

**PENGARUH SOSIALISASI PAJAK DAN KESADARAN WAJIB PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI PELAKU UMKM
SUB SEKTOR MAKANAN RINGAN KABUPATEN MALANG**

Lutfia Faizah*, Maslichah, Afifudin*****
Email: lutfiafaizah00@gmail.com
Universitas Islam Malang

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine tax socialization, and taxpayer awareness, to taxpayer awareness and individual taxpayer compliance with SMEs in the snack food sub sector, Malang Regency. Determination of the sample in this study using purposive sampling technique, so that it can be determined the number of 100 respondents who meet the criteria. The analytical tool used in this research is multiple linear regression analysis. The results showed that tax socialization and awareness of taxpayers simultaneously had a significant effect on individual taxpayer compliance of snack food MSMEs in Malang district. The variables of tax socialization, and taxpayer awareness have a significant and positive effect on individual taxpayer compliance with snacks MSMEs in Malang Regency.

Keywords: *Tax Socialization, Taxpayer Awareness, Taxpayer Compliance*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu penerimaan negara yang sangat penting adalah perpajakan yang memegang peranan penting dalam kehidupan berbangsa, khususnya di Indonesia saat ini. Peran perpajakan sendiri dapat dirasakan secara langsung maupun tidak langsung dalam kehidupan sehari-hari, seperti pembangunan sarana dan prasarana umum, seperti jalan, jembatan, rumah sakit, sekolah dan fasilitas lainnya. Oleh karena itu, peran perpajakan memiliki dampak yang sangat penting bagi pembangunan nasional suatu negara (Simanjuntak & Mukhlis, 2012:9).

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang pendapatannya semakin meningkat dari tahun ke tahun dalam rangka melaksanakan pembangunan, untuk mengisi fasilitas yang ada dan mewujudkan kesejahteraan masyarakat setempat, dan diperlukan kerjasama kedua belah pihak. Penerimaan pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara. Pajak merupakan sumber pendapatan yang jelas bagi negara dan menunjukkan kerjasama pemerintah daerah dalam menghimpun dana negara. Dan Masalah perpajakan terus berlanjut karena sosialisasi dan kurangnya saran, yang berdampak pada rendahnya tingkat perpajakan, yang menyebabkan kurangnya kesadaran masyarakat akan pelaporan dan pembayaran pajak, dan kurangnya kepatuhan wajib pajak (Rohmawati et al., 2013).

Mir'atusholihah (2014) mendefinisikan kepatuhan wajib pajak sebagai kondisi wajib pajak untuk memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakan. Dalam penelitian Rustiyaningsih (2011), kepatuhan pajak diartikan sebagai kondisi wajib pajak untuk patuh dan sukarela memenuhi kewajiban perpajakannya. Kepatuhan wajib pajak merupakan aspek penting karena sistem perpajakan indonesia menganut sistem self assessment dimana wajib pajak sendiri memiliki kepercayaan diri untuk menghitung, melaporkan dan membayar kewajiban perpajakannya selama proses perpajakan. Maka di adanya kepatuhan wajib pajak orang pribadi disebabkan oleh banyak faktor, seperti kurangnya pemahaman peraturan perundang-undangan perpajakan, sistem pelayanan yang tidak sempurna, kesadaran pembayaran pajak yang lemah, dan sanksi perpajakan yang tidak efektif. Inilah sebabnya mengapa metode penghindaran pajak kemudian mengarah pada pelanggaran peraturan perundang-undangan perpajakan. Dari ketidaktaatan ini, lah yang akan diperbaiki nanti. Hal ini dapat dilakukan dengan: meningkatkan kesadaran terhadap peraturan perpajakan,

meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan kemudahan kenyamanan kepada wajib pajak, mengedukasi wajib pajak tentang pentingnya membayar pajak, dan meningkatkan sanksi perpajakan agar wajib pajak tidak melanggar hukum. peraturan yang sudah ada (Ghailina, 2018).

Arabella (2013) Kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh dua jenis faktor: internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari wajib pajak itu sendiri dan berkaitan dengan karakteristik orang pribadi yang memicu pemenuhan kewajiban perpajakan wajib pajak. Berbeda dengan faktor internal, faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar wajib pajak, seperti situasi dan lingkungan wajib pajak. Faktor lain yang harus dipatuhi oleh kepatuhan wajib pajak menurut Widagsono (2017) Pengetahuan perpajakan adalah pengetahuan yang dimiliki wajib pajak tentang tata cara perpajakan, cara menghitung pajak, cara membayar pajak, dan cara melaporkan pajak. Pengetahuan wajib pajak akan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan. Untuk mencapai tujuan tugas, utama peningkatan penerimaan pajak adalah mensosialisasikan dan memeberikan sanksi kepada wajib pajak yang patuh, sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya membayar pajak tepat waktu. Selain ada kepatuhan wajib pajak maka masyarakat harus di berikan sosialisasi Menurut Yeny & Widyaningrum, (2017) Sosialisasi Pajak bertujuan untuk meningkatkan penerimaan pajak dengan memberikan informasi perpajakan yang up-to-date kepada masyarakat, untuk menyadarkan masyarakat agar peraturan perpajakan meningkat.

Susanto (2012) Sosialisasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari upaya peningkatan jumlah wajib pajak. Kegiatan penyuluhan perpajakan ini juga berperan besar dalam keberhasilan peningkatan penerimaan pajak, kurangnya sosialisasi kepada masyarakat yang belum mengenal perpajakan oleh pemerintah mengakibatkan masyarakat sendiri tidak sadar dan tidak mengetahui apa manfaat utama perpajakan. media Konsultasi di berbagai media seperti, spanduk, dan ber bagai seminar perpajakan yang diselenggarakan oleh Dirjen Pajak diharapkan dapat membawa pesan etis tentang pentingnya perpajakan nasional, tidak hanya menambah pengetahuan wajib pajak dan membantu wajib pajak memahami undang- undang perpajakan yang baru. Hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan secara otomatis meningkatkan penerimaan pajak sesuai dengan target penerimaan yang telah ditetapkan. Seperti diutarakan Sekda, pemahaman dan pemberian pengertian perpajakan dapat dimulai dari lingkungan keluarga terdekat, diteruskan ke tetangga, kemudian melalui sosialisasi di forum-forum tertentu atau di ormas-ormas tertentu. Karena tingginya tingkat agregasi informasi publik, ini secara bertahap dapat mengubah sikap publik terhadap pajak.

Rizky dan Muhammad (2016) Sosialisasi perpajakan merupakan suatu rencana/kegiatan yang dilaksanakan oleh Administrasi Negara. untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang perpajakan serta mendukung. Terselenggaranya pelayanan perpajakan. Sosialisasi perpajakan dapat membantu meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perpajakan. Kurangnya sosialisasi akan berdampak pada kurangnya kesadaran masyarakat akan perpajakan, dan pada akhirnya menyebabkan rendahnya kesadaran masyarakat akan pelaporan dan perpajakan. Selain meningkatkan kepatuhan wajib pajak, sosialisasi perpajakan juga mempengaruhi pengetahuan wajib pajak. Pengetahuan perpajakan merupakan dampak dari sosialisasi perpajakan, dan juga dapat meningkatkan kepatuhan perpajakan. Karena kurangnya kepatuhan wajib pajak, maka kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor: Salah satu faktor yang meningkatkan kesadran wajib pajak adalah kesadaran wajib pajak. Jika wajib pajak sendiri sudah mengenal pajak, maka kesadaran wajib pajak akan meningkat. Tingkat kesadaran wajib pajak dapat tercermin dari keseriusan dan aspirasi wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku.

Danarsi (2017) Kesadaran Wajib Pajak, yaitu kesediaan Wajib Pajak untuk membayar pajak tepat waktu dan secara penuh untuk menyumbangkan dananya bagi pelaksanaan fungsi perpajakan. Menurut Manuputty & Sirait (2016) Penerapan sistem perpajakan ini membutuhkan ketelitian dan kejujuran wajib pajak, karena wajib pajak diwajibkan untuk mengisi dan menyampaikan sendiri SPT Tahunan dengan benar, lengkap dan jelas. Semakin tinggi kesadaran wajib pajak, semakin tinggi kepatuhan wajib pajak. Faizin (2016) Tingkat kesadaran pajak mencerminkan pemahaman seseorang tentang arti, peran perpajakan. Semakin tinggi pemahaman wajib pajak maka kesadaran akan pemenuhan kewajiban perpajakan semakin baik, yang dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Effendi dan Aris (2016) Kesadaran wajib pajak merupakan kondisi bagi wajib pajak untuk dapat memahami pentingnya perpajakan bagi negara sehingga wajib pajak dapat memenuhi kewajiban perpajakannya dengan itikad baik (Effendi dan Aris, 2016). Bagi wajib pajak yang sadar akan pentingnya peran perpajakan, wajib pajak akan semakin patuh terhadap peraturan perpajakan. Tingkat kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kesadaran wajib pajak. Kesadaran perpajakan dan keseriusan wajib pajak dalam menyatakan kewajiban perpajakan dapat mencerminkan tingkat kesadaran wajib pajak terhadap perpajakan. Peningkatan pengetahuan perpajakan masyarakat melalui pendidikan akan berdampak positif terhadap kesadaran wajib pajak (Alifa, 2012).

Suhendra (2010) Jika wajib pajak memiliki pemahaman yang baik tentang pajak itu sendiri, maka kesadaran wajib pajak akan meningkat. Dengan menerapkan self assessment system akan mengubah kesadaran masyarakat untuk membayar pajak secara sukarela tanpa ada paksaan dari fiskus. Indriyani (2014) menjelaskan bahwa kesadaran pajak yang tinggi mempengaruhi kepatuhan pelaporan wajib pajak. Utami dan Cardinal (2013) menyajikan temuan berbeda dimana kesadaran tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh anwar & Syafiqurrahman (2016) menggunakan Variabel independen pada penelitian ini adalah sosialisasi perpajakan, sedangkan kepatuhan perpajakan sebagai variabel dependen. Pengetahuan perpajakan adalah variabel yang memediasi sosialisasi perpajakan dan kepatuhan perpajakan, variabel ini menjadi penghubung antara sosialisasi perpajakan dan kepatuhan perpajakan.

Menurut penelitian yang dilakukan Kahono (2003) juga menyatakan bahwa sikap Wajib Pajak terhadap pelayanan fiskus mempunyai pengaruh positif, dari uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa sikap Wajib Pajak dalam memandang mutu pelayanan petugas pajak diduga akan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak di dalam membayar pajak.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian tentang pengaruh sosialisasi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan perpajakan dengan menjadikan pengetahuan perpajakan sebagai intervening pengaruh tersebut sangat penting untuk dianalisis. Hal tersebut menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Sosialisasi Pajak Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku Umkm Sub Sektor Makanan Ringan Di Kabupaten Malang”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM sub sektor makanan ringan kabupaten Malang

Tujuan Penelitian

Dari uraian rumusan masalah tersebut, ditentukan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM sub sektor makanan ringan kabupaten Malang

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Definisi Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak menurut Nurmantu (2013) ialah kepatuhan perpajakan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan melaksanakan hak perpajakannya. Menurut Muliari dan Setiawan (2011) kepatuhan pajak sebagai suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya, maka konteks kepatuhan dalam penelitian ini mengandung arti bahwa Wajib Pajak berusaha untuk mematuhi peraturan hukum perpajakan yang berlaku, baik memenuhi kewajiban ataupun melaksanakan hak perpajakannya. Wajib pajak yang patuh adalah wajib pajak yang taat dan memenuhi serta melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

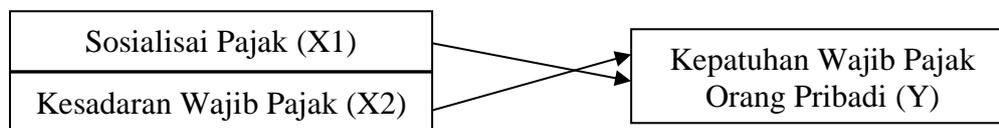
Sosialisasi Pajak

Sosialisasi merupakan suatu upaya yang dilakukan Dirjen Pajak melalui berbagai metode untuk memberikan informasi terkait segala peraturan dan kegiatan yang berhubungan dengan perpajakan agar dapat dilaksanakan oleh masyarakat pada umumnya khususnya wajib pajak, baik orang pribadi maupun badan usaha (Faizin, 2016). Adanya sosialisasi perpajakan akan meningkatkan kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak serta mematuhi peraturan perpajakan. Sosialisasi ini masyarakat menjadi mengerti dan paham tentang manfaat membayar pajak serta sanksi jika tidak membayar pajak. Demikian sosialisasi perpajakan ini dapat berpengaruh untuk menambah jumlah wajib pajak dan dapat menimbulkan kepatuhan dari wajib pajak sehingga secara otomatis tingkat kepatuhan wajib pajak akan semakin bertambah juga penerimaan pajak negara akan meningkat (Winerungan, 2013).

Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak merupakan kondisi wajib pajak, dimana wajib pajak secara sadar penuh bahwa membayar pajak secara tepat waktu dan sukarela merupakan kewajiban wajib pajak (Suhartini, 2012). Sedangkan menurut (Utami, 2011) kesadaran wajib pajak adalah sikap wajib pajak bagaimana seharusnya wajib pajak bertindak sesuai dengan peraturan pajak tanpa ada paksaan. Jadi dapat disimpulkan kesadaran wajib pajak merupakan sikap wajib dalam menjalankan kewajiban perpajakannya tidak ada paksaan dengan kesadarannya sendiri bahwa membayar pajak merupakan kewajiban.

Kerangka konseptual



H.1 : Sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

H.1a : Sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak.

H.1b : Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan metode deskriptif kuantitatif, yaitu menggambarkan data yang diperoleh dan menganalisis data yang ada secara kuantitatif (statistik). Penelitian deskriptif meliputi sosialisasi pajak, kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik angket, yaitu menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner) yang akan diisi atau dijawab oleh responden pada UMKM kabupaten Malang Kuesioner terdiri dari dua bagian, bagian pertama berisi sejumlah pertanyaan umum mengenai data demografi responden, sedangkan bagian kedua berisi sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan sosialisasi pajak, kesadaran wajib pajak, dan kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Koperasi usaha mikro kabupaten

Malang di Ngadiluwih, Nedungpedaringan, kec Kepanjen Kabupaten Malang

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang usahanya terdaftar di dinas koperasi usaha mikro kabupaten Malang. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah wajib pajak UMKM makanan ringan yang beroperasi dengan dinas koperasi usaha mikro di Kabupaten Malang. Sedangkan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan rumus *purposive sampling*. Rumus *purposive sampling* adalah rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel minimal pada suatu penelitian yang mengestimasi proporsi. Adapun rumus Slovin dinyatakan sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Persentase tingkat kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolelir (10%)

Definisi Operasional Variabel

Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Rahayu (2017:194) dalam bukunya yang berjudul Perpajakan (Konsep dan Aspek Formal), mendefinisikan bahwa : “Kepatuhan perpajakan adalah tindakan Wajib Pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara.”. Indikator kepatuhan wajib pajak yang ada dalam kuesioner ini mengadopsi dari penelitian Ilaiyyah (2019).

Variabel kepatuhan wajib pajak memiliki empat item pertanyaan, yaitu:

1. Saya menyampaikan SPT tepat pada waktunya
2. Saya mengisi formulir SPT dengan benar
3. Saya mengisi formulir SPT dengan lengkap
4. Saya mengisi formulir SPT dengan jelas

Sosialisasi Pajak (X1)

Sosialisasi pajak adalah suatu upaya dari Direktorat Jendral Pajak untuk memberikan pengertian informasi dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan Wajib Pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan (Puspitarini 2013).

Variabel Sosialisasi Pajak memiliki lima item pertanyaan yaitu :

1. Saya sering mengikuti acara sosialisasi pajak, seperti seminar, kursus, dan pelatihan
2. Saya sering melihat sosialisasi pajak melalui spanduk, media cetak, iklan, dan media lainnya
3. Sosialisasi pajak memberitahu saya atas informasi atau peraturan pajak yang baru.
4. Sosialisasi Pajak mengingatkan saya akan kewajiban perpajakan.
5. Semakin banyak sosialisasi pajak membuat saya semakin mudah dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Kesadaran Wajib Pajak (X2)

Kesadaran Wajib Pajak merupakan pemahaman wajib pajak mengenai kewajiban wajib pajak untuk membayar pajak secara tepat waktu sebagai wujud gotong royong, guna dalam kepentingan pemerintah dan pembangunan nasional (Fadhilah, 2018). Variabel Kesadaran Wajib Pajak memiliki lima item pertanyaan yaitu :

1. Mengetahui adanya UU dan ketentuan perpajakan
2. Mengetahui fungsi pajak untuk pembiayaan negara.
3. Memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
4. Menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan sukarela

5. Saya secara sadar menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan benar

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Malang dalam penelitian ini wajib pajak orang pribadi UMKM Makanan Ringan yang merek produknya sudah terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Malang. Wajib pajak orang pribadi UMKM Makanan Ringan yang terdaftar pada Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Malang berjumlah 200 UMKM

Berdasarkan penelitian diatas maka penelitian ini menggunakan 100 responden. Penyebaran kuisisioner dilakukan terhadap wajib pajak orang pribadi UMKM Makanan Ringan. Penyebaran kuisisioner tersebut dilakukan mulai bulan juli sampai dengan selesai Adapun penyebaran kuisisioner diuraikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Rincian Penyebaran Kuisisioner

No	Keterangan	Jumlah
1.	Kuisisioner yang disebarkan	200
2.	Kuisisioner yang kembali	150
3.	Kuisisioner yang tidak kembali	50
4.	Kuisisioner tidak sesuai kriteria	50
5.	Kuisisioner yang diolah	100

Sumber : Olah data 2022

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

PENDAPATAN PER BULAN	JUMLAH
Sampai dengan 500.000	2
>500.000.sampai dengan 1.000.000,-	5
>1.000.000,- sampai dengan 1.500.000,-	10
>1.500.000,- sampai dengan 2.000.000,-	15
>2.000.000,- sampai dengan 2.500.000,-	25
2.500.000.ke atas	43
JUMLAH	100

Sumber : Data diolah 2022

Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SOSIALISASI PAJAK	100	2	5	4.29	0.599
KESADARAN WAJIB PAJAK	100	2	5	4.33	0.581
KEPATUHAN WAJIB PAJAK	100	2	5	4.27	0.623
Valid N (listwise)	100				

Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Ket
Sosialisasi pajak	X1.1	0,519	0,197	Valid
	X1.2	0,491	0,197	Valid
	X1.3	0,657	0,197	Valid
	X1.4	0,591	0,197	Valid
	X1.5	0,646	0,197	Valid
Kesadaran wajib pajak	X2.1	0,642	0,197	Valid
	X2.2	0,545	0,197	Valid
	X2.3	0,608	0,197	Valid

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Ket
	X2.4	0,670	0,197	Valid
	X2.5	0,661	0,197	Valid
Kepatuhan wajib pajak	Y1	0,650	0,197	Valid
	Y2	0,497	0,197	Valid
	Y3	0,453	0,197	Valid
	Y4	0,723	0,197	Valid
	Y5	0,706	0,197	Valid

Sumber : Data Output SPSS, diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.6 dapat ditarik kesimpulan jika *sig.value* <0,05 keseluruhan pernyataan indikator terindikasi valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Sosialisasi Pajak (X1)	0,501	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	0,604	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y1)	0,572	Reliabel

Sumber : Data di Olah 2022

Berdasarkan pada tabel 4.7 diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa koefisien *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel >0,60 yang berarti bahwa jawaban dari setiap pernyataan adalah reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

	Kepatuhan Wajib pajak (Y)	Sosialisasi pajak (X1)	Kesadaran wajib Pajak (X2)
N	100	100	100
Normal Mean	.0000000	.0000000	.0000000
Parameters ^{a,b} Std. Deviation	1.77700696	3.68233380	1.46070509
Most Extreme Absolute	.083	.060	.139
Differences Positive	.046	.048	.098
	Negative	-.083	-.060
Test Statistic	.083	1.231	1.216
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^c	.097 ^c	.104 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 22

Berdasarkan pada tabel 4.8 diperoleh informasi bahwa nilai kolmogorov-smirnov untuk variabel dependen, yaitu kepatuhan wajib pajak sebesar 0,083 dan Asymp.Sig sebesar 0,200. Nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen (Y) kepatuhan wajib pajak telah memenuhi asumsi normalitas atau data terdistribusi normal. Variabel Sosialisasi Pajak (X1) memiliki nilai kolmogorov-smirnov sebesar 1,231 dan Asymp.Sig sebesar 0,097. Nilai signifikansi 0,097 lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (X1) yakni Sosialisasi Pajak telah memenuhi asumsi normalitas atau data terdistribusi normal. Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X2) memiliki nilai kolmogorov-smirnov sebesar 1,216 dan Asymp.Sig sebesar 0,104. Nilai signifikansi 0,104 lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel sosialisasi pajak (X2) telah memenuhi asumsi normalitas atau data terdistribusi normal. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa

variabel kepatuhan wajib pajak (Y), sosialisasi pajak (X1), dan Kesadaran wajib pajak (X2), terdistribusi normal dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Sosialisasi Pajak (X1)	0,913	1,095	Non Multikolinieritas
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	0,913	1,095	Non Multikolinieritas

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji multikolinearitas dapat dilihat bahwa pada variabel Sosialisasi Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak nilai *tolerance* >0,10 dan nilai *VIF* <10 yang artinya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.857	3.146		1.226	.223
	SOSIALISASI PAJAK	-.259	.125	-.215	-2.066	.041
	KESADARAN WAJIB PAJAK	.049	.120	.043	.411	.682

a. Dependent Variable: LN_RES

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji heteroskedastisitas melalui uji *Park* dapat dilihat bahwa pada variabel X1, X2, >0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.586	2.268		2.022	.046
	SOSIALISASI PAJAK	.468	.090	.439	5.186	.000
	KESADARAN WAJIB PAJAK	.311	.087	.305	3.599	.001

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 22

$$= a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 4,586 + 0,468X_1 \text{ (sig.0,000)} + 0,311X_2 \text{ (sig.0.001)} + e$$

Uji Hipotesis

1. Uji Simultan signifikan (Uji F)

Tabel 4.13 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	122.997	2	61.498	27.835	.000 ^b
	Residual	214.313	97	2.209		
	Total	337.310	99			

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK

b. Predictors: (Constant), KESADARAN WAJIB PAJAK, SOSIALISASI PAJAK

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui nilai statistik uji f sebesar 27,835 dengan nilai signifikan F sebesar 0,000, karena nilai signifikan F lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka H1 diterima dan H₀ ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak berpengaruh secara simultan terhadap variable dependen (kesadaran wajib pajak)

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.604a	.365	.352	1.486	

a. Predictors: (Constant), KESADARAN WAJIB PAJAK, SOSIALISASI PAJAK

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 22

Dari output diatas, didapatkan nilai Adjust R Square sebesar 0,352 yang artinya pengaruh sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 35,2%. Sedangkan sisanya 64,8%. Di jelaskan oleh variable- variable lain di luar metode penelitian.

3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.586	2.268		2.022	.046
	SOSIALISASI PAJAK	.468	.090	.439	5.186	.000
	KESADARAN WAJIB PAJAK	.311	.087	.305	3.599	.001

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 22

Berdasarkan pada tabel 4.15 diperoleh hasil uji statistik parsial (uji t) sebagai berikut :

1. Sosialisasi Pajak (X1)

Sosialisasi Pajak memiliki nilai statistik uji t sebesar 5.186 dengan nilai signifikan t sebesar 0,000 Nilai signifikan t lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. pengujian ini menunjukkan bahwa H1a diterima dan Ho ditolak, sehingga dapat di simpulkan bahwa variable (X1) Sosialisasi Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap variable (Y) Kepatuhan Wajib Pajak. Artinya semakin tinggi tingkat sosialisasi maka pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sebaliknya apabila semakin rendah sosialisasi pajak akan semakin rendah pula kepatuhan wajib pajak, karena sosialisasi pajak

memberikan pengetahuan masyarakat tentang adanya pajak, semakin banyak sosialisasi pajak akan membuat masyarakat semakin mudah dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Dan sosialisasi pajak dapat mengingatkan masyarakat akan kewajiban perpajakan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu seperti Anwar & Syfiquzman (2020) yang menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

2. Kesadaran Wajib Pajak

Memiliki nilai statistik uji t sebesar 3,599 dengan nilai signifikan t sebesar 0,001 Nilai signifikan t lebih besar dari $\alpha = 0,05$ pengujian ini menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable (X2) Kepatuhan Wajib Pajak) berpengaruh positif signifikan terhadap variable (Y) Kepatuhan Wajib Pajak. Artinya semakin tinggi kesadaran wajib pajak maka pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sebaliknya apabila semakin rendah Kesadaran wajib pajak akan semakin rendah pula kepatuhan wajib pajak, semakin tahu adanya undang-undang maka masyarakat sadar bahwa adanya kesadaran wajib pajak dan memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dan wajib menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan sukarela.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu seperti Nugroho (2020) yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak

Simpulan

1. Hasil dari penelitian ini secara simultan dimana dua variabel independen yakni sosialisasi pajak, dan kesadaran wajib pajak mempengaruhi secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM makanan ringan.
2. Variabel Sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM Makanan Ringan.
3. Variabel Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM Makanan Ringan

Keterbatasan

1. Keterbatasan waktu dan tempat hanya di Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Malang sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisir untuk mewakili Dinas Koperasi se Malang raya. Selain itu sampel yang digunakan juga hanya 100 responden.
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel Sosialisasi pajak, Kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak.
3. Data penelitian dari responden yang disampaikan secara tertulis melalui google form dengan bentuk instrumen kuesioner mungkin mempengaruhi validitas hasil. Menurut Sukardi (2012) kekurangan metode kuesioner ialah peneliti tidak dapat melihat reaksi responden ketika memberikan informasi melalui isian kuisisioner dan responden bisa saja memberikan jawaban asal-asalan. Persepsi responden belum tentu mencerminkan keadaan yang sebenarnya.

Kesimpulan

1. Memperluas lokasi pengambilan sampel tidak hanya di Dinas Koperasi Kabupaten Malang saja, seperti halnya mengambil objek penelitian pada Dinas Koperasi Se Malang raya, sehingga bisa mengetahui hasil secara luas, tidak hanya lingkup kecil saja.
2. Untuk penelitian selanjutnya, dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, kepatuhan wajib pajak, misalnya seperti

variabel peraturan perpajakan, variabel pengetahuan perpajakan, variabel pelayanan fiskus, dan lain sebagainya.

3. Memperluas lokasi pengambilan sampel tidak hanya di Dinas Koperasi Kabupaten Malang saja, seperti halnya mengambil objek penelitian pada Dinas Koperasi Se Malang raya, sehingga bisa mengetahui hasil secara luas, tidak hanya lingkup kecil saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R. A., & Syafiqurrahman, M. (2016). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Perpajakan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Surakarta Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Pemeditasi. *InFestasi*, 12(1), 66. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v12i1.1801>
- Burhan, Hana, P. (2015). Perpajakan, Persepsi Wajib Pajak Tentang Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris pada Wajib Pajak di Kabupaten Banjarnegara). *Skripsi FE Undip*, 65.
- Darmawati, D., & Oktaviani, A. A. (2018). Pengaruh Penerapan Akuntansi UMKM Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM e-Commerce. *Seminar Nasional Cendekiawan*, 4, 919–925.
- Ermawati, N. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Nanik Ermawati Jurusan Akuntansi Universitas Muria Kudus*. 2018, 106–122.
- Fadhilah. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Perpajakan Dan Kepatuhan Wajib Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Medan Timur. *Skripsi In Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Fitriyani, D., Prasetyo, E., Yustien, R., & Hizazi, A. (2014). *Pengaruh Gender, Latar Belakang Pekerjaan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. *InFestasi*, 10(2), 115–122.
- (Hendri, 2016) Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Perpajakan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Surakarta Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Pemeditasi. *InFestasi*, 12(1), 66. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v12i1.1801>
- Hendri, N. (2016). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Pada Ukm Di Kota Metro. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, 12(1), 1–15. <https://doi.org/10.24127/akuisisi.v12i1.88>
- (Liza et al., 2019)Liza, S. N., Andreas, & Savitri, E. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Tentang Peraturan Perpajakan, Sosialisasi Pajak, Kondisi Keuangan Dan Efektivitas Sistem Perpajakan Terhadap Kemauan Membayar Pajak Badan Dengan Kesadaran Membayar Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 7(2), 208–223.
- Nabila, S., & Rahmawati, M. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 1–17.
- Liza, S. N., Andreas, & Savitri, E. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Tentang Peraturan Perpajakan, Sosialisasi Pajak, Kondisi Keuangan Dan Efektivitas Sistem Perpajakan Terhadap Kemauan Membayar Pajak Badan Dengan Kesadaran Membayar Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 7(2), 208–223.
- (Qomariah et al., 2019)Putri, N. eka, & Nurhasanah. (2019). Sosialisasi Pajak, Tingkat Pendidikan dan Sanksi Pajak Terkait dengan Kepatuhan Wajib Pajak UKM (Studi Kasus: Pengusaha UKM Kecamatan Manggar Belitung Timur). *Jurnal STEI Ekonomi*, 28(02), 213–232. <https://www.ejournal.stei.ac.id/index.php/JEMI/article/view/252>

- Suhendri, D. (2015). Pengaruh Pengetahuan, Tarif Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas di Kota Padang (Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Padang). *Publikasi Ilmiah Universitas Negeri Padang*, 3(1), 1–20.
- Siamena, E., Sabijono, H., & Warongan, J. D. . (2017). Pengaruh Sanksi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Manado. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2), 917–927. <https://doi.org/10.32400/gc.12.2.18367.2017>
- Zulma, G. W. M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 288. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.170>

*) **Lutfia Faizah** adalah Alumni Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

***) **Maslichah** adalah Dosen Tetap Universitas Islam Malang

****) **Afifudin** adalah Dosen Tetap Universitas Islam Malang