

## Dynamics of Taxpayer Awareness: Taxation Socialization, Taxpayer Attitude and Taxpayer Compliance as Moderating Variables

Atika Purnamasari<sup>1\*</sup>, Popong Suryani<sup>2</sup>, Yohanes August Goenawan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PPI, Tangerang, 15710, Indonesia

### ARTICLE INFO

#### Keywords:

Sosialisasi Perpajakan, Sikap Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kepatuhan Wajib Pajak

### ABSTRACT

**Introduction/Objective:** The study analyzes the influence of tax socialization and taxpayer attitudes on taxpayer awareness, and examines the role of taxpayer compliance as a moderating variable on MSMEs in Parahu-Sukamulya Village. **Background of the Problem:** The increasing number of entrepreneurs in the creative economy sector in reality does not have much effect on changes in the amount of tax payments to the State. **Novelty:** Analyzing the same variables but focusing on MSMEs in a region. **Research Method:** Using a quantitative method with a survey approach. **Primary data** was obtained through questionnaires distributed to MSMEs in the study area. **Findings/Results:** That tax socialization and taxpayer attitudes have a significant effect on taxpayer awareness. **Conclusion:** These findings provide important implications for tax authorities in designing strategies for socialization and increasing tax compliance in the MSME sector.

**Pendahuluan/Tujuan:** Penelitian menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan dan sikap wajib pajak terhadap kesadaran wajib pajak, serta menguji peran kepatuhan wajib pajak sebagai variabel moderasi pada pelaku UMKM di Desa Parahu-Sukamulya. **Latar Belakang Masalah:** Meningkatnya jumlah pengusaha dibidang ekonomi kreatif pada kenyataannya tidak banyak berpengaruh pada perubahan jumlah setoran pajak kepada Negara. **Kebaruan:** Menganalisa variable yang sama namun fokus pada para pelaku UMKM di suatu wilayah. **Metode Penelitian:** Menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. **Data primer** diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelaku UMKM di wilayah studi. **Temuan/Hasil:** Bahwa sosialisasi perpajakan dan sikap wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran wajib pajak. Selain itu, kepatuhan wajib pajak tidak mampu memoderasi hubungan antara sosialisasi perpajakan dan sikap wajib pajak terhadap kesadaran wajib pajak. **Kesimpulan:** Temuan ini memberikan implikasi penting bagi otoritas pajak dalam merancang strategi sosialisasi dan peningkatan kepatuhan pajak di sektor UMKM.

\* Corresponding Author at Department of Economics, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia, Jl Citra Raya, Utama Barat No. 29, Cikupa, Tangerang, 15710, Indonesia.

E-mail address: [purnamasariatika93@gmail.com](mailto:purnamasariatika93@gmail.com), [suryanipopong@gmail.com](mailto:suryanipopong@gmail.com), [yohanes.august123@gmail.com](mailto:yohanes.august123@gmail.com)

## INTRODUCTION

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara terbesar. Pajak menurut Pasal 1 UU No. Pengertian diatas mengungkapkan bahwa tujuan pajak yaitu untuk memakmurkan atau membuat rakyat menjadi Sejahtera. Pentingnya pajak sebagai penerimaan negara membuat pemerintah melakukan perombakan diberbagai sistem perpajakan mulai dari sosialisasi perpajakan, mengubah sikap wajib pajak untuk sadar akan adanya pajak yang bertujuan meningkatkan penerimaan pajak sekaligus kepatuhan wajib pajak untuk membayar kewajiban perpajakan.

Semakin berkembangnya perekonomian di Indonesia akan terus diiringi dengan berbagai kebijakan baru tentang bidang perpajakan. Pajak digunakan pemerintah sebagai usaha untuk menciptakan ketidak adanya ketergantungan suatu bangsa dalam pembiayaan Pembangunan negara. Pajak pemerintah dikenakan kepada seluruh Masyarakat sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku. Pemungutan pajak tersebut nantinya akan dapat dirasakan oleh Masyarakat yaitu dengan adanya fasilitas seperti sarana dan prasarana serta pembanguna insfrastruktur. Salah satu subjek penerimaan pajak daerah diperoleh dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif menjadi salah satu bagian yang penting dalam pertumbuhan perekonomian suatu daerah maupun suatu negara. Akan tetapi dengan semakin meningkatnya ekonomi kreatif tersebut masih banyak UMKM yang kurang memahami dalam perhitungan laba yang diperoleh dari usahanya (Suryana, 2013).

Pajak Penghasilan (PPh) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar perekonomian di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2021, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp. 8.573,89 triliun. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi.

Pemerintah terus berupaya menjaga dan mendorong pertumbuhan UMKM di Indonesia. Salah satu Langkah yang diambil pemerintah adalah dengan memberikan insentif pajak kepada UMKM dengan penurunan tarif PPh Final 1% menjadi 0,5% dan pembebasan PPh Final bagi pengusaha dengan omzet sampai dengan Rp.500 juta per tahun.

Di Indonesia, salah satu pembayar pajak potensial adalah dari sektor UMKM yang memberikan kontribusi paling besar terhadap produk domestic bruto dibandingkan sektor lainnya (Zulma, 2020). Tetapi hal ini tidak sebanding dengan kontribusi dari sektor usaha mikro, kecil dan menengah dengan penerimaan negara yang masih kurang (Tommy, 2021). Kurangnya kontribusi dari sektor UMKM diakibatkan karena Tingkat kepatuhan pajak, yang mana Tingkat kepatuhan perpajakan di Indonesia masih relative rendah, dengan tarif pajak stagnan tax ratio sekitar 12-13 % dibawah negara-negara lain (Prastowo, 2017).

Meningkatnya jumlah pengusaha dibidang ekonomi kreatif pada kenyataannya tidak banyak berpengaruh pada perubahan jumlah setoran pajak kepada Negara. Penyebab dari hal ini dikarenakan pemahaman pelaku ekonomi kreatif yang masih kurang terkait dengan kewajiban membayar pajak. Selain itu adanya problematic dalam menjalankan bisnis kreatif menjadi penyebab tidak melakukan pembayaran pajak (Susyanti et al., 2014).

## LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESIS DEVELOPMENT

### Kesadaran Wajib Pajak

Menurut Agustiningasih & Isroah (2016) Kesadaran wajib pajak adalah pemahanan yang mendalam pada seseorang atau badan yang terwujud dalam pemikiran, sikap, dan tingkah laku untuk melaksanakan hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan pertauran perundang-undangan karena memahami bahwa pajak sangat penting untuk pembiayaan nasional. Indikator dari kesadaran perpajakan menurut Asri (2009) dalam Merliyana & Saefurahman (2017), adalah sebagai berikut: (1) Mengetahui adanya undang undang dan ketentuan perpajakan (2) Mengetahui fungsi pajak untuk pembiayan Negara (3) Ketepatan waktu dalam membayar pajak (4) Memahami fungsi pajak untuk pembiayaan negara (5) Menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan suka rela (6) Menghitung, membayar, melaporkan pajak yang benar.

Semakin tinggi Tingkat kesadaran wajib pajak, maka pemahaman dan mengimplementasikan kewajiban perpajakan semakin baik dan dapat meningkatkan kepatuhan. Kesadaran merupakan unsur dalam diri manusia untuk memahami kenyataan dan bagaimana mereka berperilaku serta bersikap terhadap suatu hal nyata. Kesadaran berperan penting bagi wajib pajak karena keberadaanya dapat mendorong peran aktif wajib pajak dari menghitung hingga melaporkan kewajiban perpajakannya.

## Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan adalah upaya dan proses pemberian informasi perpajakan untuk mempengaruhi perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diharapkan dapat membantu kepatuhan wajib pajak. Informasi dari sosialisasi perpajakan bertujuan agar seseorang atau sekelompok orang memiliki pengetahuan tentang pajak dalam upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dalam Surat Edaran Direktorat Jendral Pajak Nomor: SE-98/PJ/2011. Sosialisasi perpajakan merupakan penyuluhan yang dikerjakan oleh Dirjen Pajak kepada Masyarakat guna membantu membekali pengetahuan tentang perpajakan dan peraturan dari perpajakan. Penelitian Wardani & Wati (2018) mengatakan bahwa dasar seseorang tidak mengenal bagaimana melaksanakan kewajiban perpajakan serta tidak melakukan kewajiban pajak tersebut disebabkan karena rendahnya sosialisasi perpajakan yang berakibat minimnya pengetahuan dan wawasan sehingga berdampak pada penerimaan pajak negara. Hal tersebut didukung oleh penelitian Jannah (2016) menjelaskan wajib pajak akan mendapati kesusahan dalam memenuhi kewajiban perpajakan disebabkan intensitas sosialisasi yang tidak efektif.

H1: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak

## Sikap Wajib Pajak

Sani (2018) mengatakan bahwa Sikap merupakan sebuah evaluasi kepercayaan atas perasaan positif maupun negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sedangkan menurut Ernawati & Purnomosidhi (2017) mengatakan bahwa Sikap adalah derajat efek positif atau negative yang ditunjukkan oleh wajib pajak orang pribadi yang ditentukan secara langsung oleh keyakinan yang dimiliki oleh wajib pajak orang pribadi terhadap ketidakpatuhan pajak.

Sikap wajib pajak merupakan pertimbangan wajib pajak atas untung ruginya dalam memenuhi kewajiban pajaknya, pertimbangan terhadap kondisi keuangan untuk memenuhi kewajiban perpajakan dan risiko yang akan timbul akibat tidak membayar pajak. Wajib pajak akan memiliki pandangan atau sikap negative terhadap perpajakan karena kurangnya pemahaman mengenai perpajakan dan sebaliknya, wajib pajak akan memiliki pandangan atau sikap positif terhadap perpajakan karena sudah mendapatkan informasi dan pemahaman mengenai perpajakan setelah mengikuti sosialisasi perpajakan yang diadakan oleh otoritas pajak. Hal ini akan mendorong dan meningkatkan kesadaran pajak. Peningkatan sikap positif wajib pajak terhadap self assesment menjadi sangat penting untuk mencapai Tingkat kepatuhan pajak yang lebih baik.

H2: Sikap wajib pajak berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak

## Kepatuhan Wajib Pajak

Pada dasarnya, kepatuhan pajak berarti wajib pajak memenuhi kewajibannya yang berlaku di negara tersebut. Wajib pajak yang taat disiplin serta wajib pajak yang membayar pajak dengan jumlah besar belum tentu wajib pajak patuh.

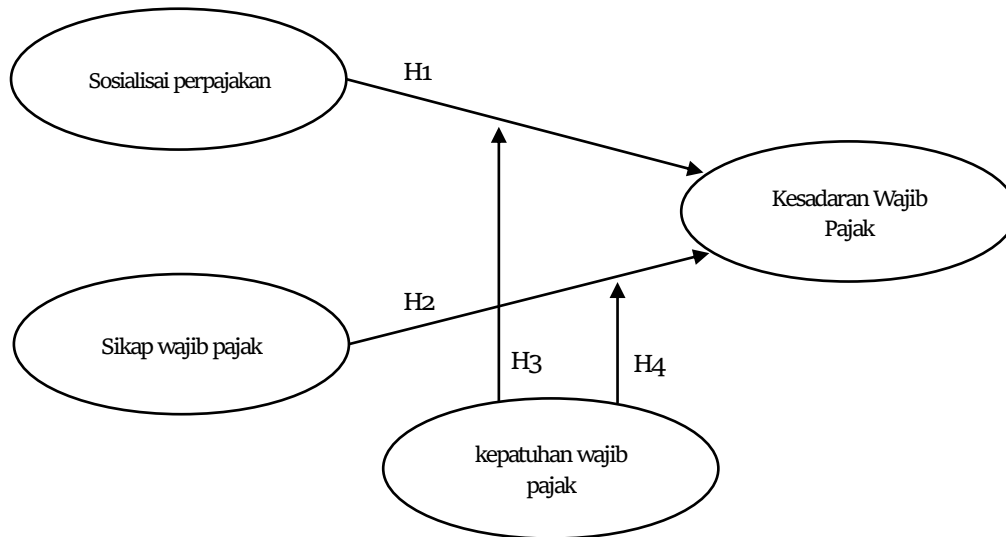
Kepatuhan wajib pajak dapat dilihat dari kesadaran dan keinginan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya yang ditunjukkan dalam pemahaman wajib pajak terhadap fungsi pajak dan kesungguhan wajib pajak dalam membayar dan melaporkan pajak. Adanya sosialisasi perpajakan maka akan memperkuat kesadaran wajib pajak dalam membayar pajaknya, maka wajib pajak akan semakin menghargai pertauran perpajakan sehingga muncul kesadaran dalam diri wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya sebagai warga negara yang baik yaitu patuh dalam membayar pajak.

H3: Kepatuhan wajib pajak memoderasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kesadaran wajib pajak

Sikap dan kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini menjelaskan semakin tinggi Tingkat kesadaran yang dimiliki wajib pajak maka dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Kesadaran wajib pajak dapat mencerminkan pemahaman dan sikap mereka terhadap kewajiban pajak yang dimilikinya. Jika wajib pajak memiliki Tingkat kesadaran yang tinggi, kemungkinan besar mereka akan memahami pentingnya mematuhi peraturan perpajakan dan melaksanakan kewajiban dengan baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspodewanti & Susanti (2021), yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak memberikan pengaruh yang signifikan pada kepatuhan wajib pajak

H4: kepatuhan wajib pajak memoderasi pengaruh sikap wajib pajak terhadap kesadaran wajib pajak

Berikut ini adalah kerangka yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Hipotesis Penelitian

RESEARCH METHOD

Objek yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan para pelaku UMKM yang ada di Desa Parahu-Sukamulya yang Sebagian besar juga merupakan wajib pajak UMKM. Pemilihan sampel dilakukan secara purposive sampling method dengan kriteria-kriteria yang ditentukan dalam pengambilan sampelnya, yaitu Wajib pajak orang pribadi UMKM dengan omzet <500 juta/tahun yang terdaftar di KPP Pratama Tigaraksa. Serta wajib pajak bergerak pada usaha mikro, kecil dan menengah di wilayah kerja KPP Pratama Tigaraksa (Desa Parahu, Kecamatan Sukamulya, Kabupaten Tangerang Banten).

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti ialah kesadaran wajib pajak sebagai variable devenden, kemudian untuk variabel independent ialah sosialisasi perpajakan dan sikap wajib pajak, serta kepatuhan terhadap pajak merupakan variable moderasi yang diukur dengan skala likert 5 poin yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Pada penelitian ini dilakuakn beberapa pengujian diantaranya uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, analisis regresi moderasi dan uji hipotesis dengan menggunakan alat analisis yakni SPSS.

RESULTS

Deskripsi Data Penelitian

Table 1. Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
PRIA	37	45%
WANITA	47	57%

Sumber: Output SPSS 2025

Berdasarkan tabel diatas penelitian ini menggunakan responden sebanyak 84 sampel UMKM dimana dari sampel yang dipilih apabila dilihat dari segi jenis kelamin secara keseluruhan sampel berjenis kelamin laki-laki sebanyak 45% dan sisanya perempuan sebanyak 57%. Ini menunjukkan dikalangan UMKM kepatuhan wajib pajak lebih banyak dilakukan perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18-25	31	37%
25-35	35	42%
36-45	13	16%
>45	5	6%

Sumber: Output SPSS 2025

Hasil analisis Tabel diatas memberikan gambaran bahwa dari sampel yang terambil sebanyak 84 responden pada kalangan UMKM pada segi umur terdapat 4 pengelompokan dan yang paling banyak terambil pada umur 25-35 tahun sebanyak 42%, kemudian yang 18-25 tahun sebanyak 37%, lalu 36-45 tahun sebanyak 16% serta yang terakhir yang paling sedikit >45 tahun sebanyak 6%. Ini menunjukkan umur yang paling banyak yaitu 25-35 tahun terdaftar sebagai wajib pajak.

Tabel 3. Karakteristik Jenis Usaha

Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
Perdagangan	29	35%
Jasa	13	16%
Makanan	32	39%
Industri	10	12%

Sumber: Output SPSS 2025

Hasil analisis dari tabel diatas dibuktikan bahwa gambaran sampel yang terambil sebanyak 84 responden pada kalangan UMKM dimana jenis usaha mulai dari Industri sebesar 12% dilanjutkan dengan makanan yang paling terbanyak sebesar 39%, lalu jenis usaha perdagangan sebesar 35% dan terakhir jasa dengan 16%. Ini menunjukkan bahwa UMKM wajib pajak terbanyak di usaha makanan.

### Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sosialisasi Pajak	84	21.00	35.00	30.3095	2.63880
Sikap Wajib Pajak	84	21.00	35.00	30.2381	3.09924
Kesadaran Wajib Pajak	84	21.00	35.00	30.8929	2.65719
Kepatuhan Wajib Pajak	84	21.00	35.00	30.0476	3.21482
Valid N (listwise)	84				

Sumber: Output SPSS 2025

Variabel Sosialisasi Pajak UMKM dari 84 responden yang diteliti memiliki nilai minimum sebesar 21, nilai maksimum sebesar 35, nilai rata-rata (mean) sebesar 30,3095 serta Standar Deviasi sebesar 2,63880. Variabel Sikap Perpajakan dari 84 responden yang diteliti memiliki nilai minimum sebesar 21, nilai maksimum sebesar 35, nilai rata-rata (mean) sebesar 30,2381 serta Standar Deviasi sebesar 3,09924. Variabel Kesadaran Wajib Pajak UMKM dari 84 responden yang diteliti memiliki nilai minimum sebesar 21, nilai maksimum sebesar 35, nilai rata-rata (mean) sebesar 30,8929 serta Standar Deviasi sebesar 2,65719. Variabel Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dari 84 responden yang diteliti memiliki nilai minimum sebesar 21, nilai maksimum sebesar 35, nilai rata-rata (mean) sebesar 30,0476 serta Standar Deviasi sebesar 3,21482.

### Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Sosialisasi Perpajakan (X<sub>1</sub>)

Instrumen Penelitian	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P1	.610**	0.2146	Valid
P2	.663**	0.2146	Valid
P3	.698**	0.2146	Valid
P4	.649**	0.2146	Valid
P5	.624**	0.2146	Valid
P6	.599**	0.2146	Valid
P7	.656**	0.2146	Valid

Sumber: Output SPSS 2025

Hasil pengujian validitas untuk pernyataan pada variabel sosialisasi pajak (X<sub>1</sub>) menunjukkan bahwa semua item yang diuji dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan masing-masing pernyataan nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > dari r tabel (0,2146) pada signifikansi 0,05 (5%). Kita bisa lihat pada table bahwa semua item pernyataan lebih besar dari 0,2146.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Wajib Pajak (X<sub>2</sub>)

Instrumen Penelitian	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P1	.642**	0.2146	Valid
P2	.641**	0.2146	Valid
P3	.659**	0.2146	Valid
P4	.680**	0.2146	Valid
P5	.609**	0.2146	Valid
P6	.615**	0.2146	Valid
P7	.667**	0.2146	Valid

Sumber: Output SPSS 2025

Hasil pengujian validitas untuk pernyataan pada variabel sikap wajib pajak (X<sub>2</sub>) menunjukkan bahwa semua item yang diuji dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan masing-masing pernyataan nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > dari r tabel (0,2146) pada signifikansi 0,05 (5%). Kita bisa lihat pada table bahwa semua item pernyataan lebih besar dari 0,2146.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Wajib Pajak (Y)

Instrumen Penelitian	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P1	.727**	0.2146	Valid
P2	.606**	0.2146	Valid
P3	.652**	0.2146	Valid
P4	.695**	0.2146	Valid
P5	.510**	0.2146	Valid
P6	.579**	0.2146	Valid
P7	.615**	0.2146	Valid

Sumber: Output SPSS 2025

Hasil pengujian validitas untuk pernyataan pada variabel kesadaran wajib pajak (Y) menunjukkan bahwa semua item yang diuji dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan masing-masing pernyataan nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > dari r tabel (0,2146) pada signifikansi 0,05 (5%). Kita bisa lihat pada table bahwa semua item pernyataan lebih besar dari 0,2146.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Z)

Instrumen Penelitian	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P1	.537**	0.2146	Valid
P2	.576**	0.2146	Valid
P3	.688**	0.2146	Valid
P4	.752**	0.2146	Valid
P5	.635**	0.2146	Valid
P6	.664**	0.2146	Valid
P7	.742**	0.2146	Valid

Sumber: Output SPSS 2025

Hasil pengujian validitas untuk pernyataan pada variabel kepatuhan wajib pajak (Z) menunjukkan bahwa semua item yang diuji dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan masing-masing pernyataan nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > dari r tabel (0,2146) pada signifikansi 0,05 (5%). Kita bisa lihat pada table bahwa semua item pernyataan lebih besar dari 0,2146.

## Uji Reabilitas

Tabel 9. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai konstanta	Keterangan
Sosialisasi Pajak	0.761	0.60	Reliabel
Sikap Wajib Pajak	0.761	0.60	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak	0.728	0.60	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0.781	0.60	Reliabel

Sumber: Output SPSS 2025

Hasil dari di atas menjelaskan bahwa hasil dari uji reliabilitas dilihat dari nilai Cronbach's Alpha atas variabel sosialisasi pajak bernilai 0,761, variabel sikap wajib pajak 0,761, variabel kesadaran wajib pajak sebesar 0,728, variabel kepatuhan wajib pajak sebesar 0,781. Berdasarkan hasil uji reliabilitas terhadap 4 variabel tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan dari masing masing variable yang diberikan kepada responden memiliki hasil yang konsisten, yang berarti jika responden diberikan pertanyaan yang sama akan memperoleh jawaban yang sama pula.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)  
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.228a	.052	.017	2.63500

Predictors: (Constant), Kepatuhan Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak, Sikap Wajib Pajak  
 Sumber: Output SPSS 2025

Dari hasil uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,228. Hal ini berarti bahwa sebesar 22% variabel dependen atau Kesadaran Wajib Pajak dipengaruhi oleh variabel independen yaitu Sosialisasi Pajak, Sikap Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak. Dengan nilai koefisien determinasi yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variabel dependen.

### Uji Parsial (Uji t)

Tabel 11. Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.412	5.055		5.027	0.000
	Sosialisasi Pajak	0.230	0.112	0.228	2.059	0.043
	Sikap Wajib Pajak	-0.017	0.096	-0.020	-0.182	0.856

a. Dependent Variable: Kesadaran Wajib Pajak

Sumber: Output SPSS 2025

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, dapat dijelaskan bahwa diketahui hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) dalam penelitian ini adalah Sosialisasi Pajak. Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan 0.043 < 0,05. Maka jawaban hipotesis yaitu H<sub>1</sub> diterima yang menyatakan bahwa Sosialisasi Pajak berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak. Diketahui hipotesis pertama (H<sub>2</sub>) dalam penelitian ini adalah Sikap Wajib Pajak. Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan 0.856 > 0,05. Maka jawaban hipotesis yaitu H<sub>2</sub> ditolak yang menyatakan bahwa Sikap Wajib Pajak tidak berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak.

### Uji Analisis Regresi Moderasi

Tabel 12. Hasil Moderated Regression Analysis (MRA)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29.628	2.373		12.486	0.000
	X1Z	0.004	0.003	0.187	1.339	0.184
	X2Z	-0.003	0.003	-0.124	-0.887	0.378

a. Dependent Variable: Kesadaran Wajib Pajak

Sumber: Output SPSS 2025

Diketahui nilai signifikansi interaksi antara Sosialisasi Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0.184 ( $>0.05$ ) maka berkesimpulan bahwa variabel Kepatuhan Wajib Pajak tidak mampu memoderasi pengaruh variabel Sosialisasi Pajak terhadap variabel Kesadaran Wajib Pajak. Diketahui nilai signifikansi interaksi antara Sikap Wajib Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0.378 ( $>0.05$ ) maka berkesimpulan bahwa variabel Kepatuhan Wajib Pajak tidak mampu memoderasi pengaruh variabel Sikap Wajib Pajak terhadap variabel Kesadaran Wajib Pajak.

## DISCUSSION

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa hasil uji-t atau uji parsial memiliki nilai signifikansi 0,043. Nilai signifikansi menunjukkan lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut memiliki arti bahwa secara parsial variabel sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran wajib pajak yang didukung oleh penelitian sebelumnya (Venti et al., 2021).

Sosialisasi perpajakan membantu wajib pajak memahami apa itu pajak, mengapa pajak diperlukan, dan bagaimana pajak tersebut dikelola. Memahami tujuan dan manfaat pajak membuat masyarakat lebih cenderung untuk membayar pajak dengan baik. Banyak yang tidak paham cara menghitung pajak, kewajiban mereka, dan sanksi jika tidak membayar. Melalui sosialisasi, pemerintah bisa edukasi wajib pajak tentang pentingnya peran mereka dalam perekonomian negara. Hal ini bisa meningkatkan rasa memiliki dan ketaatan wajib pajak. Sosialisasi juga dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab sosial. Transparansi dalam pengelolaan dana pajak bisa membangun kepercayaan publik. Informasi tentang pentingnya kepatuhan pajak bisa mempengaruhi keputusan wajib pajak dalam membayar pajak.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh besarnya nilai signifikansi sikap wajib pajak sebesar 0,856 dengan tingkat signifikan 0,000 yang menunjukkan bahwa lebih besar dari 0,05 diketahui bahwa sikap wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kesadaran pada UMKM di desa Parahu-Sukamulya yang sejalan dengan penelitian (Ainun W et al., 2022).

Sikap seseorang terhadap pajak dipengaruhi oleh pemahaman terhadap kewajiban perpajakan. Jika pemahaman kurang baik, sikap terhadap pajak bisa negatif. Pengalaman buruk dengan administrasi perpajakan dapat memengaruhi kesadaran dan minat seseorang untuk taat pajak. Keadaan ekonomi dan sosial juga mempengaruhi kesediaan seseorang untuk membayar pajak. Pengelolaan dana pajak oleh negara juga memengaruhi sikap terhadap pajak. Budaya dan norma sosial di masyarakat juga berpengaruh terhadap sikap terhadap pajak. Penegakan hukum dan transparansi pemerintah mengenai pajak memengaruhi kesadaran membayar pajak. Pendidikan dan sosialisasi mengenai pentingnya pajak diperlukan untuk meningkatkan kesadaran membayar pajak. Pelanggaran pajak tanpa sanksi jelas akan menurunkan kesadaran membayar pajak. Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kontribusi mereka melalui pajak penting untuk kesadaran membayar pajak yang lebih baik.

Hasil ini menunjukkan nilai signifikansi interaksi antara sikap wajib pajak dengan kepatuhan wajib pajak sebesar 0.184 ( $>0.05$ ) maka berkesimpulan bahwa variabel kepatuhan wajib pajak tidak mampu memoderasi pengaruh variabel sosialisasi wajib pajak terhadap variabel kesadaran wajib pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian (Atifa N et al., 2023).

Meskipun sosialisasi pajak dapat meningkatkan kesadaran, hal itu tidak selalu mendorong kepatuhan karena faktor lain seperti kesulitan ekonomi atau persepsi negatif terhadap pengelolaan pajak. Ada banyak faktor eksternal yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak yang tidak dapat diubah hanya dengan sosialisasi. Misalnya, ketidakpercayaan terhadap pengelolaan pajak dapat mengakibatkan wajib pajak enggan membayar pajak. Kesulitan administrasi atau birokrasi juga dapat membuat wajib pajak merasa sulit untuk mematuhi kewajiban pajak. Kepatuhan pajak dipengaruhi oleh persepsi wajib pajak terhadap pajak itu sendiri. Persepsi negatif terhadap pajak dapat mengurangi keinginan mereka untuk mematuhi peraturan perpajakan. Sosialisasi penting untuk meningkatkan kesadaran, tetapi jika regulasi pajak kompleks atau tidak jelas, wajib pajak bisa bingung. Kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh nilai pribadi, etika, atau budaya di masyarakat. Sosialisasi perlu didukung oleh penegakan hukum yang kuat untuk mengubah perilaku wajib pajak. Kepatuhan juga terkait dengan kemampuan untuk membayar, bukan hanya soal kesadaran. Jika penegakan hukum tidak tegas, sosialisasi tidak akan meningkatkan kepatuhan. Oleh karena itu, kepatuhan pajak memerlukan penyuluhan yang intensif serta penegakan hukum dan sistem pengawasan yang kuat.

Hasil ini menunjukkan nilai signifikansi interaksi antara sikap wajib pajak dengan kepatuhan wajib pajak sebesar 0.378 ( $>0.05$ ) maka berkesimpulan bahwa variabel kepatuhan wajib pajak tidak mampu memoderasi pengaruh variabel sikap wajib pajak terhadap variabel kesadaran wajib pajak, hal ini sejalan dengan penelitian (Ningsih S et al., 2021).

Perbedaan antara Sikap, Kesadaran, dan Kepatuhan Wajib Pajak. Sikap adalah pandangan pribadi terhadap pajak, kesadaran adalah pemahaman tentang aturan pajak, sementara kepatuhan adalah perilaku dalam membayar pajak. Kepatuhan dipengaruhi oleh faktor eksternal dan bisa tidak tergantung pada sikap atau kesadaran. Kepatuhan tidak selalu berasal dari sikap atau kesadaran positif, tapi bisa dipengaruhi oleh pengawasan dan kondisi ekonomi. Faktor lain yang memengaruhi kepatuhan termasuk kepercayaan terhadap pemerintah, keadilan sistem pajak, dan pemahaman konsekuensi dari ketidakpatuhan. Moderasi antara sikap, kesadaran, dan kepatuhan bisa kompleks, dan kepatuhan tidak

selalu memperkuat atau mengurangi hubungan antara sikap dan kesadaran. Mekanisme moderasi memerlukan hubungan yang kuat antara variabel yang terlibat agar berfungsi efektif.

## CONCLUSION

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan dan sikap wajib pajak terhadap kesadaran wajib pajak, serta menguji peran kepatuhan wajib pajak sebagai variabel moderasi pada pelaku UMKM di Desa Parahu-Sukamulya, maka berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak pada umkm di desa Parahu – Sukamulya. Kemudian sikap wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak pada umkm di desa Parahu – Sukamulya. Selanjutnya, kepatuhan wajib pajak tidak mampu memoderasi pengaruh variabel sosialisasi pajak terhadap variabel kesadaran wajib pajak pada umkm di desa Parahu – Sukamulya. Serta kepatuhan wajib pajak tidak mampu memoderasi pengaruh variabel sikap wajib pajak terhadap variabel kesadaran wajib pajak pada umkm di desa Parahu – Sukamulya.

## MANAGERIAL IMPLICATION

Implikasi dari penelitian ini adalah untuk kesadaran wajib pajak pada umkm di desa Parahu – Sukamulya perlu peningkatan sosialisasi perpajakan dan sikap wajib pajak yang akan berdampak pada kesadaran wajib pajak. Selain itu, kepatuhan wajib pajak tidak mampu memoderasi hubungan antara sosialisasi perpajakan dan sikap wajib pajak terhadap kesadaran wajib pajak. Atas hal tersebut kepatuhan pajak setiap UMKM tidak memperkuat mereka untuk sadar akan wajib pajak.

## LIMITATION AND FUTURE RESEARCH

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran dan keterbatasan yang dapat disajikan pada penelitian ini ialah metode pengumpulan data perlu ditambahkan dengan metode lain untuk mendapatkan data yang lengkap, misalnya dengan cara mendatangi langsung responden dalam proses penyebaran dan pengumpulan kuesioner serta melakukan wawancara langsung dalam pengisian kuesioner sehingga jawaban responden lebih mencerminkan jawaban yang sebenarnya. Dan kemudian penelitian ini diharapkan dapat menambah jumlah sampel penelitian serta memperluas wilayah sampel peneliti, dan dapat melakukan penelitian di provinsi lain sehingga hasilnya nanti bisa di generalisasikan untuk ruang lingkup yang lebih luas.

## REFERENCES

- Ananda, P. R., Kumadji, S., & Husaimi, A. (2015). Pengaruh Sosialisai Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. (Studi pada UMKM yang terdaftar sebagai Wajib Pajak di KPP Pratama Batu). *Jurnal Perpajakan*, 6(2), 1-9.
- Anggriawan, A. E. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, Omzet Penghasilan, Umur Usaha Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah Di Kabupaten Tegal.
- Christina. (2021). *Kepatuhan Www.Pajakku.Com. Perpajakan, Apa Signifikansinya?* [https://www.pajakku.com/read/606fad3e3e01ba1922cca764/Kepatuhan Perpajakan-Apa-Signifikansinya?](https://www.pajakku.com/read/606fad3e3e01ba1922cca764/Kepatuhan%20Perpajakan-Apa-Signifikansinya?)
- Ernawati, Widi Dwi dan Bambang Purnomosidhi. (2014). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku yang Dipresepsikan dan Sunset Policy terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Niat sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*. Malang Politeknik dan Jurnal Negeri Universitas Brawijaya: Malang
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayatulloh, Hilman AKBAR. (2013) Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak dan Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Survei pada KPP Pratama Bandung Cicadas). *Skripsi Bandung: Jurusan Akuntansi-Universitas Komputer Indonesia*.

- Kamil, N. I. 2015. The effect of taxpayer awareness, knowledge, tax penalties and tax authorities services on the tax compliance : Survey on the individual taxpayer at Jabodetabek & Bandung). *Research Journal of Finance and Accounting Online*, 6(2), 104–112. <https://www.iiste.org/Journals/index.php/RJFA/articledetail/view/19180/19738>
- Mardiasmo, M. (2018). *Perpajakan Edisi Terbaru 2018*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Pohan, C. A. (2014). *Pembahasan Komprehensif Perpajakan Indonesia Teori dan Kasus*.
- Purba, Biatar Pandapotan. 2016. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Pelayanan Fiskus Sebagai Variabel Moderating Di Kantor Pelayanan Pajak Jakarta Kembangan. *Media Akuntansi Perpajakan* Vol.1 No.2
- Puspita, C,W, & Widyawati, D. (2016) Sosialisasi dan Kualitas E-Regristation Terhadap Tingkat Kesadaran Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya) *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Volume 5 no 8.
- Putra, A. F. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM: Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, dan Modernisasi Sistem. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 7(01), 1–12.
- Prastowo, Y. (2017). *Modernisasi Administrasi Perpajakan : Upaya Penyempurnaan Pelayanan Pajak (I)*. Online-Pajak.Com
- Rahayu, S. K. 2010. *Perpajakan Indonesia*. Salemba Empat.
- Siti Kurnia Rahayu. 2010. *Perpajakan Indonesia: Konsep dan Aspek Formal*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Suriambawa, A., & Setiawan, P. E. (2018). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan WPOP. *E-Jurnal Akuntansi*, 25, 2185.
- Salam, F. N. (2015) Pengaruh Sikap Wajib Pajak, Moral Wajib Pajak, dan Sistem Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Survei pada KPP Pratama Bandung Tegalega). Bandung. Universitas Widyatama.
- Sani, A., & Habibie, A. 2018. Pengaruh Moral Wajib Pajak, Sikap Wajib Pajak dan Norma Subjektif terhadap Kepatuhan Pajak melalui Pemahaman Akuntansi. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2).
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Salemba Empat: Jakarta.
- Susyanti, H, Askandar, N.H., & Mardani R. S. (2014) Pengaruh Kompeten dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai (Studi pada Dinas Pendapatan Keuangan dan Aset Daerah Kab. Jombang) *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12 (3), 505-513.
- Tommy (2021, Juli). Rasio UMKM Taat Pajak: Sejauh Apa Kesadaran Pajak di Sektor UMKM? Diambil dari: <https://www.sobatpajak.com/article/60cc0a1dcebfa843e22f1fco/Rasio%20UMKM%20Taat%20Pajak%20Sejauh%20Apa%20Kesadaran%20Pajak%20di%20Sektor%20UMKM%20>
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1).
- Winerungan, Oktaviane Lidya. 2016. Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wpop Di Kpp Manado Dan Kpp Bitung. *Jurnal EMBA*, (Online), 1 (3):960-970, (<http://download.portalgaruda.org>), diakses 20 Agustus 2015.