

THE EFFECT OF TAX SOCIALIZATION, SERVICE QUALITY, AND TAX KNOWLEDGE ON TAXPAYER COMPLIANCE (SURVEY ON INDIVIDUAL TAXPAYERS AT KPP PRATAMA ILIR TIMUR PALEMBANG)

PENGARUH SOSIALISASI PAJAK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK (SURVEY PADA WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DI KPP PRATAMA ILIR TIMUR PALEMBANG)

Winie Sapita¹, Lesi Hertati², Aris Munandar³

Universitas Indo Global mandiri^{1,2,3}

2021520008@students.uigm.ac.id¹, lesihertati@uigm.ac.id², arismunandar@uigm.ac.id³

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of tax socialization, service quality, and tax knowledge on taxpayer compliance. The data sources are primary data and data collection techniques for distributing questionnaires filled in by 100 respondents using the Slovin formula for population size, documentation and data analysis using SEM PLS (Structural Equation Modeling - Partial Least Square). The method used in this research is a qualitative method. The results of this research show that tax socialization has no effect on taxpayer compliance, while service quality and tax knowledge have a positive effect on taxpayer compliance.

Keywords: *Tax Socialization, Service Quality, Tax Knowledge, Taxpayer Compliance, Individual Taxpayers.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi pajak, kualitas pelayanan, dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sumber data berupa data primer dan teknik pengumpulan data penyebaran kuesioner yang diisi oleh 100 responden dengan menggunakan rumus slovin dari jumlah populasi, dokumentasi, dan analisis data menggunakan SEM PLS (*Structural Equation Modeling – Partial Least Square*). Metode yang digunakan pada penelitian ini dengan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan kualitas pelayanan dan pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci : *Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Perpajakan, Kepatuhan Wajib Pajak, Wajib Pajak Orang Pribadi.*

PENDAHULUAN

Pemerintah berupaya untuk meningkatkan pendapatan negara dari pajak untuk mendukung pencapaian tujuan pembangunan ekonomi melalui reformasi perpajakan (Agun et al., 2022). Pemerintah mewajibkan masyarakat untuk membayar pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan KEP-DJP No.161/PJ/2001. Ketentuan ini menyatakan bahwa setiap badan atau individu di Indonesia yang telah memenuhi syarat memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) wajib menghitung, memperhitungkan, menyetor, dan melaporkan pajak

mereka. Begitu pula bendaharawan yang bertindak sebagai pemotong dan pemungut pajak (Mardianti, 2024).

Untuk memaksimalkan penerimaan pajak, pemerintah perlu lebih fokus pada berbagai program peningkatan pendapatan pajak. Salah satu upaya yang dilakukan adalah edukasi rutin kepada wajib pajak melalui pelatihan langsung, sosialisasi peraturan perpajakan, serta pemberian informasi terkait sanksi pajak guna memperbarui pengetahuan mereka tentang pajak (Agun et al., 2022). Pajak salah satu kewajiban yang harus dipenuhi oleh

individu atau badan kepada negara, yang sifatnya mengikat berdasarkan ketentuan undang-undang. Kontribusi ini tidak memberikan imbalan langsung kepada pembayar pajak, melainkan dimanfaatkan untuk kepentingan negara guna meningkatkan kesejahteraan rakyat secara maksimal (Rahmahtullah et al., 2024). Penerimaan pajak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi, sehingga akan meningkatkan pendapatan negara, agar lebih mampu secara finansial untuk membayar pajak. Selain itu, faktor seperti besarnya tarif pajak, penambahan jumlah Wajib Pajak, dan optimalisasi penggalan sumber pajak melalui objek pajak juga berkontribusi dalam peningkatan penerimaan pajak.

Menurut (Zaikin et al., 2023) di Indonesia, kepatuhan perpajakan masih menjadi tantangan yang signifikan, di mana banyak wajib pajak yang belum sepenuhnya memenuhi kewajiban perpajakan mereka. Kepatuhan wajib pajak merujuk pada kondisi di mana wajib pajak menjalankan kewajiban perpajakannya serta menggunakan hak-haknya secara benar dan sesuai dengan peraturan serta undang-undang perpajakan yang berlaku.

Proses sosialisasi pajak bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas dan tepat kepada wajib pajak mengenai kewajiban perpajakan, hak-hak sebagai wajib pajak, serta manfaat dari pembayaran pajak. Apabila wajib pajak diberikan pemahaman yang tepat melalui kegiatan sosialisasi, guna memperoleh pengetahuan mengenai pentingnya membayar pajak. Wajib pajak seharusnya ikut serta dalam sosialisasi perpajakan, karena semakin sering mereka mendapatkan sosialisasi, semakin baik pemahaman mereka tentang perpajakan, yang pada akhirnya meningkatkan kepatuhan sebagai wajib pajak orang pribadi (Maxuel & Primastiwi, 2024).

Selain sosialisasi pajak, kualitas pelayanan yang diberikan oleh otoritas pajak juga berperan penting dalam membangun kepercayaan wajib pajak. Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif dapat meningkatkan kepuasan wajib pajak, yang pada gilirannya dapat mendorong mereka untuk mematuhi kewajiban perpajakan. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menyebabkan frustrasi dan mengurangi motivasi wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan (Nurhana et al., 2023).

Faktor selanjutnya adalah pengetahuan perpajakan, pengetahuan perpajakan merujuk pada sejauh mana wajib pajak memahami peraturan, prosedur, dan kewajiban perpajakan yang berlaku. Pengetahuan yang baik tentang perpajakan akan meningkatkan kesadaran wajib pajak akan pentingnya kepatuhan serta cara melaporkan dan membayar pajak dengan benar. Dengan memiliki pengetahuan yang memadai tentang pembayaran dan pelaporan pajak, wajib pajak akan lebih patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai ketentuan yang berlaku.

Melihat pentingnya ketiga faktor tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh sosialisasi pajak, kualitas pelayanan, dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak di Indonesia. Dengan memahami hubungan antara variabel-variabel ini, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi yang bermanfaat bagi pemerintah dan otoritas pajak dalam meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada pendapatan negara dan keberhasilan program pembangunan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Kepatuhan

Teori kepatuhan (*compliance theory*) dicetuskan oleh Stanley Milgram (1963). Pada teori ini dijelaskan mengenai suatu kondisi dimana seseorang taat terhadap perintah atau aturan yang telah ditetapkan. Teori kepatuhan pajak berhubungan dengan sosialisasi perpajakan, kualitas layanan, dan pengetahuan perpajakan karena proses sosialisasi yang efektif membantu wajib pajak memahami kewajiban dan hak mereka. Teori kepatuhan pajak berhubungan dengan sosialisasi perpajakan, kualitas layanan, dan pengetahuan perpajakan karena proses sosialisasi yang efektif membantu wajib pajak memahami kewajiban dan hak mereka. Dengan informasi yang jelas dan mudah diakses, wajib pajak lebih cenderung untuk mematuhi peraturan perpajakan (Maxuel & Primastiwi, 2024).

Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03/2013 tentang Wajib Pajak dengan kriteria tertentu yang selanjutnya disebut sebagai Wajib Pajak Patuh adalah Wajib Pajak yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Tepat waktu dalam menyampaikan surat pemberitahuan
- b. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak

Sosialisasi Pajak

Agun et al., (2022) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan adalah usaha yang dilakukan oleh Direktur Jenderal Pajak, khususnya melalui kantor pelayanan pajak, untuk memberikan pemahaman, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan perpajakan dan peraturan perundang-

undangan di bidang pajak. Kegiatan sosialisasi perpajakan bertujuan untuk menyebarkan informasi terkait perpajakan yang penting diketahui oleh masyarakat, terutama wajib pajak, agar mereka memahami hak dan kewajiban perpajakan. Melalui sosialisasi ini, masyarakat juga diharapkan mengerti manfaat serta alokasi pajak yang disetorkan kepada negara, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepatuhan dan kesadaran wajib pajak. Sosialisasi perpajakan juga termasuk salah satu upaya pemerintah untuk memberikan pemahaman, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat, dengan tujuan meningkatkan pengetahuan mereka tentang prosedur perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Mehana, 2021).

Kualitas Pelayanan

Menurut (Dewi et al., 2023) Kualitas pelayanan merupakan bentuk layanan umum yang diberikan oleh instansi pemerintah, baik pusat maupun daerah, serta Badan Usaha Milik Negara, dalam bentuk barang atau jasa. Layanan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan melaksanakan ketentuan perundang-undangan (Munari, 2019:76). Kualitas pelayanan pajak adalah aktivitas pelayanan yang dilakukan oleh petugas pajak untuk membantu, membimbing, atau menyediakan hal-hal yang dibutuhkan oleh wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban pembayaran pajak mereka. Semakin baik layanan yang diberikan oleh otoritas pajak, semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak (Nurhana et al., 2023).

Pengetahuan Perpajakan

Menurut Sulistyo (2020), pengetahuan perpajakan adalah kemampuan wajib pajak untuk memahami perpajakan, termasuk mengenai tarif yang harus dibayarkan

sesuai dengan undang-undang, serta manfaat pajak yang akan digunakan untuk kepentingan masyarakat. Sedangkan menurut (Zaikin et al., 2023) Pengetahuan pajak adalah proses perubahan sikap dan perilaku wajib pajak, baik individu maupun kelompok, untuk mematangkan pemahaman mereka melalui upaya pendidikan dan pelatihan.

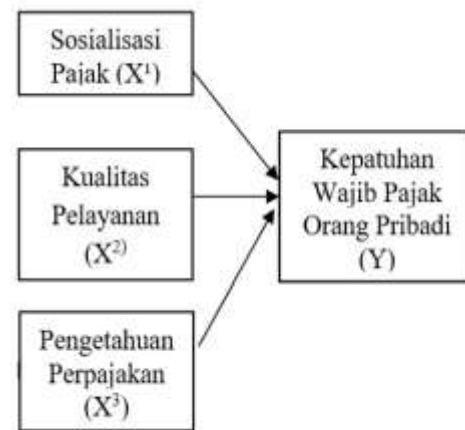
Setiap wajib pajak memiliki tingkat pengetahuan perpajakan yang beragam. Wajib pajak dengan pengetahuan perpajakan yang tinggi cenderung lebih patuh terhadap peraturan, sedangkan kurangnya pemahaman tentang perpajakan dapat menyebabkan rendahnya kepatuhan dalam menjalankan kewajiban perpajakan mereka.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak adalah kondisi di mana wajib pajak memenuhi seluruh kewajiban perpajakannya dan menjalankan hak-haknya sesuai ketentuan perpajakan. Menurut (Zaikin et al., 2023) menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak mencerminkan kondisi di mana wajib pajak mampu melaksanakan semua kewajibannya serta memenuhi hak-hak dan aspek-aspek yang berkaitan dengan perpajakan.

Secara umum, kepatuhan pajak merujuk pada kesadaran dan ketaatan dalam melaksanakan kewajiban pembayaran dan pelaporan pajak, baik untuk periode bulanan maupun tahunan, oleh wajib pajak yang terdiri dari individu atau entitas usaha, sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku. Kepatuhan ini juga berperan penting dalam meningkatkan pendapatan asli daerah.

Kerangka Pemikiran



H₁: Sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi

H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

H₃: pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini membahas tentang variabel pengaruh sosialisasi pajak, kualitas pelayanan, dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak (survey pada wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Ilir Timur Palembang).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama periode waktu tertentu, mulai dari bulan september sampai oktober 2024, yang mencakup seluruh tahapan penelitian seperti persiapan, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan hasil penelitian. Tempat Penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Ilir Timur Palembang yang berlokasi di wilayah Ilir Timur Kota Palembang.

Jenis, Sumber, dan Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data yang digunakan dalam proposal penelitian ini, yaitu data primer. Menurut Marzuki (2005: 55), data primer merupakan informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya, yang telah diperiksa dan didokumentasikan dengan hati-hati. Data ini diperoleh melalui responden yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian ini antara lain:

Kuesioner: Penyebaran kuesioner dilakukan dengan memindai kode QR yang telah dibuat oleh peneliti melalui google form kepada Wajib Pajak Orang Pribadi di wilayah KPP Pratama Ilir Timur Palembang. Kuesioner ini berisi pertanyaan tertutup dan terbuka yang mengukur persepsi wajib pajak terkait sosialisasi pajak, kualitas pelayanan, pengetahuan perpajakan, serta kepatuhan mereka dalam memenuhi kewajiban pajak.

Dokumentasi: Mengumpulkan data primer dari dokumen-dokumen terkait yang tersedia di KPP Pratama Ilir Timur Palembang, seperti laporan penerimaan pajak, data sosialisasi pajak, dan dokumentasi kegiatan pelayanan pajak.

Analisis Data : Analisis ini dilakukan untuk menguji pengaruh sosialisasi pajak, kualitas pelayanan, dan pengetahuan perpajakan di KPP Pratama Ilir Timur Palembang.

Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar dan terlayani di KPP Pratama Ilir Timur Palembang yaitu berjumlah 253.744 wajib pajak. Populasi ini mencakup seluruh Wajib Pajak Orang Pribadi yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan diwajibkan untuk melaksanakan

kewajiban perpajakan di wilayah Ilir Timur Kota Palembang. Sampel penelitian diambil dari populasi dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, jumlah sampel minimal dihitung menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N= jumlah populasi

e=persentase pelanggaran tarif kesalahan 10% atau 0,1

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel untuk penelitian ini adalah:

$$n = \frac{253.744}{1 + 253.744 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{253.744}{2.538,44}$$

$$n = 99,96 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas (*Convergent Validity*)

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Pengujian validitas dengan menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing pertanyaan dengan total skor.

b. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan adalah tingkat perbedaan suatu indikator dalam mengukur konstruk instrumen. Penelitian ini mengevaluasi validitas diskriminan menggunakan

pendekatan utama, yaitu kriteria *Fornell-Larcker*.

c. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan *indicator dari variable konstruk*. Pengujian ini menggunakan metode *statistic Cronbach Alpha* dengan nilai sebesar 0,70.

d. Hasil Pengujian *Structural Model* (Inner Model)

Hasil pengujian structural model dalam Structural Equation Modeling (SEM) bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang telah dibangun dalam model teori. Pengujian ini dilakukan setelah tahap pengujian model pengukuran (*measurement model*) untuk memastikan bahwa indikator variabel tersebut valid dan reliabel. Berikut adalah penjelasan mengenai hasil pengujian structural model dalam SEM:

1. Nilai R-square

Koefisien determinasi (R-Square) adalah metode untuk menilai sejauh mana konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (R-Square) berkisar antara 0 dan 1.

2. Nilai Q-square

Untuk menilai sejauh mana model dan estimasi parameter menghasilkan nilai observasi yang akurat, perlu diperhatikan nilai Q-Square.

3. Nilai F-square

Uji F-Square atau effect size dilakukan untuk mengukur perubahan nilai R-Square pada konstruk endogen. Perubahan nilai F-Square menggambarkan pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen, tanpa memperhatikan apakah pengaruh tersebut bersifat substansial.

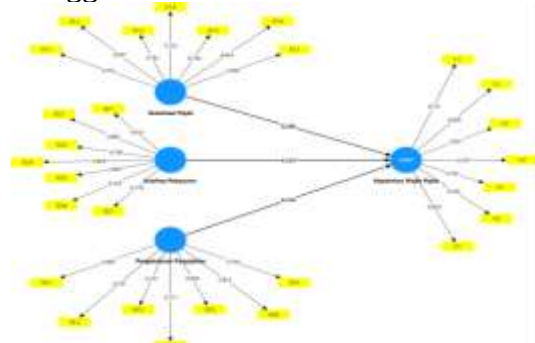
Menurut Ghazali (2014), nilai f^2 masing-masing adalah 0,02; 0,15; dan 0,35. Nilai-nilai ini mengindikasikan seberapa besar pengaruh variabel laten prediktor pada tingkat struktural, apakah lemah, sedang, atau besar.

e. Uji Hipotesis

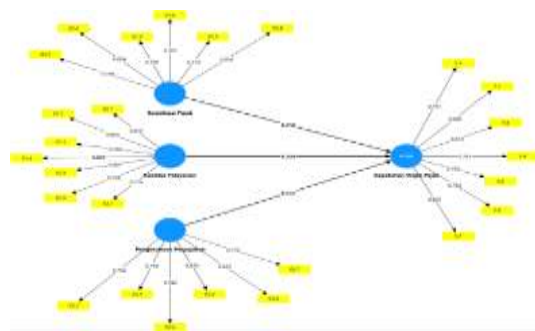
Uji Hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis dengan alat analisi yaitu koefisien determinasi, uji kelayakan model (*goodness of fit*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan software SmartPLS 4, model awal atau model konsep yang dikembangkan biasanya berfokus pada hubungan antara variabel-variabel yang relevan dengan tujuan penelitian. Model awal penelitian yang dikembangkan oleh peneliti menggunakan SmartPLS



Gambar 2. Hasil Perhitungan (PLS Algorithm) Model Awal Penelitian



Gambar 3. Hasil Perhitungan (PLS Algorithm) Model Kedua

Sumber: Output SmartPLS

Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai outer loading dari setiap masing-masing indikator terhadap variabel latennya. Indikator dikatakan reliabel jika nilai korelasinya $> 0,70$, artinya indikator tersebut dinyatakan valid sebagai indikator yang mengukur konstruk Ghazali (2021). Pada masing-masing indikator diatas nilai korelasinya sudah $> 0,70$ semua yang dimana nilai tersebut dinyatakan valid.

Uji Validitas (Convergent Validity)

Pengujian *Convergent Validity* dilakukan dengan melihat nilai outer loading dari setiap masing-masing indikator terhadap variabel latennya. Indikator dikatakan reliabel jika nilai korelasinya $> 0,70$, artinya indikator tersebut dinyatakan valid sebagai indikator yang mengukur konstruk Ghazali (2021). Berikut disajikan tabel yang berisikan nilai *Outer Loading* dari masing-masing indikator dalam setiap variabel.

Tabel 6. Hasil Outer Loading Model Kedua

Variabel	Item Pengukuran	Outer Loading	P Value
Sosialisasi Pajak	X1.1	0,725	$>0,70$
	X1.2	0,827	$>0,70$
	X1.3	0,762	$>0,70$
	X1.4	0,722	$>0,70$
	X1.5	0,756	$>0,70$
	X1.6	0,843	$>0,70$
Kualitas Pelayanan	X2.1	0,810	$>0,70$
	X2.2	0,803	$>0,70$
	X2.3	0,760	$>0,70$
	X2.4	0,829	$>0,70$
	X2.5	0,807	$>0,70$
	X2.6	0,745	$>0,70$
	X2.7	0,776	$>0,70$
Pengetahuan Perpajakan	X3.2	0,767	$>0,70$
	X3.3	0,731	$>0,70$
	X3.4	0,771	$>0,70$
	X3.5	0,859	$>0,70$
	X3.6	0,831	$>0,70$
	X3.7	0,759	$>0,70$
Kepatuhan Wajib Pajak	Y.1	0,751	$>0,70$
	Y2	0,800	$>0,70$
	Y3	0,811	$>0,70$
	Y4	0,791	$>0,70$
	Y5	0,761	$>0,70$
	Y6	0,781	$>0,70$
	Y7	0,854	$>0,70$

Sumber: Output SmartPLS

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa setiap indikator variabel memiliki nilai outer loading $> 0,7$. Ini

menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut valid dan dapat digunakan pada penelitian lebih lanjut. Indikator setiap

variabel konstruk dapat digunakan untuk mengukur pengaruh sosialisasi pajak, kualitas pelayanan, pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Validitas diskriminan adalah tingkat perbedaan suatu indikator dalam mengukur konstruk instrumen. Penelitian ini mengevaluasi validitas diskriminan menggunakan pendekatan utama, yaitu kriteria *Fornell-Larcker*.

Tabel 7. Hasil Fornell Lacker

	KWP	KP	PP	SP
KWP	0.793			
KP	0.780	0.808		
PP	0.783	0.791	0.795	
SP	0.736	0.751	0.722	0.777

Sumber: Output SmartPLS

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa setiap indikator pernyataan memiliki nilai loading factor tertinggi pada konstruk laten yang diuji dibandingkan dengan konstruk lainnya. Nilai dalam sumbu diagonal (huruf tebal) adalah akar AVE, menurut Wong (2013) nilai akar AVE variable > korelasi antar variable artinya, secara keseluruhan evaluasi discriminant validity terpenuhi. Ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki pernyataan yang dapat diprediksi dengan baik oleh masing-masing konstruk laten. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Uji Reliabilitas

Tabel 8. Hasil Cronbach Alpha

	Cronbach's alpha	(AVE)	Rule Of Thumb
KWP	0.902	0.629	>0,60
KP	0.900	0.625	>0,60
PP	0.884	0.633	>0,60
SP	0.868	0.603	>0,60

Sumber: Output SmartPLS

Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's alpha dan semua variabel > 0,70 sehingga dapat disimpulkan reliabilitas konstruk sudah terpenuhi. Dan dapat dilihat juga bahwa nilai AVE > 0,60 menunjukkan reliabilitas yang baik atau terpenuhi (Chairani & Novita, 2022). Hasil pengukuran validitas dan reliabilitas mengindikasikan bahwa alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel, sehingga penelitian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Hasil Pengujian Structural Model (Inner Model)

Nilai Uji R-Square

Koefisien determinasi (R-Square) adalah metode untuk menilai sejauh mana konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (R-Square) berkisar antara 0 dan 1. Nilai R-Square dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
Y	0.701	0,692

Sumber: Output SmartPLS

Dari tabel tersebut, nilai R-Square berkisar antara 0 dan 1, yaitu sebesar 0,426, yang menunjukkan bahwa tiga variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen. Berdasarkan nilai tersebut, dapat diindikasikan bahwa kombinasi variabel sosialisasi pajak, kualitas pelayanan, dan pengetahuan perpajakan secara bersama-sama mempengaruhi nilai variabel kepatuhan wajib pajak.

Nilai Q-square

Untuk menilai sejauh mana model dan estimasi parameter menghasilkan nilai observasi yang akurat, perlu diperhatikan nilai Q-Square. Pengujian nilai Q-Square atau predictive

relevance dapat dilakukan dengan menggunakan rumus dan perhitungan sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,701)(1 - 0,692)$$

$$Q^2 = 1 - 0,092$$

$$Q^2 = 0,908$$

Nilai Q-Square harus lebih besar dari 0 untuk menunjukkan bahwa model penelitian memiliki predictive relevance. Nilai Q-Square berada dalam rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana semakin mendekati angka 1, semakin baik kualitas model tersebut (Ghozali, 2021).

Hasil perhitungan nilai predictive relevance sebesar 0,908 menunjukkan bahwa model ini dapat menjelaskan dari keragaman data. Sementara itu sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam hipotesis penelitian ini. Hasil ini mengindikasikan bahwa model penelitian ini layak digunakan karena memiliki nilai prediktif yang relevan.

Nilai F-Square

Uji F-Square atau effect size dilakukan untuk mengukur perubahan nilai R-Square pada konstruk endogen. Perubahan nilai F-Square menggambarkan pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen, tanpa memperhatikan apakah pengaruh tersebut bersifat substansial. Menurut Ghozali (2014), nilai f^2 masing-masing adalah 0,02; 0,15; dan 0,35. Nilai-nilai ini mengindikasikan seberapa besar pengaruh variabel laten prediktor pada tingkat struktural, apakah lemah, sedang, atau besar.

Tabel 10. Uji F-Square

	F-Square
$X_1 \rightarrow Y$	0.083
$X_2 \rightarrow Y$	0.089
$X_3 \rightarrow Y$	0.135

Sumber: Output

SmartPLS

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jalur sosialisasi pajak (X_1) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) diperoleh *f-square* sebesar 0,083, hal ini menandakan bahwa pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak berada pada kategori rendah.

Jalur kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) diperoleh *f-square* sebesar 0,089, hal ini menandakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak berada pada kategori rendah.

Sedangkan jalur pengetahuan perpajakan (X_3) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) diperoleh *f-square* sebesar 0,135, hal ini menandakan bahwa pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak berada pada kategori moderat.

Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil penelitian variabel X_1 yakni sosialisasi pajak memiliki nilai t-statistic sebesar 1.617, sedangkan nilai t-statistic bisa dibilang signifikan itu $>1,96$ yang dimana sosialisasi pajak tidak mencukupi dan nilai p values sebesar 0,106, sedangkan nilai p value $<0,05$ artinya berpengaruh sedangkan sosialisasi pajak melewati nilai standarnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa sosialisasi pajak (X_1) memiliki arah positif tetapi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) yang artinya **hipotesis 1 ditolak**. Artinya sosialisasi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Teori kepatuhan tidak berhubungan dengan sosialisasi pajak karena dengan informasi yang tidak jelas dan kesulitan diakses, wajib pajak tidak mematuhi peraturan perpajakannya. Hasil ini juga tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maxuel & Primastiwi, (2024) yang

menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak akan meningkat jika wajib pajak mengikuti sosialisasi perpajakan, seperti seminar dan penyuluhan pajak. Selain itu, informasi mengenai pajak yang sudah tersedia melalui media cetak dan elektronik, seperti spanduk, iklan, dan website pajak, memudahkan wajib pajak dalam mendapatkan informasi. Dengan mengikuti sosialisasi perpajakan, motivasi, pengetahuan, dan wawasan wajib pajak dapat meningkat, sehingga mereka lebih patuh terhadap kewajiban perpajakannya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil analisis diatas variabel X_2 yakni kualitas pelayanan memiliki nilai t-statistic sebesar 2.313, sedangkan nilai t-statistic bisa dibilang signifikan itu $>1,96$ yang dimana kualitas pelayanan mencukupi dan nilai p value sebesar 0,021, sedangkan nilai p value $<0,05$ artinya berpengaruh dan kualitas pelayanan tidak melewati nilai standarnya, sehinga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) yang artinya **hipotesis 2 diterima**. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan yang sesuai dengan Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*) menjelaskan mengenai suatu kondisi dimana seseorang taat terhadap perintah atau aturan yang telah ditetapkan. Teori kepatuhan berhubungan dengan kualitas pelayanan karena jika layanan yang diberikan responsif dan transparan, wajib pajak akan lebih termotivasi untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berbanding lurus dengan meningkatnya

kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban membayar pajak. Pelayanan berkualitas kepada wajib pajak meningkatkan kenyamanan mereka dalam memenuhi kewajiban pajak dan meningkatkan tingkat kepatuhan. Pelayanan yang responsif dan cepat tanggap terhadap pertanyaan atau masalah yang dihadapi wajib pajak juga sangat penting. Ketika wajib pajak menghadapi masalah atau kebingungan dalam melaporkan pajak, keberadaan layanan pelanggan yang dapat membantu dengan cepat akan meningkatkan kepatuhan. Jika wajib pajak merasa dilayani dengan baik, mereka akan lebih cenderung untuk memenuhi kewajiban mereka secara tepat waktu.

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil analisis diatas variabel X_3 yakni pengetahuan perpajakan memiliki nilai t-statistic sebesar 2.140, sedangkan nilai t-statistic bisa dibilang signifikan itu $>1,96$ yang dimana pengetahuan perpajakan mencukupi dan nilai p value sebesar 0,032 sedangkan nilai p value $<0,05$ artinya berpengaruh dan pengetahuan perpajakan tidak melewati nilai standarnya, sehinga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan (X_3) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) yang artinya **hipotesis 3 diterima**. Artinya pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan yang sesuai dengan Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*) menjelaskan mengenai suatu kondisi dimana seseorang taat terhadap perintah atau aturan yang telah ditetapkan. Teori kepatuhan berhubungan dengan pengetahuan perpajakan karena pengetahuan yang baik mengenai perpajakan memungkinkan wajib pajak

untuk mengambil keputusan yang tepat terkait kewajiban perpajakannya, karena semakin banyak pengetahuan perpajakan maka semakin besar kemungkinan mereka patuh.

Wajib pajak yang memiliki pengetahuan yang baik cenderung memiliki kesadaran lebih tinggi mengenai pentingnya pajak bagi pembangunan negara. Pemahaman pajak tentang pajak yang dibayarkan digunakan untuk kepentingan umum dan pembangunan infrastruktur, yang mendorong mereka untuk membayar pajak secara sukarela tanpa perlu dipaksa atau diawasi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, berikut kesimpulan dari penelitian ini:

1. Sosialisasi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.
3. Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Saran

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menggunakan variabel yang lebih luas atau menggunakan variabel *intervening* dan *moderasi* dalam penelitiannya.
2. penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencakup pengujian spesifik terkait karakteristik responden, seperti usia dan tingkat pendidikan. Sebagai contoh, menentukan minimal usia atau tingkat pendidikan yang bisa digunakan sebagai kriteria dalam pemilihan responden wajib pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Agun, W. A. N. U., Datrini, L. K., & Amlayasa, A. A. B. (2022). Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan Orang Pribadi. *WICAKSANA: Jurnal Lingkungan Dan Pembangunan*, 6(1), 23–31. <https://doi.org/10.22225/wicaksana.6.1.2022.23-31>
- Apriliyani, L. H. (2022). Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan, Sanksi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 1(2), 65–74. <https://doi.org/10.56916/jimab.v1i2.178>
- Dewi, K. L., Sudiartana, I. M., & Dewi, N. P. S. (2023). Pengaruh Sosialisasi Pemerintah, Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan Pada BAPENDA Kota Denpasar. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 5(3), 589–595. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/view/8389>
- Dwirati, L., Tripermata, L., & Munandar, A. (2024). Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan, Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan Badan Pada Kpp Pratama Palembang Ilir Timur. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(2), 3973–3979. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Munandar, A. (2023). Pelatihan Pengisian Dan Pelaporan Spt Tahunan Badan Tahun 2021 Dengan Menggunakan E-Form

- Pada Pt. Intercon Terminal Indonesia. *Akm: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(2), 259–272. <https://doi.org/10.36908/Akm.V3i2.682>
- Munandar A, Huda N, Nurulrahmatiah N. Pengaruh Teknologi Blockchain terhadap Kepercayaan dan Efisiensi Transaksi di Sektor Perbankan. 2025;4.
- Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2024). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-Commerce. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 4(1), 128–133. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v4i1.11014>
- Hertati L, Iriyadi I. Exploring Sistem Informasi Akuntansi Aplikasi GoCar Di Palembang. *J Ilm Akunt Kesatuan*. 2023;11(2):341–52.
- Rahmahtullah, R., Hertati, L., & Meiriasari, V. (2024). Pengaruh Peraturan Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Dan Penerapan E-Tax Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(2), 3980–3987. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Hertati, L. (2021). Pengaruh Tingkat Pengetahuan Perpajakan dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. 7(2), 59–70.
- Hertati L, Safkaur O, Yanti D, Fery I, Azwardi PC. The Role of Accounting Information System Afflication in Reliability Financial Reporting. *Ilomata Int J Tax Account*. 2021;2(1):97–112.
- Mehana, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Lingkungan Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Dan Peran Account Representative Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kabupaten Cirebon. In *Pharmacognosy Magazine* (Vol. 75, Issue 17). Universitas Islam Indonesia.
- Murtin, A., Maryani, Y., & Ummah, R. S. (2024). The Impact of Taxpayer Awareness, Tax Service Quality, Tax Counseling, and Tax Sanctions on Individual Taxpayer Compliance. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 14(2), 52151–52160. <https://doi.org/10.24198/jaab.v7i1.51166>
- Nurhana, Suharni, S., & Wildaniyati, A. (2023). Pengaruh Sikap, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (Studi Kasus Di Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun). *JAMER: Jurnal Akuntansi Merdeka*, 4(2), 117–124. <https://doi.org/10.33319/jamer.v4i2.107>
- Purwoko, K., Prasetyo, D., Wijayanti, L. E., & Setiawan, W. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Terhadap Pengendalian Intern. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 9(3), 15–28. <https://doi.org/10.55963/jraa.v9i3.485>
- Putri, D. D. (2023). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pelayanan Fiskus, Sanksi Pajak dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Palembang Ilir Timur. *International Seminar on Social, Humanities, and Malay Islamic Civilization*, 9(1), 1–15.

- <https://proceedings.radenfatah.ac.id/index.php/ISSHMIC/article/view/915>
- Rahmadani, D., Anggraini, L. D., & Meiriasari, V. (2024). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Pajak, dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penghasilan Final UMKM dari Usaha Kостan (Survei Masyarakat di Kecamatan Jatinangor Jawa Barat). *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEKMa)*, 28(2), 125–136.
<https://jurnalhost.com/index.php/jekma/article/view/787>
- Sugiyani, I. G. A. A., Yuesti, A., & Bhegawati, D. A. S. (2022). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Pajak, Kewajiban Moral Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. *Jurnal KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 2(1), 2389–2395.
<https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/karma/article/view/5399>
- Wulandari, N., & Wahyudi, D. (2022). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan di Desa Mranggen Kabupaten Demak. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 14853–14870.
- Yulia, Y., Wijaya, R. A., Sari, D. P., & Adawi, M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendidikan dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada UMKM di Kota Padang. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 305–310.
<https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Zaikin, M., Pagalung, G., & Rasyid, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(1), 57–76.
<https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1346>