PENGARUH INSENTIF PAJAK, KUALITAS PELAYANAN FISKUS, DAN *SISTEM SELF ASSESMENT* TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN SOSIALISASI PAJAK SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Yoga Radyasa[1] dan Waluyo[2]

[1]Program Studi Magister Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: yoga.127212017@stu.untar.ac.id
[2]Program Studi Magister Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: waluyogavin9@gmail.com

Abstrak
Penelitian ini menjadi langkah signifikan dalam memahami dinamika kepatuhan wajib pajak di kalangan UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta. Melibatkan variabel Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan Sistem Self Assesment sebagai prediktor, serta Sosialisasi Pajak sebagai faktor moderasi, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasilnya menarik, menunjukkan bahwa Insentif Pajak memiliki dampak positif yang signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Sebaliknya, Kualitas Pelayanan Fiskus dan Sistem Self Assesment memberikan dampak negatif, mengisyaratkan kompleksitas faktor-faktor yang terlibat dalam mendorong ketaatan perpajakan. Peran Sosialisasi Pajak sebagai faktor moderasi memberikan wawasan lebih lanjut. Faktor ini memperkuat dampak positif Insentif Pajak dan Kualitas Pelayanan, sementara sekaligus memoderasi dampak negatif Sistem Self Assesment. Hasil ini tidak hanya menunjukkan kompleksitas relasi antarvariabel, tetapi juga menyoroti pentingnya edukasi pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak di kalangan UMKM. Penemuan ini memberikan kontribusi berharga untuk pemahaman teoritis dan aplikatif dalam konteks kajian perpajakan.

Kata kunci: Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Sistem Self Assesment, Kepatuhan Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak UMKM.

Abstract
This research is a significant step in understanding the dynamics of taxpayer compliance among MSMEs registered with KPP Pratama Jakarta. Involving the variables Tax Incentives, Fiscus Service Quality, and Self Assessment System as predictors, as well as Tax Socialization as a moderating factor, this research uses multiple linear regression analysis methods. The results are interesting, showing that Tax Incentives have a significant positive impact on the level of taxpayer compliance. On the other hand, Fiscus Service Quality and the Self Assessment System have a negative impact, indicating the complexity of the factors involved in encouraging tax compliance. The role of Tax Socialization as a moderating factor provides further insight. This factor strengthens the positive impact of Tax Incentives and Service Quality, while at the same time moderating the negative impact of the Self Assessment System. These results not only show the complexity of the relationships between variables, but also highlight the importance of tax education in increasing taxpayer compliance among MSMEs. These findings provide a valuable contribution to theoretical and applied understanding in the context of tax studies.

Keywords: *Tax Incentives, Fiscus Service Quality, Self Assessment System, Taxpayer Compliance, Tax Socialization, MSMEs.*

.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pemerintah sering menggunakan Sistem Self Assesment, meningkatkan pelayanan fiskus, dan menerapkan berbagai insentif pajak untuk mengoptimalkan pengumpulan pajak. Sosialisasi pajak memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak terhadap pajak. Realisasi penerimaan pajak sampai dengan tanggal 6 Desember 2022 mencapai 106,4 % dari target penerimaan pajak yang ditetapkan dalam APBN 2022, atau setara dengan Rp 1.485

triliun. Sosialisasi pajak merupakan bagian penting dari upaya mendukung berbagai program kebijakan pemerintah.

Kepatuhan wajib pajak sangat memengaruhi kemampuan negara untuk mengumpulkan dana pajak yang diperlukan untuk berbagai program pembangunan. Menurut data, peningkatan penerimaan pajak dari tahun 2020 ke tahun 2021 lebih besar daripada peningkatan dari tahun 2021 ke 2022; realisasi pajak 2021 mencapai 103,9% dan realisasi pajak 2022 meningkat 2,5%.
Setiap negara memiliki lokasi penting yang bertanggung jawab atas operasi ekonominya. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran yang signifikan dalam menggerakkan ekonomi Indonesia. Pajak penghasilan (PPh) final untuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) diubah oleh Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013, yang menurunkan tarif pajak PPh final dari 1% menjadi 0,5%, dengan syarat peredaran bruto dalam satu tahun pajak tidak lebih dari 4,8 miliar. Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 mengatur pajak penghasilan atas pendapatan dari usaha yang diterima oleh wajib pajak dengan peredaran bruto.
Strategi pemerintah untuk membantu bisnis kecil dan menengah (UMKM) setelah pandemi Covid-19. Sistem perpajakan suatu negara dapat mengalami penurunan yang signifikan untuk kesuksesan, berdampak negatif pada kemampuan negara untuk menyediakan layanan publik dan mendorong pembangunan.

Salah satu dari tiga metode pemungutan pajak yang tersedia di Indonesia adalah sistem penilaian pribadi. Sistem ini mendorong wajib pajak untuk lebih aktif mengelola kewajiban pajaknya. Setelah sistem perpajakan Indonesia diubah dari sistem evaluasi resmi menjadi sistem evaluasi pribadi pada tahun 1983, pemerintah mengantisipasi peningkatan pendapatan karena perubahan ini, yang melibatkan wajib pajak secara aktif. Ariyati (2019)
Diharapkan sikap dan kesadaran masyarakat akan berubah dengan penerapan sistem penilaian diri sendiri sehingga mereka lebih taat memenuhi kewajiban pajak mereka (Damayanti et al., 2020).

Sistem penilaian diri membantu Wajib Pajak memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang perpajakan yang terkait dengan penerapan sistem ini. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa masyarakat akan mempelajari cara yang tepat untuk melaksanakan kewajiban perpajakan, termasuk menghitung pajak yang terutang, melalui penerapan sistem penilaian diri (Radjijo, 2017).

Menurut Wilmart (2020), layanan yang baik diharapkan dapat membantu wajib pajak menyelesaikan kewajiban pajaknya. Pada akhirnya, pelayanan yang baik akan mendorong Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya (Trianto, 2013). Beberapa faktor yang memengaruhi keinginan untuk berperilaku patuh terhadap pajak termasuk keyakinan tentang perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol. Ini adalah salah satu alasan utama untuk kebijakan pemerintah khusus yang bertujuan untuk meningkatkan layanan fiskus yang diberikan oleh kantor pelayanan pajak.

Negara-negara maju seperti Amerika Serikat memiliki tingkat kepatuhan pajak yang sangat tinggi (Cahyono et al., 2019). Namun, masalah perpajakan semakin meningkat di negara-negara seperti Indonesia (Sembiring, 2021). kompilasi informasi mengenai kepatuhan pajak wajib di Indonesia selama 5 (lima) tahun, berdasarkan penerimaan pajak.

Tabel 1.
Jumlah Penerimaan Pajak dari 2018 hingga 2022 (Milyar Rupiah)
Sumber: bps.go.id

No	Tahun	Penerimaan Perpajakan	Penerimaan Bukan Pajak
1	2018	1.518.789,80	409.320,20
2	2019	1.546.141,90	408.994,30
3	2020	1.285.136,32	343.814,21
4	2021	1.547.841,10	458.493,00
5	2022	1.924.937,50	510.929,60

Pajak adalah salah satu komponen yang paling penting dalam memperbaiki ekonomi suatu negara. Pajak menyumbang 82,5% dari pendapatan negara, menurut data APBN yang dirilis oleh Kementerian Keuangan pada tahun 2019. Selain itu, peningkatan pendapatan pajak menunjukkan bahwa orang lebih suka memenuhi kewajiban pajaknya.

Untuk mempertahankan kecenderungan kepatuhan pajak Wajib Pajak, upaya yang berkelanjutan dilakukan secara sinergis dan melibatkan semua pihak yang terlibat. Selain itu, seiring dengan kemajuan teknologi seperti penerapan sistem pajak online, berbagai kemudahan yang diberikan kepada Wajib Pajak harus terus ditingkatkan. Inovasi sistem seperti ini penting untuk meningkatkan kenyamanan dan kemudahan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya.

Sebagai pemegang otoritas perpajakan, penyeluhan kepada masyarakat harus dilakukan secara menyeluruh dan berkelanjutan dengan menggunakan kemajuan sistem informasi yang ada. Hal ini dapat meningkatkan pemahaman orang tentang perpajakan karena sistem informasi yang terus berkembang. Akibatnya, orang mudah mengetahui tentang perpajakan.
Kepatuhan pajak adalah faktor penting yang dapat meningkatkan pendapatan asli daerah karena membantu pemerintah mendapatkan uang dari sektor pajak. Presentase kepatuhan Wajib Pajak dapat meningkat jika mereka sangat berhati-hati dalam membayar kewajiban pajaknya (Nirajenani & Merkusiwati, 2018). Menurut Aswatietal (2018), wajib pajak dapat menunjukkan kesadaran mereka dengan melaksanakan kewajibannya dengan penuh kesadaran, tanpa merasa terpaksa atau terbebani.

Studi ekonomi dan perpajakan telah berkonsentrasi pada efek insentif pajak, pelayanan fiskus yang efektif, dan evaluasi diri melalui penggunaan insentif pajak, baik finansial maupun non-finansial. Sebaliknya, tingkat pelayanan fiskus menunjukkan seberapa baik pemerintah dapat membantu wajib pajak, termasuk memastikan bahwa mereka memenuhi hak dan kewajiban pajak mereka. Dengan menggunakan sistem penilaian diri sendiri, mereka dapat menilai dan melaporkan kewajiban pajak mereka sendiri, yang dapat memengaruhi
Sosialisasi pajak juga merupakan faktor penting dalam menentukan informasi, pendidikan, dan pemahaman wajib pajak tentang tanggung jawab perpajakan mereka. Namun, tidak banyak penelitian yang mempertimbangkan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kepatuhan wajib pajak, insentif, layanan fiskus yang baik, dan sistem self-assessment.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah insentif pajak memengaruhi kepatuhan wajib pajak?
2. Apakah kualitas pelayanan fiskus memengaruhi kepatuhan wajib pajak?
3. Apakah *Sistem Self Assesment* memengaruhi kepatuhan wajib pajak?
4. Apakah sosialisasi pajak memengaruhi pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak?
5. Apakah sosialisasi pajak memengaruhi kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak?
6. Apakah pengaruh Sistem Self Assesment terhadap kepatuhan wajib pajak dikontrol oleh sosialisasi pajak?

KAJIAN PUSTAKA dan PENGEMBANGAN HIPOTESIS

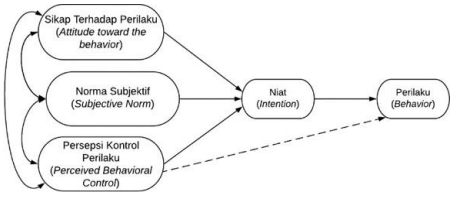
1. Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Theory of Reasoned Action (TRA), yang pertama kali muncul pada tahun 1967, berkembang menjadi *Theory of Planned Behavior* (TPB). *Theory of Planned Behavior* didasarkan pada gagasan bahwa orang biasanya akan berperilaku dengan cara yang pantas (Ajzen, 1991). Sikap terhadap perilaku memainkan peran penting dalam memprediksi bagaimana seseorang akan bertindak, menurut teori ini direncanakan. Tetapi seseorang lebih cenderung melakukan sesuatu jika mereka bersikap positif terhadap suatu perilaku, mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar, dan merasa tidak ada hambatan yang signifikan untuk melakukannya (Ajzen, 1991).

Sangat membantu dalam menjelaskan cara wajib pajak membayar dan melaporkan pajak, terutama untuk sistem pajak Indonesia yang menggunakan Sistem Penilaian Diri. Sosialisasi pajak, yang bertujuan untuk memberi tahu wajib pajak tentang peraturan perpajakan, dapat meningkatkan keinginan mereka untuk memenuhi kewajiban mereka sebagai wajib pajak.

Cara seseorang, kelompok, atau organisasi memilih, mengamankan, dan mendapatkan barang, jasa, atau gagasan untuk memenuhi kebutuhan disebut perilaku konsumen (Schiffman dan Kanuk, 2017). Selain itu, perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan saat memenuhi kebutuhannya disebut perilaku konsumen (Kotler dan Keller, 2021).

Perspektif dan tindakan manusia membentuk perilaku konsumen (Tjiptono, 2015). Psikologi menggunakan teori perilaku yang direncanakan untuk menjelaskan hubungan antara keyakinan dan perilaku. persepsi seseorang tentang cara mereka berperilaku (Manuntung, 2018). Menurut asumsi, niat berfungsi untuk mengidentifikasi sumber dorongan yang mempengaruhi tindakan seseorang. Menurut Ajzen (2015), tujuan yang kuat sebanding dengan hasil yang dihasilkan.



Gambar 1. *Theory of Planned Behavior*
Sumber: (Andriani & Herianti, 2015)

Tiga komponen mempengaruhi niat konseptual yang independen, seperti yang ditunjukkan pada gambar. Persepsi yang mengontrol perilaku, norma subjektif, dan sikap

terhadap perilaku adalah bagian darinya. Faktor pertama adalah sikap seseorang terhadap perilaku, yang menunjukkan seberapa baik atau sebaliknya seseorang menilai perilaku tersebut. Oleh karena itu, setiap orang cenderung berperilaku dengan baik jika mereka menilai bagaimana mereka berperilaku.

Faktor kedua adalah faktor sosial yang disebut norma subjektif. Norma subjektif positif ketika seseorang mendapat dukungan dari lingkungannya untuk berperilaku tertentu, tetapi negatif ketika sebaliknya. Dengan menambahkan elemen-elemen ini, tujuan adalah untuk mengetahui bahwa orang memiliki keterbatasan dalam melakukan tindakan tertentu.

Memiliki literasi keuangan menunjukkan bahwa seseorang memiliki kendali atas apa yang terjadi dengan uang mereka dan bagaimana hal itu memengaruhi tujuan mereka; elemen ini mempengaruhi niat perilaku. Perilaku yang bersangkutan atau penilaian yang baik dapat menentukan sikap risiko seseorang. Karena motif menabung sama dengan niat, yang berarti keinginan untuk melakukan tindakan tertentu, motif menabung juga dapat disebut sebagai tujuan atau niat untuk berperilaku.

Teori perilaku terencana, sebuah dimensi kerangka kerja psikologis, membantu kita memahami perilaku manusia dalam hal kesehatan, lingkungan, dan keputusan sosial.

1. Niat (Intention): Dalam teori perilaku terencana, niat adalah elemen utama. Ini berkaitan dengan keinginan seseorang untuk mengambil atau tidak mengambil tindakan tertentu. Tujuan dibentuk oleh komponen berikut:
2. Perilaku (Perilaku): Dimensi ini mencakup tindakan yang dilakukan oleh orang dalam kehidupan nyata, seperti mengikuti rekomendasi kesehatan, mendukung kebijakan lingkungan, atau membuat keputusan sosial.
3. Niat Spesifik (Specific Intentions): Tingkat kejelasan niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu disebut niat spesifik. Ini dapat mencakup rencana yang lebih terperinci tentang kapan, di mana, dan bagaimana perilaku akan dilakukan.
4. Kendali Perilaku Persepsi: Sejauh mana seseorang merasa mampu mengendalikan atau mengatasi tantangan yang mungkin muncul saat melakukan perilaku tertentu disebut sebagai kendali perilaku persepsi. Jika seseorang memiliki persepsi kontrol yang lebih tinggi, semakin besar kemungkinan mereka akan melakukan perilaku tersebut.

2. Teori Psikologi Fiskal

Orang pertama yang membuat hubungan antara psikologi fiskal dan pendekatan perilaku adalah Schmolders (1959). Salah satu pendekatan yang lebih baik untuk menjelaskan kepatuhan pajak adalah teori psikologi fiskal, yang berasal dari analisis psikologis dan ekonomi. Teori ini menunjukkan bahwa wajib pajak tidak memiliki alasan untuk membayar pajak karena tidak ada keuntungan yang sebenarnya dari membayar pajak (Hasseldine & Bebbington, 1991).Ketidakpercayaan muncul karena wajib pajak tidak tahu banyak tentang belanja publik, termasuk cara mereka melakukannya, dan konsekuensi bagi mereka sebagai wajib pajak (Matasik et al., 2021). Untuk menjelaskan kepatuhan pajak, teori psikologi fiskal menggabungkan perspektif ekonomi dan psikologis. Paradigma manfaat adalah model yang menilai potensi manfaat dan biaya dari tindakan yang akan dilakukan (Devos, 2014).

Persepsi wajib pajak pemerintah, yang merupakan komponen terpenting dalam kepatuhan pajak, juga dapat dijelaskan dengan menggunakan teori psikologi fiskal (Damayanti, 2015). mengatakan bahwa kepercayaan wajib pajak terhadap pemerintah, terutama dalam hal sistem

perpajakan, berdampak lebih besar pada tingkat kepatuhan pajak. Oleh karena itu, kepercayaan terhadap pemerintah akan membuat wajib pajak lebih setia untuk membayar pajak.Salah satu metode yang lebih baik untuk menjelaskan kepatuhan pajak adalah teori psikologi fiskal, yang menggabungkan perspektif psikologi dan ekonomi (Hasseldine dan Bebbington, 1991). Sebaliknya, teori ini juga mempertimbangkan hubungan kontrak sebagai pertukaran fiskal, yang akan menunjukkan hak dan kewajiban antara pembayar pajak dan pemerintah (Feld dan Frey, 2007).

Penelitian teori ini membahas tiga dimensi:

1. Persepsi terhadap pajak: bagaimana orang melihat pajak sebagai beban atau keuntungan, dan bagaimana persepsi ini memengaruhi keputusan mereka untuk memenuhi kewajiban pajak mereka.
2. Sikap terhadap kebijakan fiskal: bagaimana seseorang melihat kebijakan fiskal, seperti apakah mereka mendukung atau menentang pengeluaran pemerintah, pemotongan pajak, atau redistribusi pendapatan.
3. Motivasi dan Insentif: Faktor-faktor yang dibahas dalam penelitian

3. Teori Atribusi

Bagaimana setiap orang menilai perilakunya sendiri dan perilaku orang lain meningkat sebagai hasil dari penggunaan teori atribusi. Menurut teori ini, individu dapat mencari penjelasan tentang peristiwa yang terjadi, baik pada diri mereka sendiri maupun pada orang-orang di sekitar mereka (Schisler, D. L., & Galbreath, 2015).Fritz Heider adalah pencipta pertama teori ini pada tahun 1958. Ilmuwan selalu berusaha untuk memahami dan memahami perilaku orang lain dengan mengumpulkan informasi untuk mengetahui apa yang menyebabkan perilaku tersebut terjadi (Sukarma, DA, & Wirama, 2016).

Faktor eksternal terdiri dari hal-hal yang berasal dari luar seseorang, seperti keberuntungan; faktor internal terdiri dari hal-hal yang ada dalam diri seseorang, seperti usaha atau kemampuan (Robins et al., 1996).Perilaku yang diatribusikan secara internal berasal dari kendali pribadi seseorang, sedangkan perilaku yang diatribusikan secara eksternal berasal dari faktor luar yang memaksa seseorang berperilaku dalam situasi atau lingkungan tertentu.

Dimensi didasarkan pada makna atribusi (Ersania dan Merkusiwati, 2018).

1. Faktor internal mempengaruhi kesuksesan, sedangkan faktor eksternal mempengaruhi kegagalan.
2. Kegagalan dipengaruhi oleh faktor eksternal.

4. Kepatuhan Wajib Pajak (Variabel Y)

Menurut peraturan pajak yang berlaku, seseorang atau entitas yang harus membayar pajak kepada pemerintah dikenal sebagai epatuhan pajak. Menurut Keputusan Menteri Keuangan No.544/KMK.04/2000, kepatuhan wajib pajak adalah tindakan yang dilakukan oleh wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajak mereka sesuai dengan peraturan undang-undang resmi negara.

Direktorat Jenderal Pajak menggambarkannya sebagai kepatuhan pajak wajib.Kepatuhan wajib pajak adalah kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan secara sukarela, yang menjadi dasar sistem penilaian diri. Sistem ini mewajibkan wajib pajak untuk menentukan sendiri kewajiban pajak mereka dan kemudian membayar dan melaporkan pajak mereka dengan benar dan tepat

waktu. bagian penting dari sistem pajak. Kepatuhan terhadap pajak termasuk kepatuhan formal dan material (Firmansah dan Nurhayati, 2020).

Dimensi kepercayaan dapat dihitung dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan hasil yang diharapkan (Wahyu & Santoso, 2018).

1. Pelayanan fiskus pajak yang ramah
2. Fiskus yang siap membantu menjelaskan pengisian SEPERTI
3. Jumlah fiskus yang mencukupi dalam satu KPP
4. Fiskus yang siap membantu menghitung jumlah pajak yang terutang
5. Memfasilitasi peningkatan pendapatan pajak secara alami
6. Menganjurkan wajib pajak tambahan untuk memenuhi kewajiban wajib pajakan.

5. Insentif Pajak (Variabel X_1)

Insentif pajak dapat merujuk pada peraturan pajak khusus, seperti pengecualian objek pajak, kredit, perlakuan tarif pajak khusus, atau penangguhan kewajiban pajak. Insentif fiskal dapat berupa pengurangan pajak untuk periode tertentu, pengurangan tarif impor, atau pengurangan tarif bea dan cukai (Devira, Widyasari, 2020).

Insentif pajak adalah kebijakan pemerintah untuk mendorong atau mendorong kegiatan ekonomi atau mencapai tujuan tertentu. Insentif pajak dapat berupa penurunan atau penghapusan pajak, pembebasan pajak, atau perlakuan pajak yang menguntungkan.untuk mendorong investasi, pengembangan, pelestarian lingkungan, dan industri lokal. Namun, penting untuk diingat bahwa insentif pajak harus diberikan dengan hati-hati agar tidak mengganggu keseimbangan fiskal dan tidak menguntungkan wajib pajak tertentu yang menghasilkan keuntungan.

Pajak digunakan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi tertentu, bukan hanya meningkatkan pendapatan pemerintah.

Dimensi Insentif pajak yang umum terdiri dari:

1. Pengecualian Pengenaan Pajak: Insentif ini memungkinkan wajib pajak untuk menghindari membayar pajak selama periode waktu tertentu yang ditetapkan oleh pemerintah.
2. Pengurangan Dasar Pengenaan Pajak: Insentif ini mengurangi nilai pendapatan atau aset yang digunakan sebagai dasar perhitungan pajak.

6. Kualitas Pelayanan Fiskus (Variabel X_2)

Kualitas pelayanan fiskus sebagai tingkat kebaikan atau keburukan dalam memenuhi kebutuhan orang lain dengan imbalan uang atau jasa. Secara sederhana, kualitas mengacu pada kondisi yang berubah-ubah dan terkait dengan pelayanan (Suandy, 2016).

Pelayanan fiskus adalah cara petugas pajak membantu wajib pajak dengan semua yang mereka butuhkan. Kemampuan wajib pajak untuk membayar pajaknya sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan fiskus. Oleh karena itu, fiskus harus secara konsisten melayani wajib pajak dengan cara yang ramah, adil, dan tegas, serta dapat meningkatkan kesadaran publik akan tanggung jawab pembayaran pajak.

Dimensi kualitas pelayanan yang digunakan: Zeithaml (Albari, 2009)

1. Kehandalan *(reliabilitas)*: Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikannya dengan tepat dan dapat diandalkan adalah kuncinya.

2. Daya Tanggap *(Responsibilitas)*: Kemampuan atau keinginan karyawan untuk membantu dan memenuhi kebutuhan pelanggan.
3. Jaminan *(assurance)*: bahwa pemberi jasa memiliki pengetahuan, keramahan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya untuk menghilangkan keraguan pelanggan dan memberi mereka keyakinan bahwa mereka tidak terlibat dalam bahaya atau resiko atas jasa yang mereka terima.
4. Empati *(empati)*: Perusahaan memperhatikan dan memahami masalah pelanggan, memberikan perhatian khusus kepada pelanggan, dan menjalankan bisnis dengan aman.
5. Bukti Fisik: Bukti tentang seberapa menarik fasilitas fisik perusahaan, peralatan, dan material yang digunakan, serta penampilan karyawan.

7. *Self Assesment System* (Variabel X_3)

Dalam bahasa Inggris, *self-assessment* terdiri dari dua kata, *"to asses"*, yang berarti menilai, menghitung, atau menaksir, dan *"self"*, yang berarti sendiri. Sistem evaluasi diri memiliki wewenang penuh untuk menghitung, menyetor pajak yang wajib dibayarkan. Dalam sistem ini, wajib pajak yang bersangkutan menentukan besaran pajak yang harus dibayarkan (Solikhah dan Suryarini, 2017).

Dimensi *sistem self-assessment* ini, beberapa persyaratan harus dipenuhi: (Suandy, 2016)

1. Kesadaran Wajib Pajak (*Tax Consciousness*)
   Istilah "kesadaran pajak" mengacu pada keinginan Wajib Pajak untuk memenuhi tanggung jawab perpajakannya sendiri, seperti mendaftarkan diri, menghitung, membayar, dan melaporkan jumlah pajak yang harus dibayar.
2. Integritas Wajib Pajak
   Kejujuran Wajib Pajak berarti bahwa Wajib Pajak benar-benar melakukan kewajibannya tanpa gangguan. Ini penting dalam sistem ini karena fiskus memberi kepercayaan kepada Wajib Pajak untuk mendaftarkan diri, menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri jumlah pajak yang harus dibayar.
3. Kemampuan Wajib Pajak untuk Membayar Pajak *(Tax Mindedness)*
4. Kemampuan wajib pajak untuk membayar pajak berarti mereka tidak hanya menyadari kewajibannya terhadap pajak, tetapi juga sangat ingin membayar pajak yang terutang.
5. Kedisiplinan Wajib Pajak
6. Kedisiplinan Wajib Pajak berarti memenuhi kewajiban pajak mereka sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku dan tepat waktu.

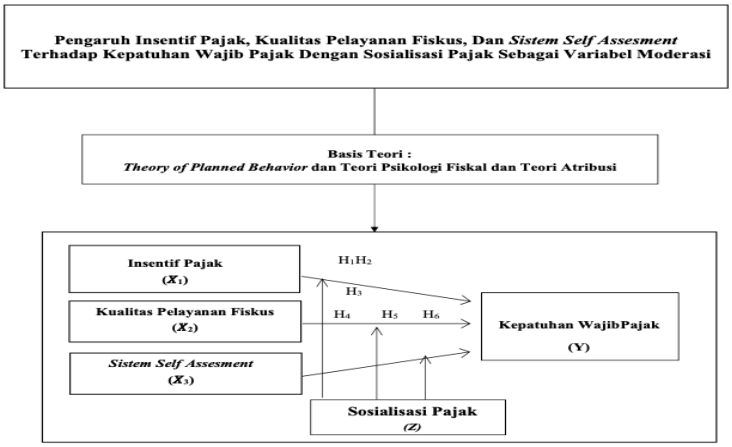
8. Sosialisasi Pajak (Variabel Moderasi Z)

Sosialisasi pajak berarti komunitas pajak membantu wajib pajak belajar tentang pajak. Untuk membantu wajib pajak belajar tentang pajak, sosialisasi pajak berfungsi (Wahono, 2012). Sosialisasi pajak adalah kegiatan memberikan informasi tentang pajak kepada individu atau kelompok kegiatan sosialisasi memahami pentingnya membayar pajak untuk meningkatkan penerimaan negara (Sudrajat & Ompusunggu, 2015).

Dimensi Sosialisasi Pajak salah satu cara paling penting untuk memberi tahu orang tentang pajak dan peran pentingnya adalah:

1. Media Informasi: Meskipun media massa adalah sumber utama informasi tentang pajak, media berikut harus digunakan lebih banyak dalam sosialisasi perpajakan: radio, koran, spanduk, fleyer (poster dan brosur), billboard, dan televisi.

2. Slogan: Slogan tidak boleh menakut-nakuti atau intimidasi, tetapi lebih bersifat ajakan, seperti slogan yang lebih berfokus pada "manfaat pajak" yang diperoleh."Lunasi Pajaknya Awasi Penggunaannya" adalah contoh slogan yang memenuhi kriteria di atas. Slogan yang digunakan tidak boleh menakut-nakuti atau intimidasi, tetapi lebih bersifat ajakan.
3. Informasi tentang pajak harus diberikan secara langsung kepada masyarakat melalui seminar, diskusi, atau metode lainnya. Bahasa yang digunakan harus mudah dipahami dan tidak teknis.
4. Sumber Informasi Masyarakat berpendapat bahwa sumber informasi pajak buruk. Sumber informasi yang dianggap informatif dan dibutuhkan secara urut termasuk pusat telepon, pelatihan, internet, petugas pajak, televisi, dan iklan bus.
5. Materi Sosialisasi: Materi sosialisasi berkonsentrasi pada manfaat pajak, manfaat NPWP, dan layanan perpajakan yang tersedia untuk masing-masing unit.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

H1 : Insentif Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
H2 : Kualitas Pelayanan Fiskus Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
H3 : Terdapat Pengaruh Positif *Self-Assessment System* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
H4 : Terdapat Pengaruh Positif insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi
H5 : Terdapat Pengaruh Positif Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi
H6 : Terdapat Pengaruh Positif *Sistem Self Assesment* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi

METODE PENELITIAN

Metode penelitian diuraikan secara ringkas definisi dan pengukuran variabel, metode pengumpulan data dan metode analisis data. Data diperoleh melalui pemintaan langsung ke wajib pajak UMKM yang berlokasi di Jakarta. Data penelitian sekunder adalah data yang telah diolah oleh peneliti menjadi tabel atau grafik dari wajib pajak UMKM yang berlokasi yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif, terutama uji statistik, untuk mengungkapkan perilaku statistik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

Kantor Pelayanan Pajak Jakarta Kebayoran Baru Dua didirikan sebagai pelaksanaan Keputusan Presiden Nomor 84 Tahun 200 dengan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 443/KMK.01/2001 tanggal 23 Juli 2001. Ini adalah hasil dari reorganisasi Direktorat Jenderal Pajak, yang mencakup pemekaran Kantor Pelayanan Pajak Jakarta Kebayoran Baru. KPP Jakarta Kebayoran Baru Dua didirikan sebagai gabungan dari KPP Jakarta Kebayoran Baru Satu, yang berlokasi di Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 14 A, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. KPP Jakarta Kebayoran Baru Dua akhirnya menempati gedung Graha Kanaan di Jl. TB. Simatupang Kav. 18 Jakarta Selatan karena kondisi dan kapasitas gedung tidak memungkinkan untuk menampung dua unit kantor.

Data diperoleh melalui kuesioner dan wawancara dengan responden terdiri dari 150 wajib pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta. Penulis memilih sampel populasi menggunakan rumus slovin jumlah sampel yang diperoleh adalah 60, sehingga ada tingkat kesalahan 10% pada sampel yang menjawab. Untuk mengumpulkan data, kuesioner akan dikirim secara elektronik melalui formulir Google Forms.

Tabel 2. Hasil Pengumpulan Data
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	100	100%
Kuesioner yang kembali	100	100%
Kuesioner yang diisi tidak lengkap	0	0%
Kuesioner yang digunakan	100	100%

Jadi, dapat disimpulkan bahwa 100 kuesioner, atau 100%, dikirim kepada responden. Dari seratus kuesioner yang dikirim, seratus kembali ke peneliti, dan 100 responden mengisi dengan lengkap dan akan digunakan untuk analisis dan pengolahan.

1. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Wajib Pajak

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 100 responden, data tentang jenis wajib pajak responden dikumpulkan. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis wajib pajak dapat ditemukan pada tabel responden jenis wajib pajak

Tabel 3. Responden Jenis Wajib Pajak
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	WP Orang Pribadi	82	82.2	82.0	82.0
	WP Badan	18	17.8	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel responden jenis wajib pajak menunjukkan bahwa dari 100 responden dalam penelitian ini, WP pribadi didominasi, dengan 82 responden dengan tingkat persentase sebesar 82%, dan WP badan, dengan 18 pelaku UMKM dengan tingkat persentase sebesar 18%.

2. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Usaha

Tabel responden berdasarkan lamanya usaha menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis wajib pajak. Data ini diperoleh dari kuesioner yang dikumpulkan dari 100 responden.

Tabel 4. Responden Berdasarkan Lamanya Usaha
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2-6 Tahun	54	54.0	54.0	54.0
	6-10 Tahun	37	37.0	37.0	91.0
	10-14 Tahun	7	7.0	7.0	98.0
	Lainnya	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel responden berdasarkan lamanya usaha di atas menunjukkan bahwa dari seratus responden yang mengisi kuesioner penelitian ini, sebagian besar berfokus pada lamanya usaha. Jumlah responden yang berusia antara 2 dan 6 tahun sebanyak 54 %, tingkat persentase 54% usia 6-10 tahun sebanyak 37 persen, tingkat persentase 37% usia 10-14 tahun sebanyak 7%, tingkat persentase 7%, dan usia lebih dari 14 tahun sebanyak 2 %.

3. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Data tentang jenis usaha responden diperoleh berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari seratus responden. Karakteristik deskriptif responden berdasarkan jenis usaha dapat dilihat pada Tabel Responden Berdasarkan Jenis Usaha.

Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenis Usaha
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kuliner	42	42.0	42.0	42.0
	Fashion	16	16.0	16.0	58.0
	Manufaktur	7	7.0	7.0	65.0
	Dan Lain-Lain	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Menurut tabel responden berdasarkan jenis usaha di atas, dari 100 orang yang mengisi kuesioner penelitian ini, 42 orang menunjukkan jenis usaha kuliner, yang merupakan 42% dari total responden, 16 menunjukkan 16% dari total responden, 7 menunjukkan 7% dari total responden, dan 35 menunjukkan 35% dari total responden.

4. Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Kriteria Usaha

Data tentang karakteristik usaha responden diperoleh berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari seratus responden. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan kriteria usaha dapat dilihat pada tabel responden berdasarkan kriteria usaha.

Tabel 6. Responden Berdasarkan Kriteria Usaha
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mikro	36	36.0	36.0	36.0
	Kecil	50	50.0	50.0	86.0
	Menengah	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel responden berdasarkan kriteria usaha di atas menunjukkan bahwa 36 responden dengan tingkat persentase sebesar 36% memenuhi kriteria usaha mikro, 50 responden dengan tingkat persentase sebesar 50% memenuhi kriteria usaha kecil dan 14 dengan tingkat persentase sebesar 14% memenuhi kriteria usaha menengah.

PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas ini memberikan dasar yang kuat untuk kredibilitas instrumen kuesioner dan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, data ini dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut tentang Pengaruh Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan Evaluasi Sistem Self Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Sosialisasi Pajak sebagai Variabel Moderasi. Populasi penelitian adalah UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta.

Tabel 7. Uji Validitas Instrumen Insentif Pajak (X_1)

Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Insentif Pajak
X1.1	Pearson Correlation	1	.365**	.720**	.723**	.457**	.457**	.654**	.664**	.536**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.365**	1	.286**	.554**	.806**	.806**	.591**	.731**	.441**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.720**	.286**	1	.561**	.419**	.419**	.646**	.444**	.811**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.723**	.554**	.561**	1	.696**	.696**	.901**	.872**	.407**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.457**	.806**	.419**	.696**	1	1.000**	.733**	.589**	.609**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.457**	.806**	.419**	.696**	1.000**	1	.733**	.589**	.609**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.654**	.591**	.646**	.901**	.733**	.733**	1	.787**	.446**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.664**	.731**	.444**	.872**	.589**	.589**	.787**	1	.298**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.536**	.441**	.811**	.407**	.609**	.609**	.446**	.298**	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Insentif Pajak	Pearson Correlation	.803**	.735**	.759**	.885**	.828**	.828**	.888**	.828**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Untuk setiap pertanyaan (butir 1 hingga 9), nilai Rhitung > 0,1638 dan nilai signifikansi (sig 2-tailed) > 0,05 ditemukan berdasarkan hasil analisis kuesioner yang berkaitan dengan variabel Insentif Pajak (X1). Dengan demikian, kuesioner tentang variabel Insentif Pajak dianggap valid karena tidak ada korelasi yang signifikan antara setiap pertanyaan dengan variabel lain.

Hasil ini menunjukkan bahwa elemen-elemen tersebut tidak hanya memiliki korelasi positif satu sama lain, tetapi juga sangat penting untuk variabel insentif pajak. Dengan kata lain, Sosialisasi Perpajakan, Persepsi Kemudahan atas Pemanfaatan Insentif Pajak Hasil ini memberikan pemahaman lebih lanjut tentang kompleksitas interaksi antara faktor-faktor tersebut dan potensinya dalam membentuk persepsi dan reaksi UMKM terhadap insentif pajak. Sebagai kesimpulan, temuan ini dapat memberikan kontribusi penting dalam merancang kebijakan dan strategi untuk meningkatkan efektivitas insentif pajak bagi UMKM, dengan mempertimbangkan dimensi-dimensi yang telah terbukti memiliki korelasi positif yang signifikan.

Tabel 8. Uji Validitas Kualitas Pelayanan Fiskus (X_2)
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Pelayanan Fiskus
X2.1	Pearson Correlation	1	.498**	.872**	1.000**	.498**	.936**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.498**	1	.569**	.498**	1.000**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.872**	.569**	1	.872**	.569**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	1.000**	.498**	.872**	1	.498**	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.498**	1.000**	.569**	.498**	1	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Pelayanan Fiskus	Pearson Correlation	.936**	.758**	.917**	.936**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil analisis kuesioner menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan Fiskus mencerminkan konsistensi dalam mengukur dimensi-dimensi utama seperti Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati. Secara khusus, dimensi kehandalan, daya tanggap, dan jaminan telah terbukti dapat diandalkan dan responsif terhadap pengalaman yang dimiliki oleh Fiskus. Indikator seperti daya tanggap terhadap pengalaman yang dimiliki oleh Fiskus, serta kemampuan untuk memahami dan merespons kebutuhan nasabah melalui dimensi empati, juga terukur dengan baik.

Pentingnya dimensi-dimensi ini dalam konteks kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pihak fiskus mampu memberikan layanan yang dapat diandalkan, responsif terhadap kebutuhan dan pengalaman pelanggan, memberikan jaminan terkait kualitas layanan, dan menunjukkan sikap empati terhadap nasabah. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh Fiskus sangat baik.

Dengan demikian, hasil ini dapat digunakan oleh pemangku kepentingan, termasuk pihak fiskus sendiri, untuk menentukan area mana yang mungkin membutuhkan perbaikan untuk meningkatkan pelayanan fiskus secara keseluruhan. Kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap layanan instansi perpajakan akan meningkat jika aspek-aspek tersebut terus ditingkatkan.

Tabel 9. Uji Validitas Instrumen Sistem Self Assesment (X_3)
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Sistem Self Assesment
X3.1	Pearson Correlation	1	.856**	.850**	.599**	.294**	.176	.244*	.176	.725**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.079	.014	.079	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.856**	1	.882**	.556**	.423**	.203*	.381**	.203*	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.043	.000	.043	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.850**	.882**	1	.506**	.393**	.241*	.430**	.241*	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.016	.000	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.599**	.556**	.506**	1	.556**	.171	.507**	.171	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.089	.000	.089	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.294**	.423**	.393**	.556**	1	.463**	.959**	.463**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.176	.203*	.241*	.171	.463**	1	.444**	1.000**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.079	.043	.016	.089	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.244*	.381**	.430**	.507**	.959**	.444**	1	.444**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.176	.203*	.241*	.171	.463**	1.000**	.444**	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.079	.043	.016	.089	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Sistem Self Assesment	Pearson Correlation	.725**	.786**	.792**	.699**	.793**	.616**	.771**	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil analisis kuesioner terkait variabel Sistem Self Assessment, dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut mencerminkan konsistensi dalam mengukur dimensi-dimensi yang signifikan, yaitu Mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak, Menghitung Pajak oleh Wajib Pajak, Membayar Pajak dilakukan sendiri oleh Wajib Pajak, dan Pelaporan dilakukan oleh Wajib Pajak. Indikator seperti Mendaftarkan diri ke kantor pelayanan pajak sesuai wilayah, Mendapatkan NPWP, Menghitung pajak terutang, Memperhitungkan kredit pajak, Membayar pajak terutang, Pelaksanaan pembayaran pajak, Pemotongan dan pemungutan, Melaporkan dan mempertanggung jawabkan perhitungan jumlah pajak yang sebenarnya terutang, Melaporkan pelunasan atau pembayaran pajak, Melaporkan harta dan kewajiban, serta Pembayaran dari pemotong dan pemungut yang telah dilakukan, semuanya dapat diukur secara konsisten.

Hal ini menunjukkan bahwa instrumen kuesioner telah berhasil menjelaskan secara menyeluruh dan terukur proses Sistem Penilaian Diri. Memahami langkah-langkah yang terlibat dalam proses perpajakan oleh Wajib Pajak dapat membantu Anda mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang penerapan sistem ini. Dengan demikian, temuan ini dapat digunakan sebagai dasar evaluasi untuk menemukan perbaikan atau penyempurnaan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas Sistem Self Assessment.

Tabel 10. Uji Validitas Instrumen Kepatuhan Wajib Pajak (Y)
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Kepatuhan Wajib Pajak
Y.1	Pearson Correlation	1	.534**	.794**	.614**	.423**	.363**	.228*	.348**	.686**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.023	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.534**	1	.761**	.619**	.799**	.358**	.390**	.389**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.794**	.761**	1	.467**	.604**	.269**	.293**	.310**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.007	.003	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.614**	.619**	.467**	1	.834**	.736**	.518**	.681**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.423**	.799**	.604**	.834**	1	.614**	.639**	.618**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.363**	.358**	.269**	.736**	.614**	1	.721**	.708**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.228*	.390**	.293**	.518**	.639**	.721**	1	.744**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.003	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	.348**	.389**	.310**	.681**	.618**	.708**	.744**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kepatuhan Wajib Pajak	Pearson Correlation	.686**	.773**	.713**	.880**	.886**	.774**	.735**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

Untuk memastikan keandalan data yang dikumpulkan, uji reliabilitas adalah langkah penting dalam mengevaluasi konsistensi pernyataan dalam kuesioner. Statistik Cronbach's Alpha digunakan sebagai cara untuk mengukur reliabilitas penelitian ini. Jika jawaban responden terlihat konsisten dan stabil, kuesioner dianggap reliabel. Penilaian reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai alfa Cronbach: jika nilai alfa Cronbach lebih dari 0,60, maka pernyataan tersebut dianggap reliabel, sedangkan jika nilai alfanya kurang dari 0,60, maka pernyataan tersebut dianggap tidak reliabel.

Setelah data yang dikumpulkan memenuhi persyaratan untuk analisis berikutnya, proses uji reliabilitas dimulai. Apabila data yang dikumpulkan menunjukkan hasil yang konsisten, reliabilitas instrumen dapat dianggap cukup dipercaya. Ini menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan dapat diandalkan (Riduwan dan Sunarto, 2018).

Tabel 11. Uji Reliabilitas Instrumen Insentif Pajak (X_1)
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	9

Temuan ini memberikan pemahaman lebih lanjut tentang kompleksitas interaksi antara faktor-faktor tersebut dan potensinya dalam membentuk persepsi dan reaksi UMKM terhadap insentif pajak. Sebagai kesimpulan, temuan ini dapat membantu dalam merancang kebijakan dan strategi untuk meningkatkan efektivitas insentif pajak bagi UMKM, dengan mempertimbangkan

dimensi-dimensi yang telah terbukti memiliki korelasi positif yang signifikan. Di sisi lain, data ini dapat digunakan oleh pemangku kepentingan untuk menentukan area yang mungkin membutuhkan perbaikan untuk meningkatkan dampak positif dari insentif pajak terhadap sektor UMKM.

Tabel 12. Uji Reliabilitas Instrumen Sistem Self Assesment (X_3)
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUT
  /CRITERIA=PIN(.05) PO
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
```

Sistem Self Assessment menunjukkan bahwa instrumen kuesioner telah berhasil menjelaskan secara menyeluruh dan terukur proses Sistem Penilaian Diri. Memahami langkah-langkah yang terlibat dalam proses perpajakan oleh Wajib Pajak dapat membantu Anda mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang penerapan sistem ini. Dengan demikian, temuan ini dapat digunakan sebagai dasar evaluasi untuk menemukan perbaikan atau penyempurnaan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas Sistem Self Assessment.

Oleh karena itu, hasil uji instrumen, yang menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,873, menunjukkan bahwa variabel Sistem Self Assessment (X3) sangat akurat dalam mengukur pengaruh yang dimilikinya terhadap kinerja bisnis. Data yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan ini dianggap valid dan dapat dipercaya, memberikan landasan yang kuat untuk analisis lebih lanjut tentang pengaruh Sistem Self Assessment terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Tabel 13. Uji Reliabilitas Instrumen Kepatuhan Wajib Pajak (Y)
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	8

Dimensi Kepatuhan Wajib Pajak ini mencakup indikator Kepatuhan mendaftar sebagai wajib pajak dengan NPWP, Kepatuhan melakukan pencatata, dan Kepatuhan Formal dan Material. Selain itu, kuesioner ini memberikan rincian menyeluruh tentang semua proses kepatuhan yang relevan bagi wajib pajak karena melibatkan elemen kepatuhan material yang melibatkan pencatatan, pembukuan, perhitungan, pembayaran pajak, dan pelaporan SPT.

Hasil ini meningkatkan pemahaman tentang tingkat kepatuhan wajib pajak secara formal dan material. Ini berarti bahwa pemangku kepentingan dapat menggunakan data ini sebagai dasar evaluasi untuk menentukan area kepatuhan mana yang dapat ditingkatkan atau diperbaiki untuk meningkatkan pelaksanaan kebijakan perpajakan. Data yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan dapat dianggap baik dan dapat diandalkan karena instrumen ini sangat reliabel. Ini memberikan dasar yang solid untuk analisis lebih lanjut tentang dampak variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) dan hubungannya dengan variabel lain dalam penelitian ini.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2019), analisis regresi linier sederhana umumnya digunakan untuk menilai sifat hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Metode ini didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal antara satu variabel independen dan satu variabel dependen.

Tabel 14. Analisis Regresi Linear Berganda
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	105.379	79.686		1.322	.189
	Insentif Pajak	-1.754	1.795	-1.753	-.977	.331
	Pelayanan Fiskus	-3.480	3.414	-3.266	-1.019	.311
	Sistem Self Assesment	.263	.092	.281	2.858	.005
	Sosialisasi Pajak	.079	.077	3.592	1.020	.310

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Untuk variabel penelitian, analisis regresi linear berganda menghasilkan hasil yang signifikan. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel Insentif Pajak (X1) memiliki korelasi yang signifikan dengan dimensi Kesederhanaan dan Kepastian, Kepercayaan dan Verifikasi, serta indikator Sosialisasi Perpajakan, Persepsi Kemudahan pemanfaatan Insentif Pajak, dan Manfaat yang dirasakan UMKM. Ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan Insentif Pajak dalam kuesioner dapat menunjukkan korelasi yang kuat dengan variabel-variabel tersebut.

Variabel Kualitas Pelayanan Fiskus (X2) juga menunjukkan hasil positif, menunjukkan konsistensi instrumen dalam mengukur dimensi-dimensi utama seperti Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati. Dimensi kehandalan, daya tanggap, dan jaminan terbukti dapat diandalkan dan responsif terhadap pengalaman yang dialami oleh Fiskus. Indikator seperti daya tanggap terhadap pengalaman fiskus dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui dimensi empati juga diukur.

Namun demikian, variabel Sistem Self Assessment (X3) menunjukkan konsistensi dalam mengukur dimensi-dimensi penting, seperti Mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak, Menghitung Pajak oleh Wajib Pajak, Membayar Pajak oleh Wajib Pajak, dan Pelaporan oleh Wajib Pajak. Dimensi-dimensi ini dapat diukur secara bersamaan, memberikan gambaran lengkap tentang proses Sistem Self Assessment.

Sosialisasi Pajak (Z), variabel moderasi, melibatkan kegiatan penyuluhan, media informasi, dan dampak sosialisasi. Selain itu, indikator Media Sosialisasi, Materi Sosialisasi, dan Waktu Sosialisasi juga terpengaruh. Ini menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Pajak dapat memoderasi hubungan antara variabel utama penelitian ini.

Terakhir, variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) menunjukkan bahwa survei menggabungkan aspek penting dari kepatuhan formal dan material. Ada kemungkinan untuk mengukur indikator kepatuhan secara konsisten, seperti mendaftar diri sebagai wajib pajak dengan memiliki NPWP, melakukan pencatatan dan pembukuan, menghitung dan membayar pajak, dan melaporkan SPT.

Melihat hasil dari tabel analisis regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penelitian. Selain itu, hasil ini sejalan dengan kerangka konseptual penelitian. Hasilnya, dengan mempertimbangkan peran Sosialisasi Pajak sebagai variabel moderasi, temuan ini dapat memberikan landasan yang kuat untuk mengembangkan rekomendasi kebijakan dan strategi yang lebih efisien untuk meningkatkan Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Self Assessment Sistem, dan Kepatuhan Wajib Pajak.

4. Uji Hipoesis

a. Uji Statistik F (Uji Hipotesis Secara Simutan)

Uji statistik F digunakan untuk mengukur tingkat signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Ini dilakukan dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel. Nilai Fhitung dapat ditemukan dari hasil pengolahan data bagian ANOVA. Hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 15. Hasil Uji Statistik F
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	80.239	4	20.060	2.338	.061[b]
	Residual	815.201	95	8.581		
	Total	895.440	99			

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

b. Predictors: (Constant), Sosialisasi Pajak, Sistem Self Assesment, Insentif Pajak, Pelayanan Fiskus

Dari hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 2,338 dan signifikansi F sebesar 0,000. Jadi Sig F < 5%. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan *Sistem Self Assesment* berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Kemudian dilakukan uji signifikan parsial (uji t). Uji signifikan parsial (uji t) atau individu digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat.

H0 : $\beta 1, \beta 2, \beta 3 = 0$,

Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan *Sistem Self Assesment* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi

Ha : $\beta 1, \beta 2, \beta 3 \neq 0$,

Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan *Sistem Self Assesment* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi.

5.

Uji simultan F dilakukan mengetahui Pengaruh Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan *Sistem Self Assesment* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi *kepada* wajib pajak UMKM yang berlokasi di Jakarta periode 2020-2021.

b. Uji t (Uji Signifikasi Persial)

Tabel 16. Uji t (Uji Signifikasi Persial)
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	105.379	79.686		1.322	.189
	Insentif Pajak	-1.754	1.795	-1.753	-.977	.331
	Pelayanan Fiskus	-3.480	3.414	-3.266	-1.019	.311
	Sistem Self Assesment	.263	.092	.281	2.858	.005
	Sosialisasi Pajak	.079	.077	3.592	1.020	.310

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil uji t diatas, dapat disimpulkan bahwa:

- Insentif Pajak didapatkan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,331 dan nilai koefisien regresi sebesar -1,754. Karena signifikansi nilai α lebih kecil dari 5% (0,000<0,05) maka secara parsial variabel Insentif Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
- Kualitas Pelayanan Fiskus didapatkan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,311 dan koefisien regresi sebesar -3,414. Karena signifikansi nilai α lebih kecil dari 5% (0,001<0,05) maka secara parsial variabel Kualitas Pelayanan Fiskus berpengaruh negatif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
- *Sistem Self Assesment* didapatkan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,005 dan koefisien regresi sebesar 0.092. Karena signifikansi nilai α lebih kecil dari 5% (0,022<0,05) maka secara parsial variabel *Sistem Self Assesment* berpengaruh negatif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
- Sosialisasi Pajak didapatkan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,310 dan koefisien regresi sebesar 0.077. Karena signifikansi nilai α lebih kecil dari 5% (0,022<0,05) maka secara parsial variabel Sosialisasi Pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap Pengaruh Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan *Sistem Self Assesment* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Moderasi.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 17. Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.299[a]	.090	.051	2.929

a. Predictors: (Constant), Sosialisasi Pajak, Sistem Self Assesment, Insentif Pajak, Pelayanan Fiskus

b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Nilai adjusted R Square sebesar 0,090 pada analisis regresi ini menunjukkan bahwa kemampuan menjelaskan variabel independen (Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan *Sistem Self Assessment*) terhadap variabel dependen (Kepatuhan Wajib Pajak) mencapai 0,90%. Artinya, sekitar 90% variasi dalam tingkat kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut dalam model regresi. Meskipun demikian, sekitar 10% sisanya dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Hasil ini menandakan bahwa model regresi ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variasi tingkat kepatuhan wajib pajak, namun masih terdapat faktor-faktor lain di luar ketiga variabel bebas yang tidak termasuk dalam analisis ini. Oleh karena itu, ada potensi untuk meningkatkan eksplanasi model dengan mempertimbangkan faktor-faktor tambahan yang dapat memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Dengan memahami bahwa tidak semua variasi dapat dijelaskan oleh model saat ini, penelitian lebih lanjut mungkin diperlukan untuk mengidentifikasi dan memasukkan faktor-faktor tersebut agar model dapat menjadi lebih komprehensif dan akurat.

d. Uji Regresi Moderasi (*Moderated Regression Analysis*)

Tabel 18. Uji Regresi Moderasi (Moderated Regression Analysis)
Sumber: Data primer, data diolah penulis dengan SPSS 26, 2023

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	114.022	95.589		1.193	.236
	Insentif Pajak	-.951	1.979	-.950	-.481	.632
	Kualitas Pelayanan Fiskus	.624	.787	.585	.792	.430
	Sistem Self Assesment	-1.292	.717	-1.379	-1.802	.075
	Sosialisasi Pajak	-3.959	4.030	-3.484	-.982	.328
	Kualitas Pelayanan Fiskus Sosialisasi Pajak	-.028	.036	-.885	-.794	.429
	Sistem Self Assesment Sosialisasi Pajak	.073	.032	3.083	2.267	.026
	Insentif Pajak Sosialisasi Pajak	.042	.083	1.817	.511	.611

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil uji interaksi (MRA) di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait pengaruh variabel-variabel yang diamati terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, serta pengaruh moderasi dari variabel Sosialisasi Pajak:

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa insentif pajak memiliki efek positif yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Variabel ini berkontribusi secara parsial terhadap tingkat kepatuhan, sesuai dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari tingkat alpha (0,236 < 0,05).
- Meskipun pelayanan fiskus yang baik diharapkan meningkatkan kepatuhan wajib pajak, temuan menunjukkan hubungan yang sebaliknya dengan nilai signifikansi yang kurang dari α (0,430 < 0,05).
- Meskipun sistem self-assesment seharusnya mendukung kepatuhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa itu berdampak negatif secara signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Nilai signifikansi yang ditemukan (0,075 < 0,05) menunjukkan bahwa sistem tersebut secara parsial berkontribusi negatif terhadap kepatuhan.
- Sosialisasi pajak memainkan peran penting sebagai faktor moderasi dalam hubungan antara Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan Sistem Self Assesment dengan Kepatuhan Wajib Pajak. Variabel moderasi ini memperkuat dampak positif insentif pajak dan kualitas pelayanan, sementara juga memoderasi dampak negatif Sistem Self Assesment.
- Ketika dipertimbangkan dengan adanya sosialisasi pajak, variabel insentif pajak dan kualitas pelayanan fiskus menunjukkan pengaruh yang lebih baik dalam konteks moderasi. Sosialisasi pajak memainkan peran positif dalam meningkatkan dampak kedua variabel tersebut terhadap kepatuhan wajib pajak.
- Sistem Self Assesment masih memberikan dampak negatif terhadap kepatuhan wajib pajak, meskipun sosialisasi pajak moderasi. Faktor moderasi ini tidak dapat menghentikan dampak negatif Sistem Self Assesment terhadap kepatuhan.
- Penelitian ini memberikan wawasan mendalam yang relevan tentang perbaikan kebijakan dan pelayanan perpajakan, khususnya tentang meningkatkan kepatuhan wajib pajak di kalangan UMKM. Ini berarti bahwa pihak berwenang harus mempertimbangkan pendekatan yang lebih berfokus pada insentif pajak dan peningkatan kualitas layanan sambil tetap memahami peran sosialisasi pajak dalam memoderasi dampak pajak.

Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Insentif Pajak memberikan dampak positif, sedangkan Kualitas Pelayanan Fiskus dan *Sistem Self Assesment* memberikan

dampak negatif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Selain itu, Sosialisasi Pajak sebagai variabel moderasi memberikan pengaruh signifikan pada hubungan antara variabel-variabel tersebut. Implikasinya, perlu perhatian khusus terhadap upaya sosialisasi pajak untuk meningkatkan efektivitas insentif pajak dan kualitas layanan fiskus dalam mendukung tingkat kepatuhan wajib pajak.

1. **Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak kepada wajib pajak UMKM yang berlokasi yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta.**

Hasilnya sejalan dengan prinsip-prinsip Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) dan Teori Psikologi Fiskal. Teori Perilaku Terencana menekankan bahwa sikap individu terhadap suatu perilaku, persepsi kontrol perilaku, dan norma subjektif sangat penting dalam membentuk niat dan akhirnya penerimaan insentif pajak. Dalam situasi seperti ini, insentif pajak dapat dianggap sebagai komponen yang mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajak mereka. Insentif ini mendorong wajib pajak UMKM untuk mematuhi peraturan pajak. Dengan dukungan fiskal, orang mungkin percaya bahwa memenuhi kewajiban pajak memiliki keuntungan, baik dalam bentuk penghematan biaya maupun keuntungan fiskal.

Selain itu, teori ini menekankan peran norma subjektif—yang merujuk pada persepsi individu terhadap tekanan sosial atau norma yang diterapkan oleh orang lain terhadap perilaku tertentu. Dengan memberikan insentif pajak sebagai bentuk dukungan fiskal, wajib pajak UMKM mungkin merasa bahwa mematuhi peraturan pajak adalah perilaku yang dihargai dan diakui di lingkungan bisnis mereka.

Sebaliknya, teori psikologi fiskal melihat faktor psikologis yang memengaruhi kepatuhan pajak. Penelitian ini menemukan bahwa wajib pajak UMKM menanggapi insentif pajak dengan baik; ini menunjukkan bahwa elemen motivasi dan insentif memiliki efek psikologis yang baik. Teori ini menunjukkan betapa pentingnya untuk memahami persepsi dan dorongan subjektif individu terhadap pajak.

2. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak kepada wajib pajak UMKM yang berlokasi yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta.**

Temuan yang menarik adalah bahwa kualitas pelayanan fiskus berdampak negatif yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Ini dapat mendorong kita untuk berpikir tentang hal-hal lain yang memengaruhi perilaku perpajakan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun tingkat kepatuhan diharapkan akan meningkat dengan pelayanan yang baik, temuan ini menunjukkan betapa kompleksnya interaksi antara lembaga perpajakan dan wajib pajak.

Pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan fiskus terhadap sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku menjelaskan temuan ini dalam teori perilaku terencana. Persepsi positif tentang pemenuhan kewajiban perpajakan dapat terganggu jika wajib pajak merasa pelayanan fiskus tidak memuaskan atau tidak responsif terhadap kebutuhan mereka. Selain itu, norma subjektif atau tekanan sosial yang berasal dari kualitas pelayanan yang buruk juga dapat memengaruhi keinginan dan perilaku untuk mematuhi.

Hasil ini menunjukkan dampak psikologis dari interaksi negatif dengan lembaga perpajakan, menurut teori psikologi fiskal. Ketidakpuasan dan perasaan negatif terhadap lembaga perpajakan

secara keseluruhan dapat muncul dari kekecewaan terhadap pelayanan, yang pada gilirannya dapat mengurangi keinginan untuk memenuhi kewajiban pajak.

Akibatnya, temuan ini menekankan betapa pentingnya kualitas pelayanan fiskus dalam membentuk persepsi dan sikap wajib pajak terhadap kepatuhan pajak. Untuk memperkuat hubungan yang positif antara lembaga perpajakan dan wajib pajak, pihak berwenang perlu memperhatikan elemen yang dapat meningkatkan kualitas layanan fiskus. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan fiskus dapat dianggap sebagai metode yang efektif untuk mendorong kepatuhan wajib pajak secara positif dan membangun hubungan yang lebih baik antara wajib pajak dan lembaga perpajakan.

3. Pengaruh *Sistem Self Assesment* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak kepada wajib pajak UMKM yang berlokasi yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta.

Temuan yang menarik adalah bahwa Sistem Self Assesment memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, yang menuntut pemahaman yang mendalam tentang dinamika antara proses penilaian diri dan ketaatan pajak. Meskipun Sistem Self Assesment dimaksudkan untuk meningkatkan partisipasi dan pemahaman wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan, temuan ini menunjukkan bahwa penerapan atau persepsi sistem tersebut dapat memberikan dampak negatif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil ini dapat dijelaskan dari sudut pandang teori perilaku terencana melalui pengaruh Sistem Self Assesment terhadap komponen seperti sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Sikap dan niat wajib pajak untuk mematuhi kewajiban pajak dapat dipengaruhi jika mereka merasa proses penilaian diri ini tidak sesuai dengan kebutuhan atau tidak memberikan kejelasan yang memadai. Selain itu, norma subjektif yang mungkin terbentuk dari pengalaman yang tidak baik dengan sistem ini juga dapat mempengaruhi niat kepatuhan.

Hasil ini menunjukkan dampak psikologis dari perasaan ketidakpastian atau ketidakpuasan terhadap Sistem Self Assesment, menurut Teori Psikologi Fiskal. Jika wajib pajak merasa sistem tidak jelas atau tidak adil, mereka dapat menjadi frustrasi dan kecewa, yang dapat mengurangi keinginan untuk memenuhi kewajiban pajak.

Dengan demikian, temuan ini menunjukkan betapa pentingnya evaluasi dan penyempurnaan Sistem Self Assesment untuk memastikan bahwa sistem tersebut tidak hanya memenuhi tujuan praktisnya tetapi juga mendukung peningkatan kepatuhan wajib pajak. Perubahan dalam implementasi atau penyebaran informasi terkait sistem dapat diperlukan untuk mengatasi temuan ini dan membantu mencapai tujuan kebijakan perpajakan yang lebih efisien.

4. Sosialisasi Pajak Sebagai Faktor Moderasi berpengaruh Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan *Sistem Self Assesment* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak kepada wajib pajak UMKM yang berlokasi yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta.

Hasilnya meningkatkan pemahaman kita tentang kompleksitas komponen yang memengaruhi perilaku kepatuhan perpajakan. Ini termasuk peran penting yang dimainkan oleh Sosialisasi Pajak sebagai faktor moderasi dalam hubungan antara Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Sistem Self Assesment, dan Kepatuhan Wajib Pajak.

Sosialisasi pajak menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman wajib pajak tentang manfaat insentif pajak dapat menjadi katalisator untuk meningkatkan niat dan kepatuhan pajak dengan menguatkan dampak positif insentif pajak. Faktor moderasi ini menunjukkan bahwa upaya sosialisasi pajak dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya.

Selain itu, sosialisasi pajak yang meningkatkan dampak positif kualitas pelayanan fiskus menegaskan bahwa pengetahuan dan kesadaran wajib pajak tentang layanan yang diberikan oleh instansi perpajakan dapat membentuk persepsi positif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan keinginan untuk memenuhi kewajiban pajak.

Dalam kasus Sistem Self Assesment, di mana Sosialisasi Pajak memoderasi dampak negatifnya, temuan ini menunjukkan bahwa wajib pajak dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang kegunaan dan prosedur Sistem Self Assesment, sehingga mengurangi kemungkinan dampak negatif terhadap kepatuhan.

Oleh karena itu, temuan ini memberikan dasar untuk pengembangan strategi sosialisasi pajak yang lebih baik, yang akan meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak serta memastikan bahwa informasi yang diberikan dapat mengoptimalkan pengaruh positif Insentif Pajak dan Kualitas Pelayanan Fiskus sambil mengurangi potensi dampak negatif Sistem Self Assesment pada kepatuhan wajib pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan kepada wajib pajak UMKM yang berlokasi yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta, dapat ditarik beberapa kesimpulan signifikan terkait pengaruh Insentif Pajak (X_1), Kualitas Pelayanan Fiskus (X_2), dan *Sistem Self Assesment* (X_3) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y), dengan Sosialisasi Pajak (Z) sebagai variabel moderasi. Sebagai berikut:

1. Temuan menunjukkan bahwa Insentif Pajak memiliki dampak positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Sosialisasi Pajak memainkan peran penting dalam memperkuat pengaruh positif ini, menyoroti perlunya upaya penyuluhan untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak terkait insentif pajak.
2. Sebaliknya, Kualitas Pelayanan Fiskus memberikan dampak negatif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Ini menunjukkan perlunya peningkatan dalam penyediaan layanan perpajakan agar dapat membangun persepsi positif dan meningkatkan keinginan wajib pajak untuk mematuhi kewajiban pajak.
3. *Sistem Self Assesment*, yang seharusnya mendukung kepatuhan, justru memiliki dampak negatif pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi Pajak dianggap sebagai faktor moderasi yang dapat mengurangi dampak negatif tersebut, menekankan pentingnya pemahaman yang baik terhadap sistem ini melalui upaya sosialisasi yang efektif.
4. Sosialisasi Pajak memegang peran kunci sebagai faktor moderasi dalam hubungan antara variabel independen dan Kepatuhan Wajib Pajak. Kemampuannya memperkuat dampak positif Insentif Pajak dan Kualitas Pelayanan Fiskus, serta memoderasi dampak negatif Sistem Self Assesment, menunjukkan bahwa informasi dan pemahaman yang disampaikan dapat menjadi kunci untuk meningkatkan kepatuhan.
5. Hasil penelitian menekankan pentingnya upaya penyuluhan dan edukasi perpajakan, terutama melalui Sosialisasi Pajak, untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada wajib pajak. Penyediaan informasi yang jelas dan akurat tentang insentif pajak, layanan perpajakan, dan sistem penilaian diri dapat membentuk persepsi positif dan meningkatkan kepatuhan.
6. *Sistem Self Assesment*, sementara diharapkan memudahkan proses perpajakan, mungkin menimbulkan ketidakpastian atau ketidakpuasan. Oleh karena itu, perlu perhatian khusus

dalam memberikan informasi yang cukup melalui sosialisasi untuk mengurangi potensi dampak negatifnya pada kepatuhan wajib pajak.

7. Kesimpulan ini memberikan pandangan holistik terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak, menekankan perlunya pendekatan terintegrasi yang melibatkan Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan *Sistem Self Assesment*, dengan dukungan Sosialisasi Pajak sebagai faktor penentu.

SARAN

Penelitian ini menyiratkan adanya kebutuhan untuk mengembangkan dan memperdalam konsep-konsep yang terkait dengan kepatuhan wajib pajak. Penelitian lebih lanjut dapat menggali faktor-faktor tambahan yang mungkin memoderasi atau mengubah hubungan antara Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Sistem Self Assesment, dan Kepatuhan Wajib Pajak. Integrasi teori-teori perilaku, psikologi fiskal, dan teori perilaku terencana dapat menjadi langkah selanjutnya untuk menyediakan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap dinamika kepatuhan pajak.

Secara praktis, hasil penelitian menyarankan perlunya peningkatan dalam strategi sosialisasi perpajakan, terutama yang terkait dengan Insentif Pajak dan Sistem Self Assesment. Program penyuluhan yang lebih terarah dan efektif dapat membantu membentuk persepsi positif wajib pajak, meningkatkan pemahaman terhadap insentif pajak yang ada, dan mengurangi ketidakpastian terkait Sistem Self Assesment. Selain itu, pelayanan fiskus perlu ditingkatkan dengan fokus pada keandalan, responsivitas, dan jaminan untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada wajib pajak. Terakhir, perlu adanya upaya kolaboratif antara instansi perpajakan, pelaku bisnis, dan lembaga akademis untuk mengidentifikasi dan mengimplementasikan strategi yang dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dengan mempertimbangkan temuan penelitian ini.

Setiap makalah diakhiri dengan kesimpulan, yang merangkum hasil dari makalah yang ditulis, serta saran sebagai rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian.

REFERENSI

Adi Kusuma, W., & Warmika, K. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa S1 Feb Unud. E- Jurnal Manajemen Unud, 5(1), 678–705.

Adriansyah, I., Handito, D., & Widyasari, R. 2020. Efektivitas Bubuk Kopi Robusta Fungsional Difortifikasi Bubuk Daun Kersen Terhadap Penurunan Kadar Gula Darah Mencit Diabetes. Pro Food, 6(1), 581. https://doi.org/10.29303/profood.v6i1.131

Ahn, J., & Back, K. J. (2019). *Cruise brand experience: functional and wellness value creation in tourism business. International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(5), 2205–2223.

Agnihotri, Raj., Dingus, Rebecca., Hu, Michael. Y., & Krush, M. T. (2014). Social Media: Influencing Customer Satisfaction in B2B Sales. Industrial Marketing Management, 9.

Ajat Sudrajat, Arles Parulian Ompusunggu. Pemanfaatan teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Kepatuhan Pajak. Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan JRAP Vol. 2, No. 2, Desember 2015, hal 193 - 202 ISSN 2339 – 1545.

Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processess. Vol. 50, pp. 179-211.*

Ajzen, I. 2005. *Attitudes, personality and behavior second edition*, Open University Press.

Ajzen, I. 2015. *Consumer Attitudes and Behavior: "The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions"*. Rivista di Economia Agraria, Anno LXX, n. 2, 2015: 121-138. DOI: 10.13128/REA-18003. ISSN (print): 0035-6190. ISSN (online): 2281-1559.

Alfeus Manuntung, 2018. Buku Ti Perilaku Kognitif pada Pasien Hipertensi. Malang : Wineka Media

Akbar, A. (2019). Faktor Penyebab Abortus di Indonesia Tahun 2010-2019 : Studi Meta Analisis, 182–191

Andriani, Yulita dan Herianti, Eva. 2015. *Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pemahaman Perpajakan, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM*, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jurnal ISSN 2460-0784.

Aryati, Titik. 2019. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Badan.* Skripsi Progam Sarjana Fakultas Ekonomi Akuntansi. Jakarta: Universitas Trisakti.

Brata, B., Juliansyah, A., & Zain, B. (2017). Pengaruh Pemberian Ampas Tahu sebagai Campuran Pakan terhadap Pertumbuhan Cacing Tanah Pheretima sp. Jurnal Sain Peternakan Indonesia, 12(3), 277–289.

Damayanti, Sari. (2015). Diabetes Mellitus & Penatalaksanaan Keperawatan. Yogyakarta: Nuha Medika.

Devos, Ken. 2014. Factors Influencing Individual Tax Payer Compliance Behaviour. Springer Netherlands.

Dewi, W. A. F. (2020). Dampak COVID-19 terhadap Implementasi Pembelajaran Daring di Sekolah Dasar. *Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan*, *2*(1), 55–61. https://doi.org/10.31004/edukatif.v2i1.89

Dewi, Kadek Yuliana. dan Rahyuda, Henny. 2020. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Kebijakan. Dividen.Terhadap Nilai Perusahaan Sektor.Industri Barang.Konsumsi Di Bei". *E-Jurnal* Manajemen, Vol. 9, No. 4, 2020 : 1252- 1272.

Erly Suandy. 2016. Perencanaan Pajak, Edisi 6. Jakarta: Penerbit Salemba Empat

A., & Merkusiwati, N. K. (2018). Pengaruh Penerapan E-System Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.

Feld, L. P. and Frey, B. S., (2007), "Tax Compliance as the Result of Psychological Tax Contract: The Role of Incentives and Responsive Regulation". Volume 29, Issue 1, LAW & POLICY

Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.

Hasseldine, D. J., & Bebbington, K. J. 1991. Blending Economic Deterrence And Fiscal Psychology Models In The Design Of Responses To Tax Evasion: The New Zealand Experience. *Journal of Economic Psychology*, *12*(2), 299–324.

Herryanto, M., dan Toly, A.A. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, dan Pemeriksaan Pajak terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan di KPP Pratama Surabaya Sawahan. Program Akuntansi Pajak Program Studi Akuntansi Universitas Kristen Petra, Vol. 1(1).

Firmansyah, R. (2020). Teori Sinyal (Signalling Theory). Retrieved April 14, 2021, from Kompasiana.com website: https://www.kompasiana.com/rizkifirmansyah6995/5fc064104b222b7192574782/teori sinyal-signalling-theory

Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Medan Timur. Journal of Accounting and business, 111(3), 15-30.

Fitriasuri, F., & Ardila, K. (2022). Pengaruh Self Assessment System, Kesadaran Wajib Pajak Dan Account Representative Terhadap Kepatuhan WPOP Yang Melakukan Kegiatan

Usaha Dan Pekerjaan Bebas Dengan Preferensi Risiko Sebagai Variabel Moderating. Owner, 6(4), 3701–3713. https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1195

Fitriani, Ria. 2017. *Analisis Penggunaan Rele Differensial Sebagai Proteksi Pada Transformator Daya 16 MVA di Gardu Induk Jajar*. Jurnal Yang Dipublikasikan. eprints.ums.ac.id. Diakses pada tanggal 30 Mei 2018 jam 13.00 WIB.

Ghozali, Imam. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Gunawan, D. & Mulyani, S. Ilmu Obat Alam (Farmakognosi) Jilid 1. Jakarta:Penerbit Penebar Swadaya; 2004.

Jasfar, Farida, 2005. *Manajemen Jasa* cetakan pertama, Ghalia Indonesia, Ciawi- Bogor.

Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali

Idiantoro, Nur. Supomo, Bambang. 2016. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Bisnis. Yogyakarta : BPFE

Kasiri, Leila Agha. et al. 2017. Integration of Standarization and Customization: Impact on Service Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty. Journal of Retailing and Consumer Services, 35. 91-97.

Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2021): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Latief, S., dkk. (2020). Pengaruh Kepercayaan Kepada Pemerintah, Kebijakan Insentif Pajak dan Manfaat Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Center Of Economic Student Journal*, 3(3)

Malhotra, N.K. (2004). Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan. Edisi Bahasa Indonesia, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Manuputty, I. G., dan Sirait, S. (2016). "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Penerapan Self Assesment System Terhadap Kesadaran Wajib Pajak Serta Dampaknya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Jakarta Panjaringan". Jurnal Media Akuntansi Perpajakan, 1(2), 44-58.

Mardiasmo. (2013). Perpajakan Edisi Revisi 2013. Yogyakarta: Andi

Mardiasmo. (2016). Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2016. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Moh. Nazir. 1988. *Metodologi Penelitian.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Notoatmodjo, S. 2018, Metodologi Penelitian Kesehatan, Jakarta: Rineka Cipta.

Oktaviane Lidya Winerungan, 2013. Sosialiasai Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP di KPP Manado dan KPP Bitung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi, Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal Emba Vol.1No.3September 2013,hal 960- 970

Priansa, D. J.(2017a). *Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung*: CV. Pustaka Setia.

Resmi, Siti. 2016. Perpajakan: Teori dan Kasus. Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat

Robbins, Stephen P. 1996. Perilaku Organisasi Edisi ke 7 (Jilid II). Jakarta : Prehallindo

Saragih, S. F. (2013). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan

Sekaran, Uma (2003), *Research Methods For Business: A Skill Building Aproach*, New York-USA: John Wiley and Sons, Inc

Sevilla, C.G, Ochave, J.A, Punsalan, T.G, Regala, B.P, dan Uriarte, G.G. 1993. Pengantar Metode Penelitian. Jakarta : Universitas Indonesia.

Schmolders, G. 1959. Fiscal Psychology: A New Branch of Public Finance. National Tax Association. Vol. 4, No. 4, pp. 340-345.

Schisler, D. L., & Galbreath, S. C. (2015). "Responsibility for Tax Return Outcomes: An attribution theory approach" In Advances in Taxation. Emerald. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/ S1058-7497(00)12019-8

Solikhah, M., Susyanti, J., & Wahono, B. (2017). Analisa Kinerja Keuangan Perusahaan Real Estate Dan Property Sebelum Dan Selama Diberlakukannya Pp No.34 Tahun 2016. *E-Jurnal Riset Manajement Prodi Manajemen*, *September*, 13–28.

Sugiyono. (2019). Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.

Sukarma, D. A., & Wirama, D. G. (2016). Locus Of Control Sebagai Pemoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sanksi Perpajakan pada Kepatuhan Wajib Pajak. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana

Sukesi, S., & Yunaidah, I. (2020). The effect of tax socialization, superior service, and service quality on taxpayers' satisfaction and compliance. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, *22*(3), 347–359. https://doi.org/10.14414/jebav.v22i3.1698.

Sylvia Hartati Saragih,2013,Penerapan Metode Analitycal Hierarchy process Pada Sistem Pendukung Keputusan pemilihan laptop, Mahasiswa program Studi Teknik Informatika STMIK budi Darma, Medan.

Wahono, Sugeng.(2012). *Mengurus Pajak Itu Mudah.* PT. Elex Media Komputindo.Jakarta.

Wardani Dewi Kusuma dan Erma Wati. 2018. Pengaruh Sosialisasi Perpajakn Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). Jurnal Nominal, Vol VII Nomor 1.

Widodo, Joko.2010. *Analisis Kebijakan Publik*. Malang: Bayumedia. Adimihardja, Kusnaka.2004. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Widyana, D. P. G., & Wijana Asmara Putra, I. N. (2020). Pengaruh Kesadaraan Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. E- Jurnal Akuntansi, 30(1). https://doi.org/10.24843/eja.2020.v3 0.i01. p04.

Zeithaml, Valarie, Bitner & Gremler. 2006.Service Marketing -Integrating Customer Focus Accross The Firm FourthEdition.NewYork:McGraw Hill.