

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak: Studi pada Pelaku UMKM yang Bergerak di Bidang *Coffee Shop*

Alissa Miranda^{1*}, Mia Angelina Setiawan²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang, Padang

*Korespondensi: mirandayurzela@gmail.com

Tanggal Masuk:

21 Agustus 2024

Tanggal Revisi:

16 Januari 2025

Tanggal Diterima:

25 Agustus 2025

Keywords: *Tax*

Socialization; Tax

Understanding; Compliance

How to cite (APA 6th style)

Miranda, Alissa & Setiawan, M. A. (2025). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak: Studi pada Pelaku UMKM yang Bergerak di Bidang Coffee Shop. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 7 (3), 1329-1341.

Abstract

This study aims to examine the influence of tax socialization and tax understanding on the compliance of Micro Small and Medium Sized Enterprise taxpayers engaged in the coffee shop sector. The population in this study is Micro Small and Medium Sized Enterprise taxpayers who own coffee shops in Pekanbaru City. Data was collected by providing questionnaires through google forms to the respondents concerned. The data analysis technique used is multiple linear regression with the help of SPSS Ver 27. The results of the study show that Tax Socialization has a positive effect on the Tax Compliance of Micro Small and Medium Sized Enterprise Taxpayers engaged in the Coffee Shop sector and Tax Understanding has a positive effect on the Tax Compliance of Micro Small and Medium Sized Enterprise Taxpayers engaged in the Coffee Shop sector.

DOI:

<https://doi.org/10.24036/jea.v7i3.2182>



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang, sehingga membuat pemerintah gencar dalam membangun dan mengembangkan infrastruktur serta fasilitas di berbagai sektor. Dikembangkannya infrastruktur yang dibutuhkan rakyat membuat munculnya hubungan timbal balik berupa terbukanya potensi negara. Infrastruktur berkelanjutan merupakan kunci utama dalam membuka setiap potensi dari berbagai sektor untuk pertumbuhan negara terutama pertumbuhan di bidang ekonomi. Pemenuhan kewajiban untuk memberikan solusi terkait masalah – masalah yang ada pada negara serta mengembangkan berbagai macam potensi dari berbagai sektor, selain sumber daya manusia dan juga potensi alam yang dimiliki Negara, dibutuhkan dana yang tidak sedikit untuk mewujudkan kewajiban tersebut. Oleh karena itu, pendapatan negara merupakan solusi efektif untuk mewujudkan Indonesia menjadi negara yang lebih maju kedepannya (Mawaddah, 2023).

Penerimaan pajak dimaksimalkan dengan sistem self- assessment, selain berusaha meningkatkan jumlah Wajib Pajak aktif, maka pemerintah juga harus berupaya agar

pembayar pajak semakin sadar bahwa peranan membayar pajak sangat penting bagi tercapainya pembangunan nasional. Untuk meningkatkan kesadaran membayar pajak ini, pemerintah melakukan beberapa kegiatan sosialisasi perpajakan dengan tujuan memberikan pemahaman bagi masyarakat mengenai perpajakan di Indonesia (Herryanto & Toly, 2013). Saragih (2013) berpendapat bahwa sosialisasi pajak merupakan suatu upaya dari Dirjen Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan penyuluhan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan peraturan perpajakan dan undang-undangnya. Dengan adanya sosialisasi pajak maka akan semakin meningkat kepatuhan wajib pajak.

Kurangnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak di Indonesia dipicu oleh berbagai hal. Antara lain kurangnya pemahaman tentang perpajakan dan adanya anggapan bahwa dengan membayar pajak merupakan suatu kerugian. Masyarakat menganggap bahwa dengan membayar pajak berarti pendapatan berkurang. (Samrotun, 2018)

Fakta menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pajak di Indonesia saat ini masih tergolong rendah (Yuliyanti & Waluyo, 2018). Hal ini dapat diamati dari dua aspek. Pertama, tingkat kepatuhan formal atau pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) yang belum mencapai angka 100%. Rata-rata tingkat kepatuhan formal di Indonesia dari tahun 2017-2022 baru mencapai 77.8%.

Berdasarkan paparan dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang dikutip dari laman berita www.mib.group, rasio kepatuhan formal Wajib Pajak (WP) ditetapkan menyentuh angka 80%. Rasio kepatuhan yang menunjukkan pemenuhan kewajiban pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan milik WP untuk tahun pajak 2023 ditargetkan menyentuh angka 83,22% ditahun 2024. Hingga tanggal 31 Maret 2024, diketahui bahwa rasio kepatuhan formal tercapai sebesar 81% sehingga sejauh ini dianggap cukup baik. Meskipun dinilai cukup baik, namun pihak DJP akan terus mendorong berbagai cara agar target kepatuhan tersebut tercapai.

Hal ini juga dialami untuk wilayah Riau, Kantor Wilayah (Kanwil) Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Riau mencatat berhasil mengumpulkan, penerimaan pajak netto sebesar Rp21,77 triliun atau sebesar 124,35 persen dari total target penerimaan yang telah ditetapkan sebesar Rp17,5 triliun pada tahun 2022. jika dibandingkan tahun sebelumnya, pada tahun 2022 secara keseluruhan Kanwil DJP Riau mengalami pertumbuhan sebesar 28,58 persen. Dari sisi penerimaan SPT Tahunan, Kanwil DJP Riau berhasil mengumpulkan 372.019 SPT atau sebesar 94,21 persen dari target 493.707 SPT untuk tahun 2022 sehingga kepatuhan penyampaian SPT Tahunan menjadi salah satu fokus Kanwil DJP Riau untuk tahun 2023 (Lusiana, 2023). Berdasarkan informasi diatas, dapat diketahui bahwa meskipun target penerimaan pajak tercapai, kepatuhan wajib pajak masih perlu ditingkatkan dilihat dari penyampaian SPT tahunan yang belum mencapai target.

Indonesia sebagai salah satu negara berkembang dengan populasi mencapai 270 juta pada tahun 2020 dan memiliki Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini yang tercatat lebih dari 65 juta yang tersebar di Indonesia. Jumlah nya terus meningkat dari tahun 2016 tercatat 61,7 juta, 2017 tercatat 62,9 juta, 2018 tercatat 64,2 juta dan diprediksi bahwa tahun 2019, 2020, hingga 2021 jumlahnya akan terus meningkat (Maili, 2022).

Kondisi yang ada saat ini adalah banyaknya pelaku UMKM yang belum melaporkan kegiatan dan penghasilannya. Menurut data Kementerian Keuangan, rasio kepatuhan formal Wajib Pajak Non Karyawan ditahun 2021 hanya sebesar 45,53%. Angka ini lebih rendah jika dibandingkan tahun 2020 yang sebesar 52,44%. Hal ini menunjukkan tingkat kepatuhan Wajib Pajak Non Karyawan Semakin rendah (Ortax, 2023).

Statistik terkait pemenuhan kewajiban pajak pelaku UMKM menunjukkan kontribusinya yang masih cenderung rendah. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Pajak (DJP) pada 2020, jumlah wajib pajak UMKM hanya berkisar 2,31 juta dari total 64,2 juta

UMKM di Indonesia. Secara keseluruhan, tingkat kepatuhan pajak UMKM masih jauh dari optimal dengan estimasi dikisaran 15% (World Bank, 2021).

Di Pekanbaru sendiri berdasarkan data dari KPP Pratama Tampan, Wajib Pajak yang melakukan setoran UMKM cenderung mengalami penurunan dalam 5 tahun terakhir.

Berdasarkan pemaparan ketua UMKM Naik Kelas Raden Tedy dalam berita yang dilansir dari Redaksi DDTCNews, pada prinsipnya pelaku UMKM sudah memiliki kesadaran tentang pentingnya memenuhi kewajiban perpajakannya. Mereka tau bahwa secara hukum ada kewajiban pajak yang perlu dijalankan apabila omzet usahanya sudah mencapai besaran tertentu. Hanya saja mayoritas dari pelaku UMKM tidak tahu menahu tentang tata cara pelaporan dan penyetoran pajaknya. Dari pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa pelaku usaha UMKM sudah ada kemauan untuk menyetor dan melapor pajaknya, hanya saja terkendala pemahaman dibidang perpajakan yang membuat mereka masuk kategori tidak patuh pajak karena tidak memenuhi kewajiban perpajakannya. Beliau menambahkan jika UMKM diajarkan laporan keuangan, tentu UMKM berapa yang harus mereka setorkan ke kas negara karena selama ini mereka tidak tahu cara menghitungnya.

Salah satu sektor UMKM yang sedang berkembang pesat adalah usaha *Coffee Shop*. *Coffee Shop* merupakan suatu ide baru fasilitas kota yang bertujuan sebagai pelarian masyarakat untuk melepaskan penat dan mencari rasa nyaman dengan bersantai di sebuah warung “kopi” (Friorita, 2016). Di Pekanbaru sendiri *coffee shop* meningkat pesat. Di tahun 2023, terdapat lebih dari 200 jumlah *Outlet coffee shop* yang ada di Pekanbaru. Peningkatan konsumsi kopi di Pekanbaru ini disebabkan salah satunya oleh gaya hidup masyarakat yang telah menjadikan minuman olahan kopi sebagai kegiatan sehari-hari dalam kebutuhan hidupnya (Yudha, 2023).

Mengutip dari laman berita online www.goodnewsfromindonesia.id, *coffee shop* semakin bertambah banyak akhir-akhir ini, itu karena *coffee shop* memiliki prospek bisnis yang baik. Statista menyebutkan nilai penjualan (*sales value*) kafe dan bar di Indonesia meningkat dari 1,36 miliar dollars AS pada tahun 2021 menjadi 1,89 miliar dollar AS pada tahun 2022. Pada tahun 2026, nilai ini diprediksi akan meningkat hingga 3,77 miliar dollar AS.

Pemilik *coffee shop* berupa orang pribadi atau badan non pegawai dikenai pajak bersifat final yang dasar pengenaannya yaitu omzet perbulan tanpa memperhatikan apakah usaha kedai kopi tersebut rugi atau untung. Dengan syarat penghasilan dengan peredaran bruto tidak lebih dari 4.800.000.000 setahun. Hal ini sesuai dengan Peraturan Pemerintah No 55 Tahun 2022 Tentang Pengaturan Di Bidang Pajak Penghasilan yang menggantikan peraturan sebelumnya yaitu PP 23 Tahun 2018. Kategori tersebut masuk kedalam subjek pajak UMKM.

Penelitian yang dilakukan Mawaddah (2023) dan Maqsudi, *et al* (2021) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Hasil ini tentu dapat menjelaskan bahwa semakin gencar kegiatan sosialisasi perpajakan yang dilaksanakan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Namun berbeda dengan Indriyani (2020) dan Irwansyah (2021) hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dengan meningkatnya pemahaman peraturan pajak akan membantu meningkatnya kepatuhan wajib pajak. Oladipupo & Obazee (2016) dan Zakia, *et al* (2022) telah melakukan penelitian dimana menunjukkan bahwa pemahaman terhadap aturan perpajakan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan (Ningsih, 2019) dan (Mawaddah, 2023) yang menghasilkan bahwa pemahaman peraturan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori Atribusi

Teori atribusi pertama kali ditemukan oleh Heider pada tahun 1958. Teori atribusi mengasumsikan bahwa orang mencoba untuk menentukan mengapa orang melakukan apa yang mereka lakukan. Terdapat tiga tahap yang mendasari proses suatu atribusi menurut Heider (1958) yaitu Seseorang harus melihat atau mengamati suatu perilaku, seseorang harus percaya bahwa perilaku itu sengaja dilakukan dan seseorang harus menentukan apakah mereka percaya bahwa orang lain dipaksa untuk melakukan perilaku tersebut atau tidak.

Teori atribusi mengatakan bahwa seseorang dapat menentukan perilaku dirinya berasal dari internal maupun eksternal apabila mereka mampu memperhatikan perilaku individu lain yang mereka temui (Robbins & Judge, 2017). Sikap wajib pajak sangat memiliki hubungan dengan kepatuhan wajib pajak pada saat memberikan penilaian terhadap pajak. Kondisi internal maupun eksternal dapat memberikan pengaruh penilaian seseorang terhadap orang lain, oleh karena itu teori ini dapat menjelaskan tujuan tersebut. Akhirnya suatu perilaku dari dalam diri individu merupakan sifat yang dipercaya dapat dikendalikan oleh pribadi individu tersebut, sedangkan perilaku yang lahir dari eksternal individu yaitu perilaku yang dipengaruhi dari luar individu, maksudnya individu secara terpaksa berperilaku karena keadaan yang memaksa.

Dalam teori atribusi dijelaskan bahwa pihak internal maupun pihak eksternal berperan aktif dalam melaksanakan kepatuhan wajib pajak. Perilaku-perilaku yang termasuk dalam internal yaitu keinginan dan kemauan untuk berpikir maju, sehingga individu-individu jelas akan melaksanakan kepatuhan wajib pajak dan juga akan mendapatkan manfaat ataupun timbal balik di masa yang akan datang. Pihak eksternal juga mampu memberi contoh, atau mendorong maupun memberi dukungan terhadap pihak internal sehingga mewujudkan satu tujuan yang sama dalam hal kepatuhan wajib pajak. Menurut Tambun (2016) wajib pajak yang taat dan memenuhi serta melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara merupakan wajib pajak yang patuh.

Pajak

Menurut Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Nomor 16 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 1, "Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bago sebesar-besarnya kemakmuran rakyat."

Salah satu dari jenis pajak yakni Pajak Penghasilan (PPH). Menurut Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 pajak penghasilan ini dikenakan untuk setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan. kepada orang pribadi maupun badan atas penghasilan yang diperoleh dalam satu tahun pajak. Penghasilan yang diterima oleh Wajib Pajak dapat bersifat final dan tidak final. Pajak final dikenakan pada penghasilan usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak dengan peredaran bruto tertentu.

Kepatuhan Pajak

Mardiasmo (2013) mengemukakan jika kepatuhan wajib pajak merupakan kondisi dimana wajib pajak harus memenuhi kepatuhan seluruh kewajiban perpajakan serta melakukan hak perpajakannya. Kepatuhan dapat pula diartikan sebagai ketaatan atau berdisiplin atas kewajiban pajak yang melekat pada diri seorang wajib pajak untuk mau membayar pajak terutang dan atau mendaftarkan diri menjadi wajib pajak (Hasanah, 2016).

Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03/2007, bahwa kriteria kepatuhan wajib pajak adalah:

1. Tepat waktu dalam menyampaikan SPT.
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak.
3. Laporan keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau Lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat wajar tanpa pengecualian selama 3 (tiga) tahun berturut-turut.
4. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM Usaha kecil termasuk usaha mikro adalah entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000. Sementara itu usaha menengah merupakan entitas milik Warga Negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp200.000.000 s.d Rp10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

Sosialisasi Perpajakan

Menurut (Megantara et al., 2017) sosialisasi yang dilakukan Direktorat Jenderal Pajak untuk mensosialisasikan aturan dan tata cara memenuhi kewajiban perpajakan menggunakan cara dan/atau metode yang baik dan tepat dengan tujuan memberikan pengetahuan kepada masyarakat, khususnya wajib pajak agar dapat mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan dengan baik.

Terdapat banyak metode tepat yang dapat diaplikasikan dalam sosialisasi perpajakan, Menurut Sari (2015:51) yakni: Publikasi, Kegiatan Institusi, Pemberitaan, Keterlibatan Komunitas dan Pencatuman identitas.

Pemahaman Pajak

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pemahaman berasal dari kata paham yang berarti pengetahuan, pendapat, pikiran, aliran, haluan, pandangan, mengerti benar (akan), tahu benar (akan), pandai dan mengerti benar (tentang suatu hal). Pemahaman peraturan wajib pajak menurut Resmi (2019), sebuah proses wajib pajak mengetahui dan memahami tentang peraturan perundang-undangan dan tata cara perpajakan, kemudian mengaplikasikan pengetahuan tersebut untuk membayar pajak.

Pemahaman peraturan pajak yang dimaksud adalah mengerti dan paham tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan yaitu bagaimana cara menyampaikan SPT, melakukan pembayaran, tempat pembayaran, denda dan batas waktu pelaporan SPT atau pembayaran. Indonesia menganut system self assessment, maka wajib pajak dipercaya untuk menghitung, membayar dan melaporkan sendiri besar pajak yang terutang. Kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

Hubungan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak

Agar kepatuhan wajib pajak dapat tercapai maksimal dan masyarakat sebagai wajib pajak dapat memenuhi kewajiban perpajakannya, maka wajib pajak tentu harus memahami tentang aturan perpajakan. Oleh karena itu, diperlukan adanya tindakan kepada masyarakat agar dapat mengetahui dan lebih memahami mengenai perpajakan yaitu melalui sosialisasi.

Dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor : SE - 98/PJ/2011, Penyuluhan perpajakan merupakan suatu upaya dan proses memberikan informasi perpajakan untuk menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat, dunia usaha, aparat, serta lembaga pemerintah maupun non pemerintah agar terdorong untuk paham, sadar, peduli dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Menurut Winerungan (2013) bahwa dengan kurang intensifnya sosialisasi yang diberikan akan berdampak pada rendahnya pengetahuan dan pemahaman wajib pajak sehingga berpengaruh pada kepatuhan pajaknya. Hal tersebut memberi informasi bahwa semakin baik memberi penyuluhan peraturan perpajakan yang berlaku akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Maxuel (2021) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Selanjutnya penelitian oleh Yana (2021) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

H1 : Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak.

Hubungan Pemahaman Wajib Pajak dengan Kepatuhan Pajak

Pemahaman peraturan pajak menurut Resmi (2019) merupakan sebuah proses wajib pajak mengetahui dan memahami tentang peraturan perundang-undangan dan tata cara perpajakan kemudian mengaplikasikan pengetahuan tersebut untuk membayar pajak. Wajib pajak yang memahami peraturan pajak berarti telah paham tentang bagaimana cara menyampaikan SPT, melakukan pembayaran, mengetahui dimana tempat untuk melakukan pembayaran, serta sudah tahu tentang denda serta batas waktu pelaporan SPT maupun pembayaran pajak.

Menurut Adiasa (2013) pemahaman perpajakan adalah suatu proses dimana wajib pajak memahami dan mengetahui tentang peraturan dan undang-undang serta tata cara perpajakan dan menerapkannya untuk melakukan kegiatan perpajakan seperti, membayar pajak, melaporkan SPT, dan sebagainya. Jika seseorang telah memahami dan mengerti tentang peraturan perpajakan maka akan terjadi peningkatan pada kepatuhan wajib pajak.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Hasanah (2016), Maqsudi et al (2021), Putri (2019) menunjukkan adanya pemahaman perpajakan telah memberikan pengaruh yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

H2: Pemahaman perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan survei, yaitu informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner melalui *google form*. Populasinya yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak UMKM pemilik *coffee shop* di Kota Pekanbaru. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow* didapat sampel sebanyak 96 responden, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui.

Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel independennya adalah sosialisasi perpajakan dan pemahaman perpajakan serta variabel dependen pada penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak. Adapun pengukuran variabel menggunakan modifikasi skala *Likert* dengan 4 (empat) pilihan jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Menurut Sugiyono (2017) dalam angket ini disediakan 4 (empat) alternatif jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS)=4, Setuju

(S)=3, Tidak Setuju (TS)=2, Sangat Tidak Setuju (STS)=1. Empat skala pilihan terkadang juga digunakan untuk kuesioner skala likert yang memaksa responden memilih salah satu kutub karena pilihan "netral" tidak tersedia. Dalam hal ini responden agar responden berpendapat tidak bersikap netral atau tidak berpendapat.

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Jumlah
Kepatuhan Pajak (Y) (Yuliyanti & Waluyo, 2018)	1. Pendaftaran NPWP	14 butir
	2. Perhitungan pajak terutang	
	3. Pembayaran pajak	
	4. Pelaporan SPT	
Sosialisasi Perpajakan (X1) (Jannah, 2016)	1. Penyelenggaraan sosialisasi	8 butir
	2. Media sosialisasi	
	3. Manfaat sosialisasi	
Pemahaman Perpajakan (X2) (Mawaddah, 2023)	1. Kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	6 butir
	2. Mengisi Surat Pemberitahuan Pajak (SPT)	
	3. Tarif Pajak yang berlaku	
		28 butir

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data statistik berupa analisis regresi berganda. Analisis regresi linear ganda merupakan metode analisis regresi yang menggunakan hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini penulis menggunakan program SPSS versi 27 untuk mengolah data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik

Demografi Responden

Karakteristik responden di dalam penelitian ini diukur menggunakan skala nominal yang mana nantinya dapat menunjukkan sebuah frekuensi absolut jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir dan omset usaha. Berikut ini disajikan data responden :

Tabel 2
Deskripsi Responden

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Jenis Kelamin			
Pria	54	77,1	77,1
Wanita	16	22,9	100
Usia			
17-25 tahun	18	25,7	25,7
26-35 tahun	33	47,1	72,8
36-45 tahun	14	20	92,8
46-55 tahun	7	7,1	
Pendidikan Terakhir			
SMA	21	30	30

Diploma	20	28,6	58,6
Sarjana	24	34,3	92,9
Magister	5	7,1	

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Deskripsi Variabel

Tabel 3
Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SP	70	8	32	22,71	5,952
PP	70	8	25	17,89	4,461
KWP	70	20	56	43,74	8,689
Valid N (listwise)	70				

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah sampel yang digunakan 70. Pada variabel sosialisasi pajak memiliki rata-rata sebesar 22,71 dengan nilai minimum 8 dan nilai maksimum 32 dan standar deviasi 5,952. Pada variabel pemahaman pajak memiliki rata-rata sebesar 17,89 dengan nilai minimum 6 dan nilai maksimum 25 dan standar deviasi 4,461. Pada variabel kepatuhan wajib pajak memiliki rata-rata sebesar 43,74 dengan nilai minimum 20 dan nilai maksimum 56 dan standar deviasi 8,689.

Uji Intrumen Data

Uji Validitas

Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka item-item pernyataan dinyatakan valid. Dan dari tabel diatas diperoleh nilai r hitung seluruh pernyataan $> r$ tabel (0,235). Artinya adalah alat ukur yang digunakan valid.

Uji Reabilitas

Tabel 4
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batasan	Keputusan
Pemahaman Pajak	0,93	0,6	Reliabel
Sosialisasi Pajak	0,929	0,6	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,964	0,6	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Suatu alat ukur dikatakan reliabel jikam mendapatkan nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6. Dari tabel diatas diketahui nilai reliabilitas seluruh variabel $> 0,6$. Artinya adalah bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini reliable atau dapat dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Berdasarkan uji Kolmogorov Smirnov diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5

Uji Multikolinieritas

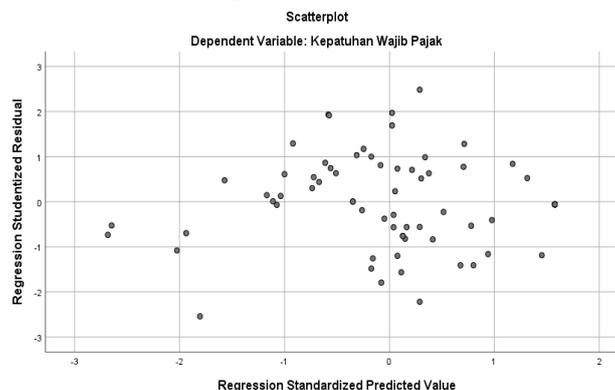
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Sosialisasi Pajak	0,48	2,082
Pemahaman Pajak	0,48	2,082

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil olahan data untuk uji multikolinieritas sebagaimana terlihat pada tabel di atas diketahui bahwa nilai *tolerance* dari variabel Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Perpajakan lebih besar dari $> 0,1$ dan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) untuk semua variabel bebas lebih kecil dari $< 10,00$ (sepuluh). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang berarti antara sesama variabel bebas.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 1
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: data primer yang diolah, 2024

Dari gambar Scatterplot diatas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi, maka penelitian dapat dilanjutkan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t)

Tabel 6
Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,36	1,909		5,428	0
Sosialisasi (SP) Pajak	0,695	0,107	0,476	6,517	0
Pemahaman (PP) Pajak	0,984	0,142	0,505	6,921	0

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan uji-t sebagai berikut:

- a. Variabel Sosialisasi pajak diperoleh nilai t hitung sebesar 6,517 dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian maka diketahui t hitung (6,517) > t tabel (1,668) atau signifikansi (0,000) < 0,05. Artinya adalah bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
- b. Variabel Pemahaman pajak diperoleh nilai t hitung sebesar 6,921 dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian maka diketahui t hitung (6,921) > t tabel (1,668) atau signifikansi (0,000) < 0,05. Artinya adalah bahwa pemahaman pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Uji Simultan (Uji-f)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh hasil F hitung (161,784) > F tabel (3,134) atau signifikansi (0,000) < 0,05. Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa sosialisasi pajak dan pemahaman pajak secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh bahwa nilai *Adjusted R-Square* adalah sebesar 0,828 atau 82,8%. Hal tersebut memiliki arti bahwa variabel independen Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Perpajakan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak sebesar 82,8%.

Pembahasan

Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mawaddah (2023) dan penelitian oleh Maqsudi, *et al* (2021) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun berbeda dengan Indriyani (2020) dan Irwansyah (2021) hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Pemahaman Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan (Ningsih, 2019) dan (Mawaddah, 2023) yang menunjukkan bahwa pemahaman perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Zakia, *et al* (2022) dan Oladipupo & Obaze (2016) yang menyatakan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan sosialisasi perpajakan pemahaman perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak.

Keterbatasan

Sulitnya memperoleh daftar nama *coffee shop* se-Pekanbaru dari Disperindag, Badan Pusat Statistik, Kantor Pelayanan Pajak di Pekanbaru, Badan Pendapatan Daerah. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data sehingga memungkinkan terjadi bias karena adanya perbedaan persepsi antara peneliti dan responden terhadap

pernyataan yang diajukan. Responden memiliki kekhawatiran terhadap *issue* yang berkaitan dengan penghasilan dan perpajakan.

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian berikutnya dapat menambah jumlah sampel agar dapat tergeneralisasi dengan baik pada populasinya serta menambahkan variabel-variabel atau model lain untuk dapat menghasilkan temuan yang lebih bermanfaat bagi praktisi dan pengembangan teori perilaku perpajakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdu, E., & Adem, M. (2023). Tax compliance behavior of taxpayers in Ethiopia: A review paper. *Cogent Economics and Finance*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2189559>
- Adiasa, N. (2013). Pengaruh pemahaman peraturan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan moderating preferensi risiko. *Accounting Analysis Journal*, 2(3), 345–352.
- Anwar, S. (2011). Metodologi penelitian bisnis. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Bank, W. (2021). *A trial in Indonesia shows the potential for behaviorally informed communications to impact compliance rates and payment amounts in the medium term for Small and Medium. 1*.
- Departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. (1995). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Kemitraan*. 11(3), 296–300.
- Friorita, T. R. (2016). Coffee Shop in Pekanbaru City. *JOM FISIP*, 3.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). *Cetakan Ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 96.
- Habu, R. E., Ayem, S., & Kusuma, D. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Psak Emkm Dan Relaksasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Yogyakarta. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(2), 357–375. <https://doi.org/10.26618/jrp.v4i2.6332>
- Hamid, N. A., Ibrahim, N. A., Ariffin, N., Taharin, R., & Jelani, F. A. (2019). Factors Affecting Tax Compliance among Malaysian SMEs in E-Commerce Business. *International Journal of Asian Social Science*, 9(1), 74–85. <https://doi.org/10.18488/journal.1.2019.91.74.85>
- Hasanah, R. A. (2016). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-commerce: Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shopping). *E-Jurnal Fakultas Ekonomi*, 7(1), 70. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/10498>
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. John Wiley & Sons Inc. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/10628-000>
- Herryanto, M., & Toly, A. A. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, dan Pemeriksaan Pajak terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan di KPP Pratama Surabaya Sawahan. *Tax & Accounting Review*.
- Hutapea, P., & Thoha, N. (2008). Kompetensi Plus: Teori. *Desain, Kasus Dan Penerapan Untuk HR Dan Organisasi Yang Dinamis*, Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Indonesia, U.-U. R. (2008). *Undang-Undang No 36 Tahun 2008*.
- Irfan, M. (2023, December 15). Terus Bertambah, Begini Sejarah Perkembangan Coffee Shop di Indonesia. *Www.Goodnewsfromindonesia.Id*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2023/12/15/terus-bertambah-begini-sejarah-perkembangan-coffee-shop-di-indonesia>

- Kementerian Keuangan. (2007). Peraturan Kementerian Keuangan (PMK) tentang Tata Cara Penetapan Wajib Pajak dengan Kriteria Tertentu dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Pembayaran Pajak. *Peraturan Kementerian Keuangan (PMK)*, 5(1), 2–5.
- Maili, N. A. (2022). Pengaruh pemahaman perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 6(3), 13553–13562. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1893>
- Maqsudi, A., Ratnawati, T., & Riyadi, S. (2021). Socialization, Service and Knowledge Matter with Taxpayer Compliance: An Empirical Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 89–0095. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0089>
- Mardiasmo, A. (2013). *Perpajakan Edisi Revisi 2013*.
- Mawaddah, I. (2023). *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce*.
- Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm E-commerce. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*. <https://doi.org/https://doi.org/10.21460/JRMB.2021.161.369>
- Megantara, K., Purnamawati, I. G. A., & Sinarwati, N. K. (2017). Pengaruh Penghasilan Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan Kemauan Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usahawan Atas Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singaraja. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 7(1).
- Ningsih, A. S. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(1), 82–91.
- Oladipupo, A. O., & Obazee, U. (2016). Tax Knowledge, Penalties and Tax Compliance in Small and Medium Scale Enterprises in Nigeria. *IBusiness*, 08(01), 1–9. <https://doi.org/10.4236/ib.2016.81001>
- Ortax. (2023). *Rasio Kepatuhan Wajib Pajak Non Karyawan Belum Sampai 50%*. Datacenter.Ortax.Org. <https://datacenter.ortax.org/ortax/berita/show/18678>
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03/2007 Tentang Tata Cara Penetapan Wajib Pajak Dengan Kriteria Tertentu Dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak Menteri Keuangan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03/2007 Tentang Tat.* (n.d.).
- Putri, L. A. (2019). *Pengaruh Pemahaman Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Lingkungan Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan Dan Kemudahan Sistem Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce (Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shopping)*. Sekolah Tinggi Ekonomi Islam.
- Rahayu, S. . (2010). *Perpajakan Indonesia: konsep dan aspek formal*. Graha Ilmu.
- Redaksi DDTCNews. (2022). *Bicara Soal Kepatuhan Pajak, “UMKM Bukan Tidak Mau, Cuma Tidak Tahu.”* <https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/43344/bicara-soal-kepatuhan-pajak-umkm-bukan-tidak-mau-cuma-tidak-tahu>
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan Teori dan Kasus* (11th ed.). Salemba Empat.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Harlow : Pearson Education.
- Samrotun, Y. C. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak*. 3(1), 372–395.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*, PT. Gramedia, Jakarta.

- Saragih, S. F. (2013). *Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Medan Timur*. Fakultas Ekonomi Universitas Utara.
- Shaheila Roeswan. (2024). *Simak Target Rasio Kepatuhan Formal 2024 dari DJP*. <https://www.mib.group/news/simak-target-rasio-kepatuhan-formal-2024-dari-djp#:~:text=Berdasarkan paparan dari Direktorat Jenderal Pajak %28DJP%29%2C rasio,WP ditargetkan menyentuh angka 83%2C22%25 di tahun 2024.>
- Stantcheva, S. (2021). Understanding Tax Policy: How do People Reason? *Quarterly Journal of Economics*, 136(4), 2309–2369. <https://doi.org/10.1093/qje/qjab033>
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017b). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Tambun, S. (2016). Antecedent kepatuhan wajib pajak orang pribadi dan moderasi sosialisasi perpajakan. *Media Akuntansi Perpajakan*, 1(1), 26–40. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP/article/view/163>
- Wan Mohd Azmi, D. A., & Masuri Md Daud, S. A. (2024). Reconceptualizing Tax Compliance Behavior: A Theoretical Matrix Approach. *Accounting and Finance Research*, 13(1), 67. <https://doi.org/10.5430/afr.v13n1p67>
- Yana, S. B. (2021). *Pengaruh Perautran Pajak, Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Transaksi E-Commerce Di Shopee Pada Distributor Masker Jakarta Timur*. Sekolah Tinggi Ekonomi Islam.
- Yudha, A. W. (2023). *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup Remaja (Studi Fenomenologi Komunikasi Coffee Shop Pekanbaru)*.
- Yuliyanti, R. A. C. D., & Waluyo, I. (2018). The Effect of NPWP Benefit, Taxpayer Understanding, and Taxpayer Awareness Towards Taxpayer Obedience. *Journal Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–16. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/62164>
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Zakia, F. A. M., Sugiarti, & Siddiq, F. R. (2022). Analysis Of Understanding Level Of Tax Regulation, Taxpayer Awareness, Tax Socialization And Tax Provisions Of E-Commerce UMKM Towards Taxpayer Compliance (Case Study On UMKM E-Commerce Business Owners In Kudus City). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 7(2), 208–218. <http://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank>