

PENGARUH KESADARAN, SOSIALISASI, DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP TINGKAT KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM

Vanessa Cynthia* dan Estralita Trisnawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: vanessa.125180208@stu.untar.ac.id

Abstract:

This research aims to determine the influence of taxpayer awareness, taxpayer knowledge, tax socialization and tax sanctions on UMKM taxpayer compliance. The sample selection technique in this study uses simple random sampling as a form of use in collecting sample data of 100 samples of UMKM in Tangerang City. The data processing technique used in this study was assisted using Soft'sware IBM SPSS Statistics 25 generated through multiple regression analysis as a determinant in generating data in this study. The results of this study indicate that taxpayer awareness, tax socialization, and tax sanctions affect taxpayer compliance. Meanwhile, taxpayer knowledge does not affect taxpayer compliance. This research implies that there are benefits such as adding insight and learning for readers about UMKM taxes. as a capital city taxpayer, increase knowledge so that they can get to know taxation better. the better in knowing, the higher the level of compliance.

Keywords: *UMKM, Taxpayer Awareness, Taxpayer Knowledge, Tax Socialization, taxpayer Compliance.*

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak, pengetahuan wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling sebagai bentuk penggunaan dalam pengumpulan data sampel 100 sampel UMKM di Kota Tangerang. Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini dibantu dengan software Soft'sware IBM SPSS Statistics 25 yang dihasilkan melalui analisis regresi berganda sebagai penentu dalam menghasilkan data dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. sementara itu, pengetahuan wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Implikasi dari penelitian ini yaitu adanya manfaat seperti penambahan wawasan dan pembelajaran bagi pembaca mengenai pajak UMKM. sebagai pemenuh wajib pajak ibu kota, menambah pengetahuan sehingga dapat mengenal perpajakan lebih baik. semakin baik dalam memiliki pengetahuan akan semakin tinggi tingkat kepatuhan.

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

Latar Belakang

Pada dasarnya perpajakan di Indonesia memiliki tingkat skala dalam sektor beberapa pembangunan. Hal ini dibuat sebagaimana untuk kenyamanan serta kesejahteraan kepada seluruh masyarakat agar terciptanya ketentraman. Contohnya seperti dengan memberikan keadilan penegakan hukum, pelayanan kepada seluruh pemenuh wajib pajak. dalam hal ini, biaya yang dikeluarkan tidaklah sedikit untuk memenuhi kebutuhan negara. Maka dari itu pentingnya hal penerimaan negara yang berfungsi sebagai pemasukan kas negara dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) telah disusun oleh pemerintah dan partai Dewan Perwakilan, yang terdiri dari 3 sektor utama yaitu: sektor migas, sektor pajak, dan sektor bukan pajak (Lubis, 2015). UU APBN 2022 pemerintah menetapkan target dalam penerimaan pajak sebesar Rp 1.485 triliun dengan naik 16,1% dengan akan melewati tingkatan yang sudah ditargetkan yaitu penerimaan pajak akan naik mencapai Rp 1.608,1 triliun dan meningkat 25% atau 25,8% menurut Sri Mulyani, 2022.

Peran pajak memiliki pengaruh besar dalam hal penerimaan negara sebagai salah satu bentuk utama kontribusinya dan masih memiliki beberapa kendala yaitu seperti dalam hal meningkatkan tingkat kepatuhan dengan dimilikinya kesadaran yang masih tergolong rendah. Sehingga, para wajib pajak tidak melaksanakan kewajibannya seperti melaporkan wajib pajak, membayar wajib pajaknya sebagai bentuknya meningkatkan kepatuhan pada negara yang sebageaian besarnya dihasilkan oleh sistem pajak.

Dengan dimilikinya 3 sumber utama dalam pajak tersebut dapat membantu pembayaran iuran dari rakyat yang seharusnya dibayarkan kepada negara. Masalah umum yang terkait dengan pemungutan pajak ini terlihat dari masih banyaknya masyarakat yang tidak mau menjalankan kewajiban perpajakannya. singkatnya, masih banyak terdapat dari masyarakat pajak yang membayarkannya secara terlambat. Tingkat kepatuhan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan di Indonesia masih tergolong cukup rendah dibandingkan dengan negara maju lainnya. Tingkat kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kesadaran, pengetahuan, sosialisasi, dan terciptanya sanksi perpajakan. Pelanggaran harus dikenakan sanksi perpajakan untuk mematuhi undang-undang perpajakan. Memberikan pelayanan jelas kepada masyarakat adalah adanya bentuk upaya yang dilakukan untuk menciptakan tumbuhnya kepatuhan kepada seluruh masyarakat pajak. dalam meningkatkan pengetahuan dan sosialiasasi yang diberikan kepada wajib pajak diharapkan dapat menimbulkan kepuasan pada tingkat pelanggan wajib pajak dan dapat mengorganisasikan kepatuhan wajib pajak.

Pertumbuhan dalam sektor UMKM di setiap tahunnya mengalami peningkatan terhadap pedagang yang terdapat didaerah kota Tangerang

No	Tahun	Jumlah
1	2016	10.553
2	2017	10.675
3	2018	11.746
4	2019	12.508
5	2020- 2022	22.593

Pada setiap tahun mengalami kenaikan pada setiap tahunnya seperti pada tabel diatas. Kenaikan pada tahun ini mencapai 22.593 usaha yang berdomisili didaerah kota Tangerang. Dengan mengetahui pada tiap usaha UMKM dengan jelas, pemerintah lebih mengetahui setiap daerah yang akan ditetapkan dalam pemungutan perpajakan. Pada kecamatan yang terdapat banyak dibidang usahanya yaitu pada daerah kecamatan cibodas sebanyak 4.019 unit dan terendah pada kecamatan neglasari sebanyak 254 unit.

Kajian Teori

Teori atribusi awalnya ditemukan oleh psikolog Austria Fritz Heider (1958) pada awal abad ke-20 dan menyatakan bahwa pribadi individu berusaha untuk memahami perilaku orang lain dengan mengumpulkan dan menggabungkan informasi sampai seorang individu menemukan kejelasan yang masuk akal tentang perilaku tertentu. Oleh karena itu, teori atribusi berkaitan dengan bagaimana orang menjelaskan perilaku orang lain dan diri mereka sendiri dengan menganggap hubungan sebab akibat untuk setiap peristiwa.

Teori perilaku terencana dikembangkan oleh Azjen (1988) yang menyatakan bahwa teori ini dibuat pada asumsi dasar bahwa seseorang bertindak secara sadar dan memperhatikan semua informasi yang tersedia. Sebelum mengambil tindakan, pikirkan tentang arti dan maksud dari tindakan tersebut sebelum memutuskannya seperti dipilihnya atau tidak. Teori ini menjelaskan tindakan yang disebabkan oleh manusia dalam tindakan dari keinginannya untuk berpartisipasi dalam setiap langkah atas kegiatan tersebut. Singkatnya, teori perilaku terencana adalah dasar niat individu dalam bertindak.

Menurut Wardani dan rumiyatun (2018), teori ini menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak mengartikan tindakan baik yang dilakukan oleh individu dalam melaksanakan hak dan kewajibannya dalam membayar pajak atas dasar itikad baik yang dilakukan secara tulus dan mandiri. Semakin tinggi jika seseorang menjalankan kewajibannya sebagai bentuk pemenuhan kewajiban maka akan semakin baik dalam meningkatkan kepatuhan UMKM. Wajib pajak dikatakan memiliki kesadaran apabila mematuhi dan menjalani peraturan per Undang-Undangan dengan ketentuan perpajakan yang sudah ditetapkan yaitu dengan menjalankan kewajiban serta mengetahui fungsi perpajakan (Muliari, 2011).

Pengetahuan perpajakan memiliki kaitan dalam mempengaruhi kesadaran wajib pajak untuk membayarkan dan melaporkan perpajakannya. Dikatakan sebelumnya bahwa kendala yang biasa terdapat dalam lingkungan para wajib pajak yaitu adanya kurang kesadaran dari masyarakat sehingga disebutkan masih memiliki tingkat rendah akan perpajakan.

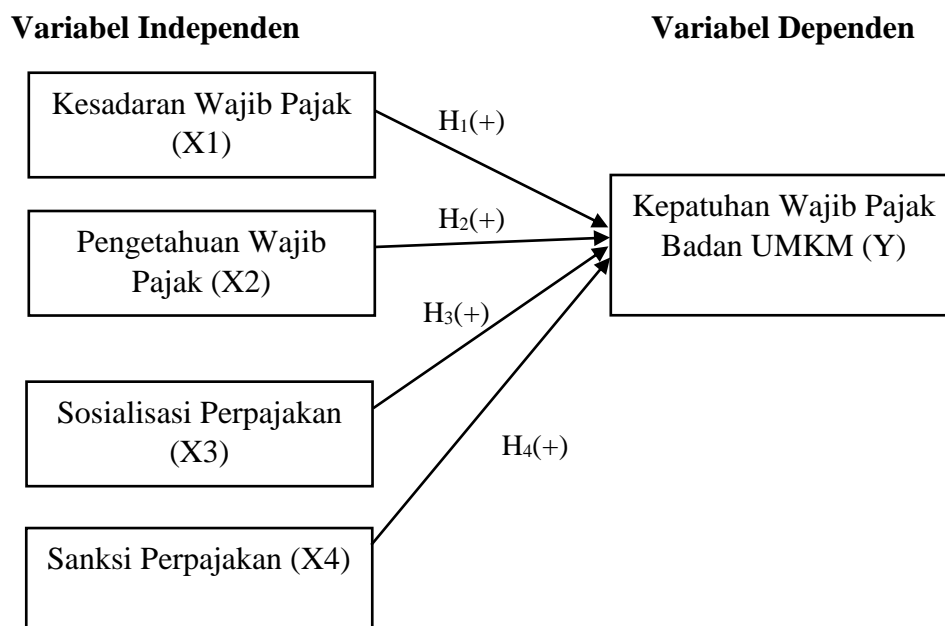
Pengetahuan perpajakan merupakan unsur penting bagi para wajib pajak. tanpa adanya pendukung dari dimilikinya pengetahuan yang memadai, akan mempengaruhi tingkatnya pemahaman yang didapatkan oleh masyarakat wajib pajak.

Sosialisasi perpajakan dilakukan sebagai bentuk pengkajian yang diberikan dalam bentuk pola perilaku, nilai norma dan tindakan yang dibuat sebagai proses pembelajaran korelasi dengan orang lain dari cara berfikirnya yang dapat menghasilkan tata cara positif sebagai masyarakat yang baik. Hal ini dapat dilakukan melalui pembinaan yang disediakan oleh Direktorat Jendral Pajak (DJP) dan pengurus perpajakan lainnya sebagai bentuk upaya yang sudah dilakukan kepada masyarakat dalam memberikan wawasan ilmu dan pengetahuan akan perpajakan. Upaya yang diberikan dapat memberikan manfaat kepada para wajib pajak sehingga mengetahui dan mematuhi seluruh persyaratan dalam memenuhi pelaporan individu.

Penerapan sanksi pada kepatuhan wajib pajak memiliki pengaruh besar dalam menciptakan tindakan patuh dalam masyarakat. Sanksi perpajakan merupakan jaminan untuk memastikan bahwa Undang-Undang dan peraturan perpajakan dipatuhi, sebagai bentuk pencegah agar wajib pajak tidak melanggar aturan dan mematuhi untuk menjalankan hak dan kewajibannya. Singkatnya, pajak adalah cara untuk membayar layanan pemerintah (Mardiasmo, 2014).

Kepatuhan wajib pajak dapat diartikan sebagai wajib pajak dalam menaati hukum perUndang-Undangan yang berlaku dengan dimilikinya sikap dan tindakan positif atau negative dalam rangka memenuhi kewajiban perpajakannya (Susmita dan Supatmi, 2016). Kepatuhan dapat dilihat dari faktor dari diri sendiri (internal) yaitu karakteristik personal untuk menjalankan sifat kepatuhan maupun dari luar (eksternal) yaitu dari lingkungan dari para wajib pajak dalam pemenuhan perpajakan.

Kerangka pemikiran dan hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis dari kerangka pemikiran diatas yaitu :

H₁ : Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM.

H₂ : Pengetahuan wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM.

H₃ : Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM.

H₄ : Sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM.

Metodologi

Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian yang dilakukan menggunakan data statistik yang dilakukan dengan data primer melalui penyebaran kuesioner dibantunya dari *gforms*. Pernyataan yang terdapat dalam kuesioner tersebut untuk mendapatkan jawaban alternatif dari pengisi kuesioner. Dalam melakukan pengisian pernyataan didalamnya menggunakan teknik skor skala ordinal. Skor 1 ditentukan sebagai bentuk ulasan sangat tidak setuju (STS), skor 2 ditentukan sebagai bentuk ulasan tidak setuju (TS). Skor 3 ditentukan sebagai bentuk keterangan Netral (N), skor 4 ditentukan sebagai bentuk ulasan setuju (S), dan yang terakhir yaitu skor 5 ditentukan sebagai bentuk ulasan sangat setuju (SS).

Pada penelitian ini, data populasi yang digunakan yaitu yang berada di daerah Kota Tangerang dengan hasil 22.593 Unit dan dilakukan menggunakan teknik simple random sampling. Sampel yang dilakukan pada kuesioner UMKM Kota Tangerang dilakukan secara random yaitu dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Jumlah ukuran sampel

N : Jumlah ukuran populasi

e^2 : Ukuran standarisasi error (batas ketelitian 10%)

$$n = \frac{22.593}{(1 + 22.593 (0.1)^2)} = 99.56 = 100$$

Dengan jumlah sampel yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu 99.56, dibulatkan menjadi 100 sampel pemilik UMKM. Dan jumlah populasi (N) sebanyak 22.593 unit.

Jenis pengujian yang dipakai pada penelitian ini yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Koefisien Regresi Linear Berganda (β), Uji Anova (*F-test*), Uji t (*t-test*), dan Koefisien Determinasi (R^2). Terdirinya variabel independent yaitu, kesadaran, pengetahuan, sosialisasi pajak dan sanksi pajak. Sedangkan untuk variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak badan UMKM.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil dari Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1
Uji Reliabilitas Data Pre-test

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
1	Kesadaran Wajib Pajak	0.789	Reliabel
2	Pengetahuan Wajib Pajak	0.785	Reliabel
3	Sosialisasi Perpajakan	0.786	Reliabel
4	Sanksi Perpajakan	0.756	Reliabel
5	Kepatuhan Wajib Pajak	0.775	Reliabel

Uji Validitas Data Pre-test

No	Variabel	Pertanyaan	(Corrected Item—Total Correlation)	Kesimpulan
1	X1 (Kesadaran Wajib Pajak)	KWP 1	0.720	Valid
2		KWP 2	0.797	Valid
3		KWP 3	0.772	Valid
4		KWP 4	0.694	Valid
5		KWP 5	0.805	Valid
6	X2 (Pengetahuan Wajib Pajak)	PWP 1	0.732	Valid
7		PWP 2	0.684	Valid
8		PWP 3	0.720	Valid
9		PWP 4	0.800	Valid
10		PWP 5	0.694	Valid
11	X3 (Sosialisasi)	SP 1	0.747	Valid

12	Perpajakan)	SP 2	0.745	Valid
13		SP 3	0.833	Valid
14		SP 4	0.675	Valid
15		SP 5	0.623	Valid
16		X4 (Sanksi Perpajakan)	SKP 1	0.703
17	SKP 2		0.782	Valid
18	SKP 3		0.796	Valid
19	SKP 4		0.439	Valid
20	SKP 5		0.506	Valid
21	Y (Kepatuhan Wajib Pajak)	KKP 1	0.583	Valid
22		KKP 2	0.676	Valid
23		KKP 3	0.783	Valid
24		KKP 4	0.760	Valid
25		KKP 5	0.722	Valid

Sumber Data : Pengolahan Data melalui SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan diatas melalui SPSS 25, keseluruhan nilai uji validitas dan reliabilitas berada diatas nilai minimal 0,4 dan melebihi 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pengisian dalam pernyataan dinyatakan valid dan reliabel (Guilford, 2007). Sehingga pada pengujian terhadap kuesioner dapat dilanjutkan tanpa dilakukannya pembuangan pertanyaan. Valid tidaknya dalam pengujian ini dilihat melalui skala yang digunakan yaitu *pearson correlation* $>0,05$ dan hasil uji dikatakan *reliable* apabila mendapatkan hasil sebesar *Cronbach Alpha* $>0,60$.

Pengujian yang dilakukan melalui koefisien linear berganda memiliki tujuan untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut hasil dalam penelitian yang didapat melalui Uji Regresi Linear Berganda yaitu sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,867	0,854		1,016	0,312
	KWP	0,466	0,113	0,469	4,136	0,000
	PWP	-0,123	0,105	-0,130	-1,167	0,246

	SP	0,220	0,071	0,241	3,102	0,003
	SKP	0,392	0,086	0,394	4,528	0,000

Sumber Data : Pengolahan Data melalui SPSS Versi 25

Berdasarkan penganalisan data yang digunakan melalui *IBM SPSS 25*, berikut persamaan regresi yaitu :

$$KPP = 0,867 + 0,466 KWP - 0,123 PWP + 0,220 SP + 0,392 SKP + e$$

Dengan nilai constanta sebesar 0,867, maka dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel independen terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak badan UMKM sebesar 1,822. nilai koefisien β_1 sejumlah 0,466, maka dapat dikatakan bahwa variabel kesadaran wajib pajak mempunyai hasil berpengaruh positif terhadap nilai koefisien. Sehingga, setiap terdapat peningkatan pada tingkat kepatuhan wajib pajak badan UMKM sejumlah 0,466 dengan beralaskan presumsi setiap variabel independen lainnya tetap dan tidak mengalami perubahan. selanjutnya nilai koefisien β_2 sejumlah -0,123, dengan demikian dinyatakan variabel pengetahuan memiliki hasil yang berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai koefisien. Selanjutnya nilai koefisien β_3 sebesar 0,220, maka dapat dikatakan bahwa variabel sosialisasi perpajakan mempunyai hasil berpengaruh positif terhadap nilai koefisien. Sehingga, setiap terdapat peningkatan pada tingkat kepatuhan wajib pajak badan UMKM sejumlah 0,220 dengan beralaskan presumsi bahwa semua variabel independen lainnya adalah tetap dan tidak berubah.. Dan yang terakhir yaitu nilai koefisien β_4 sejumlah 0,392, simpulanya melalui variabel sanksi perpajakan mempunyai hasil yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM sejumlah 0,392 dengan berlandaskan asumsi setiap variabel independen lainnya tetap dan tidak mengalami perubahan dan *e* adanya tingkat kesalahan dan tidak mencapai batas maksimum.

Uji anova (*F-test*) dilakukan dengan tujuan agar dalam penelitian mengetahui model regresi dalam kepatuhan wajib pajak badan UMKM. Uji yang dilakan menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Hasilnya antara lain sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Anova

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2374,903	4	593,726	125,118	,000 ^b
	Residual	450,807	95	4,745		
	Total	2825,710	99			

Pada hasil uji anova (*F-test*) diatas, menyatakan bahwa hasil nilai signifikansi pada penelitian mendapatkan lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 yaitu 0,000. Maka dari itu, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepatuhan wajib pajak badan UMKM.

Uji t (*t-test*) dalam pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui seberapa besar ketingkatanya pada masing-masing variabel independen dengan variabel dependen. Tingkat signifikansi pada uji t (*t-test*) sebesar 0,05. Berikut hasil dalam pengujian uji t (*t-test*) sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji t (*t-test*)

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,867	0,854		1,016	0,312
	KWP	0,466	0,113	0,469	4,136	0,000
	PWP	-0,123	0,105	-0,130	-1,167	0,246
	SP	0,220	0,071	0,241	3,102	0,003
	SKP	0,392	0,086	0,394	4,528	0,000

Pada hasil perhitungan pada uji t (*t-test*) dapat disimpulkan bahwa, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM dengan dimilikinya nilai tingkat signifikansi yang kurang dari 0,05. Sedangkan pengetahuan wajib pajak tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM dengan dimilikinya nilai tingkat signifikansi yang lebih dari 0,05. Dengan demikian, perubahan

yang terjadi pada perbandingan variabel kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan akan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Apabila kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan mengalami kenaikan, maka kepatuhan wajib pajak UMKM akan mengalami kenaikan pula.

Berdasarkan pada regresi linear berganda, koefisien determinasi memiliki tujuan yang konkret untuk mengetahui besar kecilnya persentase dari hasil pengujian koefisien determinasi yaitu:

Tabel 5 hasil Uji (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,917 ^a	0,840	0,834	2,178

Hasil pada uji tabel diatas, menyatakan bahwa hasil dari *Adjusted R Square* sebesar 0,834. Maka, kontribusi variabel kesadaran wajib pajak, pengetahuan wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan senilai 0,834 atau senilai 83,4%. Sedangkan sisanya senilai 16,6% yang dapat diberikan terhadap pengaruhnya oleh variabel lain seperti penagihan pajak, pemeriksaan pajak, dan pelayanan fiskus sebagai penambah validnya data yang di teliti.

Diskusi

Berdasarkan hasil diatas yang sudah melakukan pengujian dan pembahasan, kesimpulanya antara lain yaitu:

1. Pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Pada pengujian pembahasan diatas kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM yang memiliki usaha beroperasi di Kota Tangerang. Dengan dilihat hasil penelitian dari kesadaran wajib pajak yang memiliki nilai koefisien sejumlah 4,136 dan signifikansi 0,000. Hasil analisis data dalam penelitian menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh dan memiliki hasil yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM dikarenakan memiliki hasil signifikansi kurang dari 0,05. Maka dijelaskan bahwa semakin tingginya tingkat kesadaran terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM akan semakin baik pula kepada para usaha yang berada dikota Tangerang. Hasil penelitian yang didapatkan selaras dengan penelitian Kadek Juniati Putri an Putu Ery Setiawan (2017) dengan hasil penelitian bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

2. Pengaruh pengetahuan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Pada pengujian pembahasan diatas pengetahuan wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM yang memiliki usaha beroperasi di Kota Tangerang. Dengan dilihat dari hasil penelitian dari variabel pengetahuan wajib pajak memiliki nilai koefisien sejumlah 1,167 dan signifikansi 0,246. Hasil analisis data dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel pengetahuan wajib pajak tidak berpengaruh secara parsial dan memiliki hasil yang negatif terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM dikarenakan memiliki hasil signifikansi kurang dari 0,05. maka dijelaskan bahwa

pengetahuan wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada daerah Kota Tangerang pada tiap bidang usahanya. Hasil penelitian yang didapatkan selaras dengan penelitian Yosi Yulia, dkk (2020) yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

3. Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Pada pengujian pembahasan diatas sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM yang memiliki usaha beroperasi di Kota Tangerang. Dengan dilihat dari hasil penelitian ini dari variabel sosialisasi pajak memiliki nilai koefisien sejumlah 3,102 dan signifikansi 0,003. Hasil analisis data dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel sosialisasi perpajakan berpengaruh dan memiliki hasil yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM dikarenakan memiliki hasil signifikansi kurang dari 0,05. Maka dijelaskan bahwa semakin tingginya tingkat sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM akan semakin baik pula kepada para usaha yang berada dikota Tangerang. Hasil penelitian yang didapatkan selaras dengan penelitian Herly Pujilestari, dkk (2021) yang menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

4. Pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Pada pengujian pembahasan diatas sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM yang memiliki usaha beroperasi di Kota Tangerang. Dengan dilihat dari hasil penelitian yaitu sanksi perpajakan memiliki nilai koefisien sejumlah 4,528 dan signifikansi 0,000. Hasil analisis data dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel sanksi perpajakan berpengaruh signifikan dan memiliki hasil yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM dikarenakan memiliki hasil signifikansi kurang dari 0,05. Maka dijelaskan bahwa semakin tingginya tingkat sanksi terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM akan semakin baik pula kepada para usaha yang berada dikota Tangerang. Hasil penelitian yang didapatkan selaras dengan penelitian Hasil penelitian ini selaras dengan Rita J. D. Atarwaman (2020) mengungkapkan bahwa sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penutup

Pelaksanaan dalam pengujian pembahasan dalam penelitian dimaksudkan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel kesadaran wajib pajak, pengetahuan wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM yang berada didaerah Kota Tangerang. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM. Sementara itu, pengetahuan wajib pajak tidak berpengaruh signifikan juga negatif terhadap kepatuhan wajib pajak badan UMKM.

Keterbatasan pertama yaitu, teknik yang dilakukan pada kuesioner hanya untuk ditujukan kepada wajib pajak sebagai bentuk tujuan penelitian. Kedua, adanya kemungkinan dalam pengisian kuesioner para responden tidak menjawab secara jujur dan masih melebihkan maupun merungai setiap jawabannya. Ketiga, variabel yang digunakan dalam penelitian penyebaran kuesioner ini hanya digunakan empat variabel sebagai bentuk tujuan penelitian yang tersebar di Kota Tangerang.

Saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya yaitu, penggunaan metode dalam penelitian melalui pengumpulan data atau menambahkan variabel lainya yang memungkinkan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM bisa menambahkan seperti penagihan pajak, pemeriksaan pajak, dan pelayanan fiskus sebagai penambah validnya data yang di teliti.

Daftar Rujukan/Pustaka

- Agoes, S., & Trisnawati, E. (2014). *Akuntansi Perpajakan*, Edisi Ketiga, Salemba Empat, Jakarta.
- Atarwaman, R. J. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, 39-51
- Trisnawati, E., & Putri, I. R. S. H. (2014). Pengaruh Pelayanan Aparat Pajak, Iklan Pajak, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Yang Terdapat Di Kpp Pratama Jakarta Pademangan Pada Tahun 2011, 59–80.
- Lubis., & Saman, A. (2015). “Perbandingan Persentase tax ratio diIndoneisa dengan negara lain”. <http://www.bppk.kemenkeu.go.id> (diakses tanggal 29 April 2015).
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan Edisi Terbaru 2018*. Yogyakarta:ANDI
- Pujilestari, H., Humairo, M., Firmansyah, A., & Trisnawati, E. (2021). Peran Kualitas Pelayanan dalam Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi: Sosialisasi Pajak dan Sanksi Pajak, 36-51.
- Putri, K. J., & Setiawan, P. E. (2017). Pengaruh Kesadaran, pengetahuan dan pemahaman perpajakan, kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, 1112-1140.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan pengetahuan perpajakan sebagai variabel intervening (Studi pada wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Kebumen), 33-54.