi pengetahuan serta pemahaman yang berhubungan sama peraturan pajak yang berlaku hingga wajib pajak yang memiliki pengetahuan perpajakan memadai hendak termotivasi agar taat serta patuh untuk membayar pajak sebab sadar akan andil penting untuk membayar pajak. maksudnya, makin sering sosialisasi yang dilakukan untuk itu makin tinggi juga kepatuhan wajib pajak untuk membayar kewajiban perpajakannya (Muhamad et al., 2019).

Hal ini sejalan sama penelitian yang diteliti sama (Anggitasari & Purwantini, 2023) yang mengatakan kalau sosialisasi perpajakan mempunyai pengaruh positif pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Pernyataan itu dapat diperkuat sama (Rahman & Syarli, 2023), (Pratama & Fadli, 2023), dan (Noviana et al., 2020).

Attribution theory

Attribution theory dicetuskan sama Heider dalam Haryanti et al. (2022), teori ini membahas bagaimana sebab dan akibat berlaku bahwa ketika seseorang melakukan pengamatan pada perilaku individu yang lainnya, untuk itu hendak berupaya mencari tahu apakah perilaku itu dikarenakan sama aspek internal ataupun eksternal. Berlandaskan pengertian yang bisa diambil kesimpulan kalau teori atribusi adalah teori yang membahas mengenai pemahaman kejadian disekitar atas perilaku seseorang

serta menetapkan penyebab individu berdasarkan peristiwa itu.

Kualitas Pelayanan Fiskus

Layanan fiskus mempunyai andil Apabila fiskus memberikan bantuan kepada wajib pajak dalam pelaporan dan pembayaran pajak padahal wajib pajak sudah mengetahui bahwa dirinya harus melaporkan dan membayar pajak, maka fiskus tidak akan memberikan pelayanan yang baik dan wajib pajak akan merasa tidak dihargai atas pelayanan yang diberikan. Dampaknya serupa terhadap kepatuhan. Wajib Pajak wajib melaporkan dan membayar kewajiban perpajakannya tepat waktu (Madjodjo & Baharuddin, 2022).

Berlandaskan teori atribusi memaparkan kalau teori ini ialah diantara tahapan pembentukan kesan bagaimana individu bisa memaparkan penyebab perilaku seseorang ataupun dirinya sendiri. Dalam teori ini seseorang melakukan percobaan dalam mendalami sebab apa yang muncul berdasarkan banyak kejadian yang dihadapinya hingga seseorang itu bisa mengambil simpulan atas kejadian tersebut. Hal ini terdapat hubungan sama kualitas layanan fiskus. Kualitas layanan fiskus yang baik pada wajib pajak sangat penting, karena wajib pajak hendak merasa aman, nyaman, serta percaya agar terus membayar serta melaporkan pajaknya selaras sama peraturan yang berlaku, hingga wajib pajak akan merasa puas. Makin baik layanan yang diberi untuk itu kepuasan akan makin meningkat, hingga hendak meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam pemenuhan kewajibannya (Andreansyah & Farina, 2022).

Hal ini selaras sama penelitian yang dilakukan sama (Ariani & Biettant, 2019) kualitas layanan fiskus mempunyai pengaruh positif pada tingkat kepatuhan wajib pajak.

Pernyataan itu bisa diperkuat oleh (Madjodjo & Baharuddin, 2022), (Juhairiyeh et al., 2023), dan (Saputra et al., 2022).

Hipotesis

H1: Sosialisasi Perpajakan memiliki pengaruh positif pada Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak.

H2: Kualitas Pelayanan Fiskus mempunyai pengaruh positif pada Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak.

METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan ini memakai metode pendekatan yang bersifat kuantitatif, ialah menghasilkan nilai berupa angka-angka untuk besaran atau variabel yang sedang diteliti. Metode penelitian kuantitatif dilakukan lewat pendekatan penelitian deskriptif serta rumusan masalah asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang dimanfaatkan pada penelitian ini ialah *probability sampling*. *Probability sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang yang sama untuk semua unsur populasi agar dipilih jadi anggota sampel Paramita et al. (2021, hlm. 62). Penelitian ini memanfaatkan pengambilan sampel tersebut lewat metode *sample random sampling*. Menurut Paramita et al. (2021, hlm. 62), *sample random sampling* ialah pengambilan anggota sampel atas populasi dengan metode acak. Sampel yang dimanfaatkan ialah semua wajib pajak UMKM yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cimahi yaitu sejumlah 31.874 wajib pajak UMKM. Dikarenakan total populasi yang besar, dengan demikian, sampel survei terdiri dari perwakilan UMKM yang dikenakan pajak lewat penggunaan rumus Isaac dan Michael, hingga sampel pada penelitian ini ialah sejumlah 99,687 yang dibulatkan jadi 100 sampel. Dalam mengumpulkan data, peneliti

menggunakan berbagai metode, yaitu studi literatur (berdasarkan jurnal ilmiah, buku, dan peraturan perundang-undangan) serta penelitian lapangan yaitu wawancara dan kuesioner.

Penelitian ini mencakup dua variabel bebas ialah Sosialisasi Perpajakan dan Kualitas Layanan Fiskus serta satu variabel terikat ialah Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak. Operasional Variabel bisa ditinjau di tabel 3 ini.

Tabel 3. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Sosialisasi perpajakan (X1)	a) Penyuluhan melalui media massa	Ordinal
	b) Berdiskusi langsung dengan masyarakat atau WP	
	c) Informasi yang disampaikan secara langsung oleh petugas pajak	
	d) Pemasangan <i>billboard</i> atau pesan singkat (Hadi & Cantika, 2024).	
Kualitas Pelayanan Fiskus (X2)	a) Keandalan (<i>Reliability</i>)	Ordinal
	b) Jaminan (<i>Assurance</i>)	
	c) Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	
	d) Kepedulian (<i>Empathy</i>)	
	e) Berwujud (<i>Tangibles</i>) (Gaol & Sarumaha, 2022)	
Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	a) Mendaftarkan diri ke (KPP)	Ordinal
	b) Kepatuhan untuk menghitung serta membayar pajak yang terutang	
	c) Kepatuhan wajib pajak dalam melapor Surat Pemberitahuan Pajak (SPT)	
	d) Kepatuhan dalam membayar tunggakan (Hafsah & Khopipah, 2023)	

Sumber: Data Penelitian, 2025

Kemudian indikator yang terdapat dalam variabel bebas ataupun variabel terikat tersebut diukur memakai skala ordinal namun akan ditransformasi menjadi skala interval, karena pada proses analisis secara statistik. Tahapan transformasi data jadi interval dilaksanakan dengan memakai *Method of Successive Interval* (MSI) dan juga menggunakan *software statistic SPSS for windows* versi 27. Penilaian pengaruh setiap variabel dinilai menggunakan skala likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Tabel 4. Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,183

Sumber: Data Penelitian, 2025

Berdasarkan riset diatas, menunjukkan kalau hasil uji besarnya Kolmogorov-Smirnov nilai signifikan yang diperoleh di penelitian ini adalah

sejumlah 0,183. Hal ini menunjukkan nilai signifikan yang didapatkan $< 0,05$ untuk itu 86 bisa ditarik kesimpulan bahwa data di penelitian ini mempunyai distribusi normal.

Tabel 5. Hasil Pengujian Heterokedastisitas Glejer

Model	t	Sig.
(Constant)	1,576	0,118
Sosialisasi Perpajakan	-0,407	0,685
Kualitas Pelayanan Fiskus	-0,227	0,821

Sumber: Data Penelitian, 2025

Kriteria dalam pengujian heteroskedastisitas atas uji glejser ialah apabila signifikansi melebihi 0,05 untuk itu dapat dinyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas namun jika nilai signifikansi $< 0,05$ untuk itu telah terdapat heteroskedastisitas. Bisa ditinjau di tabel 5 nilai signifikansi sosialisasi perpajakan (X2) sejumlah 0,685 serta kualitas pelayanan fiskus (X2) sejumlah 0,821. Dikarenakan nilai signifikansi masing-masing variabel $> 0,05$, untuk itu bisa diambil simpulan kalau pada model regresi tidak ada heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Sosialisasi Perpajakan	0,673	1,485
Kualitas Pelayanan Fiskus	0,673	1,485

Sumber: Data Penelitian, 2025

Berlandaskan hasil pengujian multikolinearitas yang bisa ditinjau di tabel 6, nilai tolerance untuk kedua variabel adalah 0,673, hingga bisa diambil kesimpulan kalau seluruh variabel bebas dari multikolinearitas. Selain nilai tolerance, 87 diperoleh juga nilai VIF dimana untuk kedua variabel adalah 1,485, seluruh nilai VIF yang diperoleh tidak lebih dari 10 untuk itu bisa diambil kesimpulan kalau seluruh variabel dinyatakan tidak ada multikolinearitas sehingga diantara syarat regresi terpenuhi.

Tabel 7. Hasil Pengujian Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	0,925	0,587	1,576	0,118
Sosialisasi Perpajakan	-0,009	0,022	0,407	0,685
Kualitas Pelayanan Fiskus	-0,005	0,021	0,227	0,821

Sumber: Data Penelitian, 2025

Berlandaskan tabel diatas bisa diambil simpulan persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini ialah antara lain:

$$Y = 5,122 - 0,453X_1 + 0,162 X_2 + \varepsilon$$

Berlandaskan persamaan regresi linier berganda bisa ditinjau berapa besar pengaruh kedua variabel bebas diantaranya sosialisasi perpajakan serta kualitas layanan fiskus pada variabel terikat ialah tingkat kepatuhan wajib pajak. Nilai konstanta senilai 5,122 menunjukkan bahwa Ketika nilai sosialisasi perpajakan (X1) adalah 0 maka Tingkat kepatuhan wajib pajak (Y) bernilai 5,122. 90 2. Nilai koefisien variabel sosialisasi perpajakan (X1) sebesar 0,453 dengan arah positif. Hal ini dapat diartikan apabila sosialisasi perpajakan (X1) terjadi peningkatan, untuk itu kepatuhan wajib pajak (Y) hendak terjadi peningkatan senilai 0,453. 3. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan fiskus (X2) adalah senilai 0,162 dengan arah positif. Hal ini bisa dimaknai apabila kualitas pelayanan fiskus (X2) terjadi peningkatan untuk itu kepatuhan wajib pajak (Y) hendak terjadi peningkatan senilai 0,162.

Tabel 8. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	211,026	2	105,513	204,802	.000 ^b
Residual	49,974	97	0,515		
Total	261,000	99			

Sumber: Data Penelitian, 2025

Berlandaskan tabel di atas bisa ditinjau kalau F_{hitung} seluruh variabel independen adalah sebesar 204,802, maka $204,802 > 3,092$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $<.000 < 0,05$ untuk itu bisa disimpulkan apabila H_0 ditolak serta H_a diterima, yang maknanya sosialisasi perpajakan serta kualitas pelayanan fiskus dengan cara sama-sama memiliki pengaruh secara signifikan pada tingkat kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di wajib pajak UMKM yang terdaftar pada KPP Pratama Cimahi. Hipotesis pertama penelitian menyatakan kalau sosialisasi perpajakan mempunyai pengaruh positif sama tingkat kepatuhan wajib pajak dan telah dibuktikan melalui perhitungan statistik. Menggunakan pengujian hipotesis uji t (parsial) lewat perbandingan nilai t_{hitung} atas nilai t_{tabel} pada tabel distribusi, serta membandingkan tingkat signifikansi dari masing masing pengujian terhadap kriteria yang ditentukan dengan. Hasil yang didapat sebesar 13,386 t_{hitung} dan nilai t_{tabel} senilai 1,66055. Untuk itu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13,386 > 1,66055$) atas nilai signifikan $< 0,000 < 0,05$ untuk itu H_0 ditolak dan H_a diterima yang maknanya ada pengaruh positif signifikan pada sosialisasi perpajakan pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan yang efektif sangat penting sebab wajib pajak yang sudah mengikuti sosialisasi perpajakan bisa meningkatkan pengetahuan wajib pajak dan kesadaran wajib pajak mengenai kewajiban individu wajib pajak. Sosialisasi perpajakan bisa merubah cara berpikir individu berdasarkan yang sebelumnya tidak patuh jadi patuh dalam membayar kewajiban perpajakannya. Temuan penelitian ini selaras sama *Theory of Planned Behavior* (TPB) bisa dinyatakan kalau sosialisasi berkaitan sama norma subjektif. Adanya sosialisasi perpajakan ini, wajib pajak hendak diberi pengetahuan serta pemahaman berhubungan sama peraturan pajak yang berlaku hingga wajib pajak yang memiliki pengetahuan perpajakan memadai hendak termotivasi agar taat serta patuh untuk membayar pajak sebab sadar pada andil penting untuk membayar pajak. maknanya, makin sering sosialisasi yang dilaksanakan untuk itu makin tinggi juga kepatuhan wajib pajak untuk membayar kewajiban

perpajakannya. Hasil penelitian ini selaras sama penelitain yang dilakukan (Rahman & Syarli, 2023), (Anggitasari & Purwantini, 2023), (Pratama & Fadli, 2023), dan (Noviana et al., 2020) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan mempunyai pengaruh positif pada tingkat kepatuhan wajib pajak.

Hipotesis kedua (H2) penelitian mengatakan kalau kualitas pelayanan fiskus mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada tingkat kepatuhan wajib pajak telah berhasil dibuktikan melalui pengujian statistic. Berdasarkan hasil pengujian statistic (Uji-t) yang sudah dilakukan diperoleh nilai variabel kualitas pelayanan fiskus senilai 4,803 untuk t_{hitung} dan nilai t_{tabel} sebesar 1,66055. Maka $4,803 > 1,66055$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ untuk itu H_0 ditolak serta H_a diterima yang maknanya ada pengaruh positif dan signifikan diantara kualitas layanan fiskus pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Kualitas pelayanan fiskus yang baik pada wajib pajak sangat penting, karena wajib pajak akan merasa aman, nyaman, serta percaya untuk terus membayar serta melaporkan pajaknya selaras sama peraturan yang ada, hingga wajib pajak akan merasa puas. Berdasarkan teori atribusi memaprkan kalau teori ini ialah diantara tahapan pembentukan kesan bagaimana individu bisa memaprkan penyebab perilaku seseorang ataupun dirinya sendiri. Pada teori ini seseorang melakukan percobaan dalam mendalami sebab apa yang terjadi berdasarkan banyak kejadian yang dihadapinya hingga seseorang bisa mengambil kesimpulan berdasarkan kejadian itu. Makin baik layanan yang diberi untuk itu kepuasan akan makin meningkat, sehingga hendak meningkatkan kepatuhan wajib pajak daam pemenuhan kewajibannya. Temuan riset ini selaras ama penelitian (Saputra et al., 2022), (Ariani & Biettant,

2019), (Madjodjo & Baharuddin, 2022), serta (Juhairiyeh et al., 2023) yang menyatakan kalau kualitas layanan fiskus memiliki pengaruh positif pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Hipotesis penetitian mengatakan bahwa sosialisasi perpajakan dan kualitas layanan fiskus memiliki pengaruh positif serta signifikan sama tingkat kepatuhan wajib pajak telah berhasil dibuktikan melalui pengujian statistik.

Berlandaskan hasil pengujian statistik (Uji-F) yang sudah dilaksanakan didapatkan nilai F_{hitung} untuk seluruh variabel independent (bebas) sebesar 204,802. Maka $204,802 > 3,092$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi $< 0,000 < 0,05$ untuk itu H_0 ditolak serta H_a diterima yang artinya kalau sosialisasi perpajakan serta kualitas layanan fiskus dengan cara sama-sama memiliki pengaruh dengan cara signifikan pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini H3 diterima karena hasil tersebut menunjukkan kalau sosialisasi perpajakan serta kualitas layanan fiskus mempunyai pengaruh positif pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan kalau sosialisasi perpajakan secara efektif untuk itu hendak meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak. Demikian pula sama dibarengi kualitas layanan fiskus yang baik untuk itu tingkat kepatuhan wajib pajak pun hendak meningkat. Penelitian ini selaras sama penelitain yang dilaksanakan sama (Anggraini & Fidiana, 2021) serta (Lolowang et al., 2022) yang menyatakan kalau sosialisasi perpajakan dan kualitas layanan fiskus mempunyai pengaruh positif pada tingkat kepatuhan wajib pajak.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Sosialisasi perpajakan di Kota Cimahi sudah sangat baik, kualitas pelayanan

fiskus di KPP Pratama Cimahi sudah baik, tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di di KPP Pratama Cimahi sudah sangat baik. Kemuadian dari hasil analisis menggunakan model regresi linier bergabda ditemukan kalau Sosialisasi Perpajakan mempunyai pengaruh positif signifikan pada Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak, dan Kualitas Pelayanan Fiskus mempunyai pengaruh positif signifikan pada tingkat kepatuhan wajib pajak.

Keterbatasan dalam pelaksanaan dalam penelitian ini ialah populasi dan sampel yang dimanfaatkan pada penelitian ini hanya pelaku UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Cimahi, sebab keterbatasan waktu serta tenaga peneliti, pada penelitian yang sudah dilaksanakan terdapat dua variabel bebas ialah sosialisasi perpajakan serta kualitas layanan fiskus yang diuji pengaruhnya pada tingkat kepatuhan wajib pajak, namun masih terdapat faktor lainnya yang bisa memberikan pengaruh pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Adapun saran yang bisa diberi pada KPP Pratama Cimahi sebaiknya dapat meningkatkan intensitas sosialisasi perpajakan secara langsung kepada masyarakat dalam memperkenalkan berbagai program sosialisasi terkait pentingnya memenuhi kewajiban perpajakan sehingga masyarakat dapat mengetahui dan paham sehingga dapat memenuhi kewajiban perpajakannya, meningkatkan kualitas layanan yang diberi petugas pajak kepada wajib pajak di KPP Pratama Cimahi. Saran pada penelitian mendatang supaya bisa menambahkan variabel lainnya mengingat ada pengaruh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam riset ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aliviany, D., & Kristianti Maharani, N. (2023). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Pajak

Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 14–26. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2550>

Andreansyah, F., & Farina, K. (2022). Analisis Pengaruh Insentif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jesya*, 5(2), 2097–2104. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.796>

Anggitasari, F., & Purwantini, H. A. (2023). Pengaruh Spiritualitas, Money Ethic, Sosialisasi Pajak, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Pengaruh Spiritualitas, Money Ethic, Sosialisasi Pajak, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm*, 3(1), 22–43.

Anggraini, L. R., & Fidiana. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(5), 1–19.

Ariani, M., & Biettant, R. (2019). Pengaruh Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Variabel Intervening Kepuasan Wajib Pajak. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 13(1), 15–30. <https://doi.org/10.25105/jipak.v13i1.4950>

Cristina. (2023). *Kepatuhan Perpajakan, Apa Signifikansinya?* <https://www.pajakku.com/read/606fad3eb01ba1922cca764/-->

Fransiska, J., & Karnawati, Y. (2024). Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Pajak, Persepsi Terhadap Korupsi, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan Sosialisasi Melalui Media Sosial Media Terhadap Kepatuhan Wajib

- Pajak. *Jurnal Humaniora Multidisipliner*, 8(7), 1–17.
- Haryanti, M. D., Pitoyo, B. S., & Napitupulu, A. (2022). Pengaruh Modernisasi Administrasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Wilayah Kabupaten Bekasi. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan Jayakarta*, 3(02), 108–130.
<https://doi.org/10.53825/japjayakarta.v3i02.105>
- Juhairiyeh, S., Tampubolon, F. R. S., & Sopian. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan , Sanksi Pajak , dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus pada UMKM di Kecamatan Koja). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 7898–7906.
- Lolowang, E. E., Sabijono, H., & Wokas, H. R. N. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Terhadap TingkatKepatuhan Wajib Pajak UMKM Kecamatan Wanea Di Kota Manado. *Jurnal LPPM EkoSosBudKum*, 5(2), 273–284.
- Madjodjo, F., & Baharuddin, I. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 50.
<https://doi.org/10.32662/gaj.v5i1.1979>
- Muhamad, M. setiawati, Asnawi, M., & Pangayow, B. (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Spt Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris Pada KPP Pratama Jayapura). *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah*, 14(1), 69–86.
<https://doi.org/10.36587/probank.v3i1.240>
- Noviana, R., Afifudin, & Hariri. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, Penerapan PP No. 23 Tahun 2018, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajin Pajak (Studi Empiris pada Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Sampang). *E-Jra*, 09(04), 51–67.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, B. R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi Ketu). Widya Gama Press.
- Pratama, M. A., & Fadli, Z. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi, Sosialisasi Perpajakan, dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Tahun 2023. *Journal Of Social Science Research Volume*, 3, 2528–2537.
- Rahman, A., & Syarli, A. Z. (2023). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Keadilan Perpajakan serta Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Tax Center*, 4(2).
- Saputra, D., Dewi, R. C., & Afriani, V. (2022). Dampak Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Wajib Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak dan Kualitas Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 7(2), 218–222.
<https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i2.142>
- Wulaningrum, P. D. (2023). Analisis Pengawasan Pada Wajib Pajak Pasca Tax Amnesty Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak (Studi Kasus KPP Pratama Pekalongan) Analysis of Supervision of Taxpayers After Tax Amnesty in Increasing Tax

Revenue (Case Study of KPP
Pratama Pekalongan) mem.
Jurnal Ekonomi Manajemen ...,
2(1), 1–10.