

THE INFLUENCE OF TAX SOCIALIZATION, TAX INCENTIVES, AND TAX MORALE ON SME TAX COMPLIANCE

PENGARUH SOSIALISASI PAJAK, INSENTIF PAJAK, DAN MORAL PAJAK TERHADAP KEPATUHAN PAJAK UMKM

Ivan Adiguna¹, Diana Airawaty²

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta^{1,2}

[Ivanadiguna24@gmail.com¹](mailto:Ivanadiguna24@gmail.com)

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of tax socialization, tax incentives, and tax morale on MSME tax compliance. The population of this study consists of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) registered at the Sleman Tax Office (KPP Sleman) with an annual turnover ranging from IDR 500 million to IDR 1 billion. The data used in this study are primary data collected through questionnaires distributed to respondents who met the predetermined sampling criteria. All data were analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The results indicate that tax socialization has a positive and significant effect on MSME tax compliance. Likewise, tax incentives have a positive and significant effect on MSME tax compliance. Meanwhile, tax morale has a positive but statistically insignificant effect on MSME tax compliance.

Keywords: Tax Socialization, Tax Incentives, Tax Morale, MSME Tax Compliance.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari, Sosialisasi Pajak, Insentif Pajak, Moral pajak, terhadap kepatuhan pajak UMKM. Populasi Penelitian ini mencakup jumlah UMKM yang terdaftar di KPP Sleman dengan Omset 500 juta sampai 1 miliar per tahun,. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, dengan metode pengumpulan data membagikan kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria menjadi sample di penelitian ini. Semua data di olah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menyatakan bahwa sosialisasi pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM. Dan Insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak UMKM sedangkan moral subjektif pajak berpengaruh positif namun tidak memiliki signifikan yang tinggi terhadap kepatuhan pajak UMKM.

Kata Kunci: Kepatuhan Pajak UMKM, Moral Perpajakan, Insentif Pajak. Sosialisasi Pajak

PENDAHULUAN

Pajak adalah iuran masyarakat kepada negara yang dipaksakan yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum undangundang dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran umum berhubungan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan, (Waluyo, 2017) Menurut DJP, Pajak tidak hanya menjadi instrumen pengumpulan dana, tetapi juga menjadi sebuah alat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Melalui kebijakan pajak yang tepat, pemerintah dapat menciptakan lingkungan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan,(DJP, 2024)

Di indonesia, pendapatan pajak dapat berasal dari berbagai macam sektor, salah satunya adalah dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai lebih dari 65 juta unit. UMKM ini

terbagi menjadi beberapa sektor, termasuk kuliner, fesyen, kerajinan tangan, sampai teknologi digital.

Tabel 1.1 Data Rasio Kepatuhan Pelaporan UMKM 2023-2024 di KPP Sleman

Tahun	Jumlah	Tepat Waktu	Terlambat	Belum lapor	Rasio kepatuhan tepat waktu	Rasio Kepatuhan pelaporan
2023	117.154	7.837	779	108.538	6,69%	7,35%
2024	125.654	6.881	827	118.026	5,41%	6,07%

Di Sleman jumlah umkm di tahun 2023 sebanyak 117.154 dengan rasio kepatuhan 7,35% dan di tahun 2024 mengalami pertumbuhan jumlah UMKM sebesar 125.654, akan tetapi rasio kepatuhan nya justru turun menjadi 6,07%.

Tabel 1.2 Data Jumlah UMKM 2023-2024 di KPP Sleman

KECAMATAN	TAHUN	
	2023	2024
BERBAH	5.602	5.990
CANGKRINGAN	3.472	3.637
DEPOK	16.905	18.580
GAMPING	10.945	11.698
GODEAN	7.626	8.152
KALASAN	8.397	9.025
MINGGIR	2.891	3.040
MLATI	10.440	11.172
MOYUDAN	2.807	3.013
NGAGLIK	10.713	11.565
NGEMPLAK	6.761	7.261
PAKEM	4.086	4.298
PRAMBANAN	4.469	4.749
SEYEGAN	4.805	5.097
SLEMAN	6.996	7.503
TEMPEL	5.648	6.003
TURI	4.002	4.265
LUAR WILAYAH KAB. SLEMAN	589	606
TOTAL	117.154	125.654

Menurut dinas kecil dan menengah di kecamatan sleman memiliki 402 UMKM yang berada di level 4 atau memiliki omset dari 500 juta sampai 1 miliar.

Secara umum insentif perpajakan merupakan ketentuan khusus peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan yang mempunyai efek mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan kepada negara, (Dwi, 2020) Manfaat perpajakan bagi wajib pajak UMKM salah satunya berupa PPh Final berdasarkan Retribusi Pemerintah PP Nomor 23 Tahun 2018. Adanya kebijakan insentif perpajakan tidak hanya bertujuan untuk mengurangi beban pajak, namun juga mendorong wajib pajak agar patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Pada penelitian terdahulu yang di lakukan oleh (Kusumadewi & Dyarini, 2022) pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan UMKM. Namun pada kenyataannya di situasi tertentu Insentif pajak yang di berikan kepada pelaku UMKM tidaklah selamanya positif, Pada kasus tahun 2019 Penelitian yang di lakukan oleh (Nadia Ashfia Zahra, 2024) insentif pajak yang di berikan kepada pelaku UMKM berpengaruh negatif terhadap kepatuhan pajak UMKM.

Menurut, (Luttmer & Singhal, 2014) moral pajak secara umum mencakup motivasi yang tidak hanya fokus kepada uang untuk kepatuhan wajib pajak, serta faktor faktor yang berada diluar kerangka yang di harapkan, misalnya wajib pajak (WP) mendapatkan motivasi insintrik untuk membayar pajak atau meraa bersalah dan malu karena tidak memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak, bisa juga wajib pajak mentaati karena hubungan timbal balik antara wajib pajak dan negara. Penekanan pada aspek perilaku dari wajib pajak selain pada aspek ekonomi (seperti denda dan bunga) dalam hal kepatuhan perpajakan di perlukan kejujuran wajib pajak. Sehingga ketika wajib pajak dalam menjalankan kewajibannya pajaknya dapat dilakukan dengan sukarela, (Diaz Juan Marcheita & Arif Nugroho Rachman, 2022) Partisipasi yang besar dari warga negara, disertai pola pikir terbuka untuk memajukan negara, turut berkontribusi pada tingkat kepatuhan tersebut, (Sularsi Hermi & Wikardojo Soko, 2021) Pada penelitian yang di lakukan oleh (Darmayasa I Nyoman et al., 2022) Moral pajak berpengaruh positif terhadap

kepatuhan pajak umkm. Namun di penelitian yang di lakukan oleh (Indrawan & Larasati, 2022) Mengatakan bahwa tinggi rendahnya Moral yang di miliki wajib pajak berpengaruh negatif terhadap kontribusi wajib pajak dalam kepatuhan pajak umkm yang ada di bandung raya.

Sosialisasi pajak merupakan program yang di bentuk oleh direktorat jendral pajak untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pajak, (Hura & Molinda Kakisina, 2022) perpajakan membantu pelaku umkm untuk lebih mengerti tentang pajak. Penelitian terdahulu (Hura & Molinda Kakisina, 2022) Bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Karena menurunnya laporan SPT di tahun 2024 maka penelitian ini berfokus untuk mencari tahu apakah insentif pajak, moral pajak, dan sosialisasi pajak memengaruhi Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk melapor SPT.

Maka dari itu penulis memutuskan melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi pajak, insentif pajak, serta moral pajak terhadap kepatuhan pajak pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sleman berdasarkan data dari KPP Pratama Sleman.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori ini menegaskan kemungkinan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan berhubungan dengan pencapaian tujuan perilaku. Ketika niat seseorang mengungkapkan keinginan untuk melakukan perilaku tertentu, kendali yang dirasakan muncul dari pertimbangan kepraktisan yang berpotensi terjadi. Keputusan itu kemudian diimplementasikan dalam bentuk tujuan-tujuan yang mempengaruhi perilaku seseorang (Ajzen, 1991b) Perbedaan antara teori perilaku terencana dan teori perilaku reaktif terletak pada bertambahnya unsur yang disebut dengan persepsi kontrol perilaku (PBC). Hal ini menjadi tolak ukur untuk mengetahui mudah atau sulitnya seseorang melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku yang dirasakan adalah persepsi tentang betapa mudah atau sulitnya suatu perilaku untuk dilakukan, berdasarkan pengalaman dan hambatan yang diharapkan dalam melakukan perilaku tertentu, (Ajzen, 2005) kontrol perilaku yang dirasakan (PBC) dianggap sebagai fungsi keyakinan, yaitu keyakinan tentang ada atau tidaknya faktor-faktor yang mendorong atau menghambat perilaku di masa lalu; semakin banyak sumber daya dan peluang yang dimiliki seseorang, semakin sedikit masalah dan hambatan yang mereka hadapi Semakin besar kendali yang dirasakan seseorang atas perilakunya, maka semakin besar pula kendali perilaku yang dirasakannya. (Ajzen, 1991b) Ini terdiri dari dua elemen: keyakinan kontrol dan kekuatan keyakinan kontrol, yaitu persepsi seseorang tentang kemampuannya untuk melakukan

suatu perilaku, atau seberapa kuat keyakinan seseorang untuk mengendalikan perilaku tersebut. (Ajzen, 2005)

Hipotesis Penelitian

Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak UMKM

Sosialisasi pajak merupakan program yang di bentuk oleh direktorat jendral pajak untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pajak, (Hura & Molinda Kakisina, 2022). Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, dalam teori Planned Behavior, kontrol perilaku yang dirasakan sangat mempengaruhi pencapaian tujuan perilaku. Jika seseorang memiliki kendali yang cukup atas suatu perilaku (misalnya, membayar pajak), mereka lebih cenderung untuk mewujudkan niat mereka dalam tindakan nyata. (Ajzen, 1991a)) Melalui sosialisasi, individu memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan norma sosial yang membentuk persepsi mereka tentang kemampuan mereka untuk melaksanakan kewajiban pajak. Ketika individu merasa bahwa mereka memiliki kontrol yang cukup dan didukung oleh norma sosial yang mendukung, maka akan mendorong perilaku untuk mencapai tujuannya yaitu membayar pajak.

Sosialisasi pajak memegang peran yang penting untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman terhadap kewajiban membayar pajak dan membuat laporan perpajakan, dengan adanya sosialisasi masyarakat khususnya pelaku UMKM akan mengetahui dan paham ketentuan pajak yang berlaku, dengan adanya pemahaman tentang pajak di dalam penelitian yang di lakukan oleh (Wada Betu & Baso, 2023) Memberikan hasil yang positif terhadap kepatuhan pajak UMKM di Indonesia
H1: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM.

Pengaruh Insentif Pajak terhadap kepatuhan pajak UMKM

Secara umum insentif perpajakan merupakan ketentuan khusus peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan yang mempunyai efek mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan kepada negara, (Dwi, 2020) Theory of Planned Behavior, Ajzen (Ajzen, 1991a) menekankan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan (Perceived Behavioral Control) mempengaruhi pencapaian tujuan perilaku. Ketika seseorang memiliki niat untuk melakukan suatu tindakan, kendali yang dirasakan muncul dari penilaian terhadap kepraktisan atau kemudahan tindakan tersebut. Artinya, semakin mudah suatu perilaku dipandang untuk dilakukan, semakin besar kemungkinan individu mengimplementasikan niatnya dalam bentuk tindakan nyata. Dalam konteks perpajakan, insentif pajak sebagaimana dijelaskan oleh (Dwi, 2020), yaitu ketentuan perpajakan yang mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar, menjadi salah satu bentuk kepraktisan yang berpotensi mendorong kendali yang dirasakan oleh Wajib Pajak. Dengan

adanya insentif, Wajib Pajak akan memandang bahwa membayar pajak menjadi lebih ringan dan lebih mungkin dilakukan. Oleh karena itu, insentif pajak memperkuat persepsi kemudahan dalam memenuhi kewajiban perpajakan, yang pada akhirnya mendorong implementasi niat menjadi perilaku nyata, sesuai dengan mekanisme dalam Theory of Planned Behavior.

Ada pun Penelitian yang di lakukan oleh (Yulistiani et al., 2022) jika pemberian insentif dapat berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM, adanya insentif dapat memberikan keyakinan pada wajib pajak untuk mentaati kewajibannya dalam perpajakan. Namun insentif yang di lakukan dan Di Tanggung Pemerintah (DTP) sudah tidak efektif jika di terapkan untuk jangka panjang, oleh karena itu pada tahun 2022 di mulainya pemberlakuan HPP yang mengatur PTK. Berdasarkan penjabaran tersebut, dengan ini maka hipotesis dibentuk sebagai berikut:
H2 : Insentif Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM,

Pengaruh Moral Pajak terhadap kepatuhan pajak UMKM

Menurut, (Luttmer & Singhal, 2014)), moral pajak secara umum mencakup motivasi yang tidak hanya fokus kepada uang untuk kepatuhan wajib pajak, serta faktor faktor yang berada diluar kerangka yang di harapkan, misalnya wajib pajak (WP) mendapatkan motivasi insintriik untuk membayar pajak atau meraa beralah dan malu karena tidak memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak, bisa juga wajib pajak mentaati karena hubungan timbal balik antara wajib pajak dan negara. Teori Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa hubungan antara niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dan faktor-faktor yang memengaruhi pencapaian tujuan perilaku tersebut. (Ajzen, 1991b) dengan begitu kepatuhan pajak dapat dipengaruhi oleh niat yang ada pada diri seseorang untuk mencapai tujuannya yaitu membayar pajak, dan kemudian diwujudkan melalui tindakan nyata.

Dalam penelitian yang di lakukan oleh (Indrawan & Larasati, 2022) memberikan hasil penelitian bahwa moral pajak memiliki pengaruh negatif Hal ini menekankan bahwa tax morale wajib pajak UMKM yang digambarkan dari ketiga faktor tersebut dalam memenuhi kewajiban perpajakannya masih sesuai dengan yang diharapkan. Namun dalam penelitian (Indrawan & Larasati, 2022) mengatakan, tinggi atau rendahnya tingkat moral pajak yang dimiliki wajib pajak tidak mempengaruhi kontribusi mereka dalam memenuhi kewajiban untuk membayar pajak yang sudah di atur oleh negara. Berdasarkan penjelasan diatas, dengan ini maka hipotesis dibentuk sebagai berikut:

H3 : Moral Pajak berpengaruh negatif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM,

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan analisis test Regresi liner berganda untuk mengetahui pengaruh variabel x terhadap variabel y

Lokasi Penelitian

Penelitian ini lokasinya berada di Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Populasi dan Sampel

Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, populasi adalah cakupan generalisasi yang berisi objek atau subjek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan dari mana kesimpulan akan ditarik (Sugiyono, 2013) Populasi terdiri berbagai sektor usaha dalam kategori mikro, kecil, dan menengah.

Sampel

Menurut (Sugiyono, 2013) pengertian sampel adalah “Bagian dari jumlah dan karakteristik pengamatan yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dalam penelitian ini sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling, meliputi:

1. Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
2. Pendapatan di atas 500 Juta per tahun.
3. Pelaku usaha bersedia untuk berkontribusi tanpa adanya paksaan dalam mengisi kuesioner penelitian.

Pengambilan sample diambil dari daftar UMKM yang ada di KPP Sleman.

Jumlah sampel di tentukan dengan menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n= jumlah dari sampel yang belum diketahui

N= jumlah dari populasi yang diketahui

e= toleransi 10%

Dari perhitungan menggunakan rumus Slovin di dapat sample sebanyak 99

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner kepada beberapa responden yang sukarela mengisi kuisisioner tanpa paksaan. Kuisisioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan dengan skala Likert (1-5),

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen (Y)

Kepatuhan perpajakan di definisikan sebagai suatu keadaan dimana Wajib Pajak dapat memenuhi semua kewajiban dan melaksanakan hak

perpajakannya, ada dua macam kepatuhan yakni kepatuhan formal dan material (Nurmantu Safri, 2005.)

Variabel Independen (X)

Sosialisasi Pajak (X1)

Sosialisasi perpajakan adalah rangkaian informasi terkait perpajakan yang berupa aturanaturan perpajakan maupun langkah-langkah dalam memenuhi kewajiban perpajakan hal ini diupayakan oleh Direktorat Jenderal Pajak bagi masyarakat terlebih wajib pajak, Dalam Surat Edaran Nomor SE-22/PJ/2007 terkait penyeragaman sosialisasi untuk masyarakat, dapat dilakukan dengan : call center pajak, penyuluhan, internet, petugas pajak, televise serta iklan di berbagai media,

Insentif Pajak (X2)

Insentif pajak adalah sebuah penawaran dari pemerintah, melalui manfaat pajak dalam suatu kegiatan tertentu, seperti kontribusi uang untuk kegiatan yang berkualitas dengan tujuan memberikan rangsangan atau keringanan Assiddiq Rustan dkk. (2023)

Moral Pajak(X3)

Moral wajib pajak dipandang sebagai motivasi intrinsik untuk membayar pajak moral pajak merupakan motivasi yang timbul dari dalam diri individu untuk menunaikan kewajiban perpajakannya. (Cummings et al., 2009)Penekanan pada aspek perilaku dari wajib pajak selain pada aspek ekonomi (seperti denda dan bunga) dalam hal kepatuhan perpajakan dirasa perlu untuk meningkatkan kejujuran wajib pajak (Nugroho, 2021)Sehingga wajib pajak dalam menjalankan pemenuhan kewajiban pajak dapat melakukannya dengan sukarela.

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang dipakai untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul sesuai keadaannya, tanpa tujuan menghasilkan kesimpulan yang berlaku umum atau dapat digeneralisasi. Apabila penelitian dilakukan pada seluruh populasi (tidak menggunakan sampel), maka analisisnya tentu menggunakan statistik deskriptif. (Sugiyono, 2013)

Uji Validitas

Validitas adalah tingkat kesesuaian antara data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Artinya, data yang valid berarti data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.(Sugiyono, 2013)

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan

positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti pada objek yang sama menghasilkan data yang sama, peneliti yang sama pada waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua bagian menunjukkan data yang tidak berbeda. (Sugiyono, 2013) Dasar kesimpulan dalam penelitian ini ketika suatu kuesioner dikatakan reliabel dengan nilai Cronbach Alpha > 0,60.

Uji Normalitas

Hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji dengan Statistik Parametris, antara lain dengan menggunakan t-test untuk satu sampel, korelasi dan regresi, analisis varian dan t-test untuk dua sampel. (Sugiyono, 2013)

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas memiliki tujuan untuk mendeteksi adanya korelasi masing masing variabel bebas dalam model regresi. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai toleransi (tolerance) dan variance inflation factor (VIF) berdasarkan kriteria:

1. Jika nilai tolerance > 0,100 dan VIF < 10,00 maka tidak terjadi gejala multikolonieritas
2. Jika nilai tolerance < 0,100 dan VIF > 10,00 maka terjadi gejala multikolonieritas
- 3.

Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar perubahan pada variabel dependen yang dipengaruhi oleh perubahan pada variabel independen. Model tersebut dapat dirumuskan dalam bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

a = Intercept (konstanta)

b = koefisien linier berganda

Y = Kepatuhan Pembayar Pajak UMKM

X1 = Pelayanan Fiskus

X2 = Kepercayaan kepada Otoritas Pajak

X3 = Norma Subjektif

e = Kelengahan (error)

Uji Hipotesis (Uji t)

Penelitian memakai uji t untuk menguji hipotesis yang diajukan. Uji t digunakan untuk menilai apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada beberapa UMKM yang berada di Kecamatan Sleman, Sleman. Dengan kriteria wajib pajak

memiliki NPWP dan memiliki omset di bawah 4.8 miliar. Dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner pada tanggal 03 Mei – 28 Juli dengan Google Form yang dibagikan secara langsung dan juga melalui Whatsapp.

Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisa data kuantitatif agar memperoleh gambaran atau deskriptif dari sebuah data. Yang mana, data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban para responden terhadap setiap butir pertanyaan dalam kuesioner yang mengukur variabel-variabel penelitian. Analisis dilakukan berdasarkan tanggapan responden yang berdomisili di Kecamatan Sleman . Berikut hasilnya:

Tabel 2.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sosialisasi_Pajak_X1	80	5	20	13.63	4.793
Insentif_Pajak_X2	80	4	15	10.49	3.486
Moral_Pajak_X3	80	4	15	9.21	2.380
Kepatuhan_Perpajakan	80	6	20	13.94	4.724
Valid N (listwise)	80				

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, seluruh variabel dianalisis menggunakan 80 data responden (N = 80) sehingga tidak terdapat data yang hilang (Valid N (listwise) = 80). Dari nilai rata-rata (mean), variabel Kepatuhan Perpajakan (Y) memiliki rata-rata tertinggi sebesar 13,94, diikuti oleh Sosialisasi Pajak (X1) sebesar 13,63, Insentif Pajak (X2) sebesar 10,49, dan Moral Pajak (X3) sebesar 9,21. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap seluruh variabel yang diteliti.

Uji Validitas

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dengan derajat kebebasan (degree of freedom/df) sebesar n – 2. Jumlah responden (N) sebanyak 80, sehingga diperoleh nilai df = 80 – 2 = 78. Berdasarkan nilai tersebut pada taraf signifikansi 5% dengan uji dua sisi, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,219. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (r hitung > r tabel), maka butir pertanyaan dinyatakan valid.
- b. Apabila nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel (r hitung < r tabel), maka butir pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Tabel 2.2 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	r Hitung	r Tabel
1	Sosialisasi pajak	X1.1	0,926	0.219
		X1.2	0,906	0.219
		X1.3	0,925	0.219
		X1.4	0,932	0.219
2	Insentif Pajak	X2.1	0,929	0.219
		X2.2	0,910	0.219
		X2.3	0,938	0.219
3	Moral Pajak	X3.1	0,775	0.219
		X3.2	0,800	0.219
		X3.3	0,807	0.219
4	Kepatuhan Perpajakan	Y1.1	0,935	0.219
		Y1.2	0,924	0.219
		Y1.3	0,932	0.219
		Y1.4	0,954	0.219

Berdasarkan tabel di atas, disimpulkan bahwa seluruh indikator pertanyaan pada setiap variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,219), sehingga instrumen pertanyaan yang digunakan dalam dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi jawaban responden terhadap setiap pertanyaan dalam kuesioner. Dalam observasi ini, kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 (>0,60).

Tabel 2.3 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Conbach's Alpha	Nilai Alpha
1	Sosialisasi Pajak	0.6	0,940
2	Insentif Pajak	0.6	0,916
3	Moral Pajak	0.6	0,703
4	Kepatuhan Perpajakan	0.6	0,952

Berdasarkan tabulasi di atas, hasil perhitungan SPSS menunjukkan bahwa seluruh nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,60 (>0,60). Hal ini menandakan bahwa semua variabel dalam observasi ini reliabel, sehingga pengujian selanjutnya dapat dilakukan.

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, penelaah menggunakan grafik probability plot untuk menilai normalitas data. Jika titik-titik data menyebar mengikuti garis dan pola pada histogram juga menunjukkan kecocokan, maka hal tersebut menandakan bahwa model yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas, sedangkan ketika data yang dihasilkan tidak berada pada garis dan grafiknya maka model yang digunakan tidak memenuhi presumsi normalitas. Setelah itu penelaah melakukan uji Kolmogorov-Smirnov, yang mana ketika signifikansi > 0,05 maka dapat dikatakan data diterima atau berdistribusi normal, sedangkan ketika signifikansi < 0,05 maka dapat dikatakan data ditolak atau tidak berdistribusi normal. Berikut adalah hasil pengujiannya:

Tabel 2.4 Uji Normalitas Kolmogotov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.24615822
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.040
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel di atas dengan penggunaan angka Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) yaitu 0,200 > 0,05 maka menggambarkan data sudah memenuhi presumsi normalitas.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan korelasi antara variabel independen. Uji ini dilakukan dengan memeriksa nilai toleransi dan variance inflaton factor (VIF), dengan kriteria keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai tolerance > 0,100 dan VIF < 10,00 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas
2. Jika nilai tolerance < 0,100 dan VIF > 10,00 maka terjadi gejala multikolinearitas

Tabel 2.5 Hasil Uji Multikolonieritas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.195		-.276	.783		
	Sosialisasi_Pajak_X1	.475	.087	.482	5.426	.000	.116
	Insentif_Pajak_X2	.671	.120	.495	5.594	.000	.117
	Moral_Pajak_X3	.068	.061	.034	1.119	.267	.984
	Kepatuhan_Perpajakan						1.016

a. Dependent Variable: Kepatuhan_Perpajakan

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS, uji multikolonieritas pada setiap variabel independen menunjukkan nilai VIF kurang dari 10 (<10) dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 (>0,1). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak mengalami gejala multikolonieritas.

Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang mana variabel independen yang diuji yaitu pelayanan fiskus, kepercayaan kepada otoritas pajak, dan norma subjektif. Sedangkan variabel dependennya adalah kepatuhan pajak UMKM. Hasil kalkulasi SPSS dapat dilihat pada tabulasi berikut.

Tabel 2.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.195	.706		.783
	Sosialisasi_Pajak_X1	.475	.087	.482	.000
	Insentif_Pajak_X2	.671	.120	.495	.000
	Moral_Pajak_X3	.068	.061	.034	.267

a. Dependent Variable: Kepatuhan_Perpajakan

Persamaan yang timbul berdasarkan pada hasil kalkulasi SPSS yaitu:

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = -0,195 + 0,475X_1 + 0,671X_2 + 0,068X_3 + e$$

Dari model persamaan regresi di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -0,195 dengan nilai signifikansi 0,783 ($> 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel Sosialisasi Pajak, Insentif Pajak, dan Moral Pajak bernilai nol, maka Kepatuhan Perpajakan diperkirakan sebesar -0,195. Namun, karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, konstanta tersebut tidak signifikan sehingga tidak memiliki makna yang kuat dalam model.
2. Artinya, Sosialisasi Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Perpajakan. Setiap peningkatan satu satuan pada Sosialisasi Pajak akan meningkatkan Kepatuhan Perpajakan sebesar 0,475 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Dengan demikian, H1 diterima.
3. Artinya, Insentif Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Perpajakan. Setiap peningkatan satu satuan pada Insentif Pajak akan meningkatkan Kepatuhan Perpajakan sebesar 0,671 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Variabel ini memiliki pengaruh paling besar berdasarkan koefisien regresi maupun nilai Standardized Beta (0,495). Dengan demikian, H2 diterima.
4. Artinya, Moral Pajak berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepatuhan Perpajakan. Meskipun koefisien regresinya positif, pengaruh tersebut secara statistik tidak cukup kuat karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, H3 ditolak.

Uji Hipotesis (Uji t)

Dalam observasi ini, pengujian menggunakan uji t untuk mengevaluasi hipotesis yang diajukan oleh penelaah. Uji t dipakai untuk menentukan apakah setiap variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig.} > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig.} < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa

secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

1. Sosialisasi Pajak (X_1)

Variabel Sosialisasi Pajak (X_1) memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,475, nilai t hitung sebesar 5,426, dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Sosialisasi Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Perpajakan. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Sosialisasi Pajak akan meningkatkan Kepatuhan Perpajakan sebesar 0,475 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

2. Insentif Pajak (X_2)

Variabel Insentif Pajak (X_2) memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,671, nilai t hitung sebesar 5,594, dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Insentif Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Perpajakan. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Insentif Pajak akan meningkatkan Kepatuhan Perpajakan sebesar 0,671 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Moral Pajak

Variabel Moral Pajak (X_3) memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,068, nilai t hitung sebesar 1,119, dan nilai signifikansi sebesar 0,267. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,267 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Moral Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Perpajakan.

Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak UMKM

Hasil mengindikasikan bahwa semakin baik sosialisasi yang dilakukan oleh otoritas pajak, baik melalui penyuluhan, seminar, media sosial, maupun edukasi perpajakan lainnya, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak UMKM

Artinya, semakin besar manfaat insentif yang dirasakan oleh wajib pajak, seperti pengurangan tarif, pembebasan pajak, atau fasilitas perpajakan lainnya, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Selain itu, berdasarkan nilai Standardized Beta sebesar 0,495, Insentif Pajak merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap Kepatuhan Perpajakan dibandingkan variabel independen lainnya dalam penelitian ini.

Pengaruh Moral Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak UMKM

Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis yang menyatakan "Moral Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Pajak UMKM" ditolak. Temuan ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kepatuhan pajak UMKM tidak dapat hanya mengandalkan pembentukan moral atau kesadaran wajib pajak, tetapi juga memerlukan kebijakan yang mampu memberikan kemudahan, pemahaman, dan manfaat nyata bagi wajib pajak sehingga kepatuhan dapat meningkat secara berkelanjutan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Sosialisasi Pajak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM.
2. Insentif Pajak berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM.
3. Moral pajak berpengaruh positif namun signifikasinya sangat kecil.

Saran

Peneliti dapat melakukan penelitian dengan cakupan kriteria UMKM yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991a). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (1991b). *The Theory of Planned Behavior*.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behaviour - I Ajzen - Google Buku*. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=dmJ9EGEy0ZYC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Ajzen,+I.+\(2005\).+EBOOK:+Attitudes,+Personality+and+Behaviour.+McGraw-hill+education+\(UK\).+Allingham,+M.+G.,+%26+Sandmo,+A.+\(1972\).+Income+Tax+Evasion:+A+Theoretical+Analysis.+Journal+of+Public+Economics,+1\(3-4\),+323-338&ots=EENQRmK-bA&sig=ptE14uEYrRjKJOuhvFOtNyCq1fw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=dmJ9EGEy0ZYC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Ajzen,+I.+(2005).+EBOOK:+Attitudes,+Personality+and+Behaviour.+McGraw-hill+education+(UK).+Allingham,+M.+G.,+%26+Sandmo,+A.+(1972).+Income+Tax+Evasion:+A+Theoretical+Analysis.+Journal+of+Public+Economics,+1(3-4),+323-338&ots=EENQRmK-bA&sig=ptE14uEYrRjKJOuhvFOtNyCq1fw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Cummings, R. G., Martinez-Vazquez, J., McKee, M., & Torgler, B. (2009). Tax morale affects tax compliance: Evidence from surveys and an artefactual field experiment. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 70(3), 447–457. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2008.02.010>
- Darmayasa I Nyoman, Patriani Putu Ayu Rita, & Mandia I Nyoman. (2022). *Moderasi Kesadaran Pajak Pada Moral Pajak, Pemeriksaan, Dan Sanksi Terhadap Kepatuhan UMKM*.
- Diaz Juan Marcheita, & Arif Nugroho Rachman. (2022). STUDI KEPATUHAN PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR DENGAN PEMUTIHAN PAJAK SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(6), 621–634. <https://doi.org/10.53625/JUREMI.V1I6.2083>
- DJP. (2024). *Manfaat Pajak untuk Program Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat | Direktorat Jenderal Pajak*. <https://www.pajak.go.id/id/artikel/manfaat-pajak-untuk-program-pembangunan-dan-kesejahteraan-masyarakat>
- Dwi. (2020). *INSENTIF PAJAK DALAM MERESPONS DAMPAK PANDEMI COVID-19 PADA SEKTOR PARIWISATA*.
- Hura, A., & Molinda Kakisina, S. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 174–181. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.31>
- Indrawan, R., & Larasati, A. Y. (2022). PENGARUH MORAL PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DI BANDUNG RAYA. In *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 3, Number 2). www.pajak.go.id
- Kusumadewi, D. R., & Dyarini, D. (2022). Pengaruh Literasi Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi, Insentif Pajak dan Moral Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(2), 171. <https://doi.org/10.29103/jak.v10i2.7182>
- Luttmer, E. F. P., & Singhal, M. (2014). Tax morale. *Journal of Economic Perspectives*, 28(4), 149–168. <https://doi.org/10.1257/jep.28.4.149>
- Nadia Ashfia Zahra. (2024). *Pengaruh Insentif Pajak, Kesadaran Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pasca Pandemi Covid-19 (Studi pada UMKM di Kota Tangerang Selatan)*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/80311>
- Nugroho, W. C. (2021). Moral Pajak, Sanksi Pajak, Penerapan E-Filling dan Kepatuhan Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(11), 2882. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i11.p16>
- Pengantar Perpajakan - Safri Nurmantu - Google Buku*. (n.d.). Retrieved July 6, 2026, from <https://books.google.co.id/books?id=xS2IS2w8xzsC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q=KEPATUHAN&f=false>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.

- Sularsih Hermi, & Wikardojo Soko. (2021). Moralitas dan kesadaran terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan memanfaatkan fasilitas perpajakan dimasa pandemi Covid-19 Hermi Sularsih*; Soko Wikardojo. In *Jurnal Paradigma Ekonomika* (Vol. 16, Number 2).
- Wada Betu, K., & Baso, S. P. (2023). Tax rates, tax socialization, and tax compliance of MSMEs: Patriotism as a moderating variable. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5, 2023.
- Waluyo. (2017). *Perpajakan Indonesia*. <http://epustaka.umma.ac.id:8023/inlislite3/opac/detail-opac?id=8523>
- Yulistiani, V., Yusup, M., Saepul Rahman, R., Mia Lasmaya, S., & Pasundan, S. (2022). Pengaruh Insentif Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada salah satu KPP di Kota Bandung). *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(1), 20–30. <https://doi.org/10.55208/aj>