

Kepatuhan Pajak di Era Covid-19: Analisis Pengaruh Insentif, Sanksi, Pengetahuan, dan Pelayanan Pajak yang Dimoderasi oleh Sosialisasi Pajak

Shintya Dwi Permata^{1*}, Thesa Alif Ravelby², Verselly Nisaa³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang, Padang

*Korespondensi: shintyadpermata@unp.ac.id

Tanggal Masuk:

27 September 2025

Tanggal Revisi:

02 November 2025

Tanggal Diterima:

08 November 2025

Keywords: Tax Incentives; Tax Sanctions; Tax Knowledge; Tax Services; Tax Socialization.

How to cite (APA 6th style)

Permata, S. D., Ravelby, T. A., & Nisaa, A. (2025). Kepatuhan Pajak di Era Covid-19: Analisis Pengaruh Insentif, Sanksi, Pengetahuan, dan Pelayanan Pajak yang Dimoderasi oleh Sosialisasi Pajak. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 7 (4), 1655-1678.

DOI:

<https://doi.org/10.24036/jea.v7i4.3781>

Abstract

The Covid-19 pandemic that hit Indonesia in early 2020 shifted the situation from a health crisis to an economic one, affecting national revenues, particularly from the tax sector. To sustain economic activity, the government issued various tax incentive policies, including Article 21/22/23/25 Income Tax and MSME Final Income Tax incentives, to encourage taxpayer compliance. However, compliance during the pandemic was also influenced by other factors such as tax sanctions, tax knowledge, services, and tax socialization. This study aims to examine the effects of tax incentives, sanctions, knowledge, and services on taxpayer compliance, with tax socialization as a moderating variable. This type of research is quantitative research. the population is taxpayers of Bengkulu province. The sampling technique used is purposive sampling with certain criteria with a sample of 200 respondents. The technique used to analyze the data using the Partial Least Square (PLS) method. The results show that tax incentives and services did not have a positive effect on compliance, while tax sanctions, tax knowledge, and tax socialization had significant positive effects. Moreover, tax socialization strengthened the influence of incentives and sanctions on compliance but did not moderate the effects of knowledge and services. The findings contribute theoretically by expanding understanding of compliance behavior during crises and practically by providing insights for policymakers to design more effective tax communication and education strategies.



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

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia sejak awal 2020 telah menimbulkan dampak besar terhadap sektor kesehatan, sosial, dan ekonomi. Pembatasan aktivitas sosial serta kebijakan karantina menyebabkan turunnya produktivitas usaha, penurunan daya beli masyarakat, dan menurunnya penerimaan negara dari sektor pajak. Pandemi Covid-19 yang awalnya adalah krisis kesehatan sudah berubah menjadi krisis ekonomi yang masif. Pembatasan sosial dan karantina diberlakukan untuk melindungi kesehatan dan nyawa orang

pasti telah meredam mesin ekonomi, dengan konsumsi anjlok tajam dan investasi melambat, menghambat aktivitas perdagangan domestik dan internasional (Kemenkeu, 2021). Pandemi yang menyebabkan pemerintah harus membuat kebijakan salah satunya dengan menerapkan pembatasan sosial, membuat produktivitas para pelaku usaha di Indonesia pun menurun drastis. Hal ini pun otomatis berpengaruh terhadap lini perpajakan di tanah air. Adapun dampaknya yaitu pendapatan dari sektor pajak menjadi menurun, penurunan penerimaan negara dan melambatnya perkembangan ekonomi nasional. Menurunnya pendapatan negara secara nasional ini dapat tercermin dari penerimaan pajak salah satu daerah di Indonesia yaitu Provinsi Bengkulu.

Tabel 1
Persentase Realisasi Penerimaan Pajak Provinsi Bengkulu

Tahun	Target	Realisasi	Capaian
2017	1.828.755.023.000	1.634.060.738.684	89%
2018	2.012.258.238.000	1.664.610.836.051	83%
2019	1.976.858.691.000	1.652.107.192.205	84%
2020	1.372.513.125.000	1.447.157.077.930	105%
2021	1.599.976.617.000	1.684.321.827.427	105%

Sumber: KPP Pratama Bengkulu Satu dan KPP Pratama Bengkulu Dua

Berdasarkan data persentase realisasi penerimaan pajak di provinsi Bengkulu, dapat kita lihat bahwa realisasi penerimaan pajak pada saat datangnya pandemic covid-19 tahun 2020 mengalami penurunan yang semula sebesar 1.652.107.192.205 namun turun menjadi 1.447.157.077.930 atau menurun sebesar 204.950.114.275. Sedangkan jika dilihat dari capaian penerimaan pajak tahun 2020, penerimaan pajak di tahun tersebut menunjukkan bahwa pencapaian penerimaan pajak telah mencapai target bahkan lebih. Hal ini dapat terjadi dikarenakan target penerimaan pajak pada tahun 2020 turun dari tahun sebelumnya, yang semula pada tahun 2019 sebesar 1.976.858.691.000 namun di tahun 2020 hanya sebesar 1.372.513.125.000. walaupun demikian, dilihat dari penerimaan pajak provinsi Bengkulu pada tahun 2021 telah menunjukkan tren positif, yang mana target penerimaan pajak naik menjadi 1.599.976.617.000 dan realisasi penerimaan pajak pun juga mengalami kenaikan menjadi 1.684.321.827.427, bahkan jumlah realisasi penerimaan pajak di provinsi Bengkulu pada tahun 2021 merupakan penerimaan pajak paling tinggi dalam 5 tahun terakhir. Hal ini tentunya tidak lepas dari beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dan penerimaan pajak.

Kondisi ini menuntut pemerintah untuk mengambil kebijakan dan langkah-langkah dalam penyelamatan perekonomian nasional dan stabilitas sistem keuangan melalui berbagai kebijakan relaksasi yang berkaitan dengan pelaksanaan APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) serta mengeluarkan sejumlah kebijakan fiskal salah satunya yaitu pemberian insentif pajak yang bertujuan untuk membantu menggerakkan roda perekonomian Indonesia. Bantuan pemerintah untuk dunia usaha dimulai sejak periode Stimulus II dengan dikeluarkannya PMK-23/PMK.03/2020 pada tanggal 21 Maret 2020. Dalam PMK ini terdapat empat jenis insentif perpajakan yaitu: Insentif PPh Pasal 21 DTP, Pembebasan PPh Pasal 22 Impor, Pengurangan Angsuran PPh Pasal 25, dan Pengembalian Pendahuluan PPN. Insentif-insentif tersebut berlaku untuk masa pajak April s.d. September 2020. Seiring dengan meluasnya dampak Covid-19, termasuk dampak bagi dunia usaha, pemerintah terus mengevaluasi pemberian insentif bagi dunia usaha untuk memastikan agar semua pelaku usaha yang membutuhkan bantuan pemerintah dapat menikmati insentif perpajakan. Hal ini membuat pemerintah kemudian mencabut PMK tersebut karena dianggap perlu untuk memperluas sektor pemberian insentif dan menggantinya dengan PMK-44/PMK.03/2020, kemudian pemerintah

mengganti peraturan tersebut melalui PMK-86/ PMK.03/2020 karena dinggap sudah tidak tepat, dan perubahan terakhir untuk peraturan terkait insentif pajak bagi wajib pajak yang terdampak pandemic Covid-19 pada tahun 2020 yaitu pada PMK-110/PMK.03/2020. Sedangkan pada tahun 2021, peraturan terkait insentif pajak bagi wajib pajak yang tedampak pandemic covid-19 tertuang melalui PMK-9/PMK.03/2021, PMK-82/PMK.03/2021, PMK-149/PMK.03/2021. Adapun jumlah wajib pajak provinsi bengkulu yang memanfaatkan Insentif pajak pandemic covid-19:

Tabel 2
Wajib Pajak yang Memanfaatkan Fasilitas Insentif Pajak

Jenis Pajak	KPP Pratama Bengkulu		Total
	KPP Pratama Bengkulu Satu	KPP Pratama Bengkulu Dua	
PPh Pasal 21	58	123	181
PPh Pasal 22	6	4	10
PPh Pasal 23	4	5	9
PPh Pasal 25	31	86	117
PPh Final	797	397	1194
Total	896	615	1511

Sumber: KPP Pratama Bengkulu Satu dan KPP Pratama Bengkulu Dua.

Berdasarkan tabel 2, realitas di lapangan menunjukkan bahwa pemanfaatan insentif pajak di Provinsi Bengkulu masih sangat rendah, hanya sekitar 3% dari jumlah wajib pajak terdaftar, dan tingkat kepatuhan wajib pajak justru menurun selama pandemi. Penelitian (Pravasanti & Pratiwi, 2021) menemukan bahwa insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan penelitian dari (Dewi et al, 2020) menemukan bahwa insentif pajak tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Menurut keterangan (Dewi et al, 2020), hal ini disebabkan karena insentif pajak hanya diberikan dari bulan April sampai dengan Desember 2020, sehingga hasil penelitian tersebut belum melihatkan hasil terbaru terkait pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak di tahun 2021. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebijakan pemerintah dan respons wajib pajak, sehingga menarik untuk dikaji lebih dalam.

Pengetahuan pajak mencerminkan sejauh mana wajib pajak memahami regulasi dan prosedur perpajakan. Tingkat pengetahuan pajak masyarakat yang cukup dapat membuat wajib pajak patuh dengan cara mendahulukan kepentingan pemerintah di atas kepentingan pribadi serta menjadikan masyarakat patuh dan adil dalam kewajiban perpajakannya (Sianturi, 2022). Apabila pengetahuan mengenai pajak beserta utilitasnya tidak dimiliki, maka orang-orang tidak akan dimungkinkan untuk ikhlas melakukan pembayaran pajak (Ariyanto et al., 2020). Hal paling esensial yang mesti dimiliki oleh wajib pajak ialah pengetahuan seputar pajak sebab tanpa pengetahuan semacam ini, sangat sukar menjalankan kewajiban perpajakan bagi seorang wajib pajak (Ariyanto et al., 2020). menurut (Perdana & Dwirandra, 2020) pemahaman yang berkenaan dengan pajak berimbang positif dan substansial atas kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, temuan riset menurut (Suyanto & Pratama, 2018) kompetensi pajak tidak mempunyai dampak positif yang substansial atas kepatuhan wajib pajak, yang artinya pengetahuan wajib pajak pada penelitian ini tidak menjamin bahwa wajib pajak yang telah mengenyam pendidikan tinggi atau pengetahuan perpajakan mempunyai kesadaran yang lebih berkenaan dengan kewajiban pajaknya. Namun dengan adanya kesenjangan penelitian yang terjadi, peneliti ingin menelusuri lebih lanjut dapatkah pengetahuan perpajakan memang punya pengaruh atau tidak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sementara, wabah Covid-19 memaksa pengurangan kegiatan langsung guna menekan penyebaran Covid-19, termasuk aktivitas layanan pajak. Keadaan ini ditanggapi oleh Ditjen Pajak dengan melakukan pengalihan sejumlah besar layanan pajak dari yang sebelumnya mesti dilakukan dengan cara langsung menjadi tidak langsung. Dalam situasi seperti itu, penerapan layanan online sangat penting untuk mendukung penyebaran layanan jarak jauh yang efisien dan efektif. Fiskus terus mendorong inovasi dan perbaikan guna menjamin kepastian wajib pajak memperoleh layanan yang optimal meski di masa korona. Ketersediaan pelayanan perpajakan yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun akan menumbuhkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak dalam menunaikan kewajiban pajaknya (www.pajak.go.id, 2020). Yang mana berdasarkan penelitian (Pravasanti & Pratiwi, 2021) menyatakan bahwa pelayanan perpajakan menyuguhkan dampak positif dan substansial atas kepatuhan wajib pajak, sedangkan bagi (Dewi et al, 2020) pelayanan pajak tidak memberi pengaruh positif dan substansial atas kepatuhan wajib pajak. Dinamika virus korona harus dipahami sebagai titik balik perubahan menuju keadaan yang membaik. Dengan meningkatnya pelayanan pajak pada masa pandemic Covid-19, diharapkan dapat membantu meningkatkan kepatuhan pajak. Ini mengindikasikan terdapatnya ketidakkonsistenan hasil dari penelitian pelayanan perpajakan di masa pandemic covid atas kepatuhan wajib pajak yang dilakukan.

Tidak hanya pelayanan pajak yang harus dilakukan secara optimal, penyuluhan terkait kebijakan-kebijakan terbaru di masa pandemic covid-19 pun harus ditingkatkan oleh Direktorat Jenderal Pajak seperti dilakukannya sosialisasi pajak. DJP memberikan sosialisasi perpajakan kepada wajib pajak dengan memberikan nasihat, pemahaman dan menginformasikan kepada wajib pajak terkait peraturan pajak yang ada. Sosialisasi berikut dilakukan lewat sarana komunikasi, dan media cetak semisal majalah, surat kabar, dan melalui media pandang dengar, yakni radio dan TV. Beberapa studi dari (Andrew & Sari, 2021) menemukan bahwa sosialisasi pajak bisa memberi pengaruh atas tingkat kepatuhan wajib pajak. Kajian (Siahaan & Halimatusyadiah, 2018) membeberkan bahwa sosialisasi pajak tidak mampu mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Sedangkan penelitian yang dikerjakan (Megawati & Setiawan, 2017) mengemukakan bahwa sosialisasi pajak bisa menjadi penguatan hubungan kepatuhan wajib pajak dengan kualitas pelayanan, namun riset yang dikerjakan oleh (Safitri & Silalahi, 2020) menemukan bahwa sosialisasi pajak tak dapat memitigasi korelasi antara kualitas layanan fiskus, penerapan sistem pengisian elektronik, dan pemahaman aturan pajak untuk kepatuhan wajib pajak. Peneliti menetapkan sosialisasi pajak menjadi pemoderasi selain adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian tentang sosialisasi pajak sebagai variabel pemoderasi terhadap kepatuhan wajib pajak, hal ini juga dilakukan karena ingin melihat apakah sosialisasi pajak adalah usaha yang efektif dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak khususnya di provinsi Bengkulu. Dengan menempatkan sosialisasi sebagai variabel moderasi, penelitian ini ingin melihat sejauh mana kegiatan sosialisasi dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh insentif, sanksi, pengetahuan, dan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, khususnya dalam konteks pandemic.

Perbedaan populasi dan sampel dengan penelitian sebelumnya dilakukan untuk memperkaya konteks empiris. Jika studi terdahulu banyak berfokus di wilayah besar seperti Jawa dan Bali, penelitian ini mengambil populasi wajib pajak di Provinsi Bengkulu, daerah yang mewakili karakteristik ekonomi menengah dengan tingkat literasi pajak dan digitalisasi yang masih berkembang. Hal ini memungkinkan penelitian menghasilkan temuan yang lebih beragam dan representatif terhadap kondisi wajib pajak di luar wilayah metropolitan.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkuat pemahaman hubungan antara faktor fiskal dan nonfiskal terhadap kepatuhan wajib pajak dengan memasukkan peran sosialisasi sebagai variabel moderasi, serta memperluas penerapan teori perilaku dalam konteks kepatuhan pajak di masa krisis. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam merancang strategi

komunikasi, edukasi, dan kebijakan insentif yang lebih efektif dan tepat sasaran untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, terutama di daerah dengan tingkat literasi pajak yang masih rendah.

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Insentif Pajak, Sanksi Pajak, Pengetahuan Pajak, Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi.

REVIEW LITERATUR

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (ToPB) merupakan sebuah sikap yang memiliki pengaruh akan sebuah perilaku yang mana putusan yang teliti diambil dalam proses dan sebagai perantaranya mempunyai alasan serta bisa memberi dampak dalam persoalan tertentu saja (Ajzen, 1991). Teori ini adalah peningkatan dari *Reasoned Action Theory* (RAT) yang digagas Ajzen & Fishbein (1980). Mereka memandang bahwa tindakan ditentukan oleh kemauan seseorang untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan suatu tindakan tertentu atau kebalikannya. Keinginan individu ini ditentukan oleh dua variabel independent, yakni sikap dan norma subyektif. Bilamana terdapat sikap yang positif, sokongan dari orang di sekitarnya, serta adanya anggapan bahwa hal itu mudah sebab belum terdapat penghambat dalam berperilaku, maka akan meningkatkan kemauan orang dalam berperilaku baik (Ajzen, 2005). Apabila dihubungkan dengan kajian ini, ToPB bermanfaat untuk menggambarkan tingkah laku wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban pajaknya. ToPB mendeskripsikan bahwa tindakan wajib pajak yang taat kepada aturan perpajakan bisa dipicu oleh sikap, norma subyektif, serta pengendalian keperilakuan yang wajib pajak persepsikan.

Perceived Behavioral Control

Perceived Behavioral Control (PBC) adalah anggapan seseorang mengenai seberapa mampu individu tersebut melakukan tingkah laku tertentu (Ajzen, 2005). PBC bergantung pada gabungan antara *control belief* dan *perceived power control*. *Control belief* ialah keyakinan seseorang terkait faktor yang mendukung atau menghambat pemunculan suatu tingkah laku. PBC adalah kekuatan rasa seseorang yang berkenaan dengan tiap-tiap faktor yang mendukung atau menghambat hal tersebut. Ajzen (2005) membeberkan PBC sebagai fungsi yang dilandaskan oleh kepercayaan yang dinamakan *control beliefs*, yakni kepercayaan seseorang terkait terdapat atau tidaknya faktor yang menyokong atau menjadi hambatan bagi seseorang dalam pemunculan suatu tingkah laku. Kepercayaan ini dilandaskan kepada pengalaman seseorang di masa dahulu mengenai sebuah tingkah laku, informasi yang dipunyai seseorang terkait sebuah tindakan yang didapatkan melalui pengamatan pada kompetensi yang dipunyai dirinya atau siapa saja yang dikenalnya, dan oleh beraneka faktor lainnya yang bisa menumbuhkan atau menekan perasaan seseorang yang berkenaan dengan level kesukaran dalam melaksanakan sebuah tindakan. Sanksi merupakan salah satu hal yang menyimpang yang harus dikontrol agar tidak terjadi, berkaitan dengan PBC yaitu kontrol kepercayaan dimana bilamana wajib pajak tidak taat, maka akan mendapatkan hukuman yang tidak berada dalam lingkup kontrol wajib pajak. Pelayanan fiskus juga memberi pengaruh positif atas kepatuhan wajib pajak (Soda et al., 2021). Sikap wajib pajak mengenai sosialisasi pajak apabila dikorelasikan dengan PBC ialah asumsi wajib pajak bahwa sosialisasi adalah faktor yang bisa memudahkan atau menyulitkan mereka dalam menunjukkan tingkah laku taat pada pajak (Nurul Ma'addhukha, 2013)

Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Teori ini menjelaskan bahwa ketika individu mengamati perilaku seseorang, individu tersebut berupaya untuk menentukan apakah perilaku tersebut disebabkan secara internal atau eksternal (Robbins & Judge, 2008). Tingkah laku yang dipicu oleh faktor internal ialah tindakan yang dinilai ada dalam lingkup kontrol seseorang. Dengan perkataan lain, tidak dipengaruhi oleh faktor lainnya. Perilaku yang dinilai sebagai efek dari faktor-faktor luar yang disebabkan juga secara eksternal, yaitu situasi akan secara memaksa individu berperilaku demikian. Teori atribusi menyatakan bahwa insentif perpajakan adalah penyebab eksternal dalam membuat keputusan perilaku kepatuhan wajib pajak yang bisa memberi pengaruh atas persepsi wajib pajak untuk menjalankan kewajiban perpajakan. Ada empat bentuk insentif pajak pada umumnya, yakni: (a) Tangguhan pajak; (b) tarif pajak dikurangi; (c) dasar pengenaan pajak; dikurangi (d) Pengecualian kena pajak. Insentif pajak yang paling sering didayagunakan dalam pembebanan pajak berbentuk pengecualian dari bentuk insentif. (Malida Salma Arum Ndalu & Djoko Wahyudi, 2022)

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan ialah sikap patuh dan taat yang dilakukan seseorang atau sekelompok lembaga pada sebuah aturan khusus. Sedangkan kepatuhan pajak adalah kemauan wajib pajak untuk menuntaskan kewajiban pajaknya menyesuaikan dengan aturan pajak yang ada tanpa memerlukan investigasi seksama, diselenggarakannya pemeriksaan, pemberian peringatan maupun ancaman dengan menerapkan sanksi, baik administrasi ataupun hukum (Gunadi, 2005:57). Ada empat faktor yang berkenaan dengan kepatuhan pajak, yaitu: kesadaran wajib pajak, argumen wajib pajak mengenai berat atau ringannya beban PPh, persepsi wajib pajak terkait adanya sanksi berupa denda PPh, dan penghindaran pajak oleh wajib pajak yang dilekatkan pada wajib pajak orang pribadi. Riset ini berusaha mengidentifikasi kepatuhan wajib pajak dengan menerapkan sudut pandang keempat, yakni kepatuhan pajak (Anggraini et al, 2012).

Insentif Pajak

Menurut (Wardana et al., 2020) insentif pajak adalah tindakan pemerintah untuk mendorong individu dan bisnis (pengusaha) membelanjakan uang atau menghemat uang dengan mengurangi jumlah pajak yang harus mereka bayar (*Collinsdictionary*). Insentif pajak diberikan oleh pemerintah dalam mendukung pemulihan perekonomian nasional pada saat covid-19 dan respon pemerintah terhadap penurunan produktivitas perusahaan.

Sanksi Pajak

Rifana et al (2021) mengutip dari (Mardiasmo, 2016) Sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti, ditaati, dipatuhi serta sebagai alat pencegah (preventif) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan. Sanksi Pajak adalah hukuman atas tindakan melanggar yang diberikan oleh pemerintah untuk menertibkan pelanggaran terutama perihal perpajakan yang berguna mendisiplinkan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya serta salah satu upaya meningkatkan pendapatan pajak di suatu negara (Rifana et al., 2021).

Pengetahuan Pajak

Pengetahuan Pajak adalah informasi pajak yang dapat digunakan wajib pajak sebagai dasar untuk bertindak, mengambil keputusan, dan untuk menempuh arah atau strategi tertentu sehubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajibannya di bidang perpajakan (Suyanto & Pratama, 2018).

Pelayanan Pajak

Berdasarkan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-02/PJ/2014, pengertian pelayanan perpajakan adalah Pelayanan yang diberikan oleh unit kerja di lingkungan Direktorat Jenderal Pajak kepada masyarakat sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Sedangkan menurut Rahayu (2010:28) menyatakan bahwa kualitas pelayanan pajak adalah memberikan pelayanan prima kepada wajib pajak dalam mengoptimalkan penerimaan Negara.

Sosialisasi Pajak

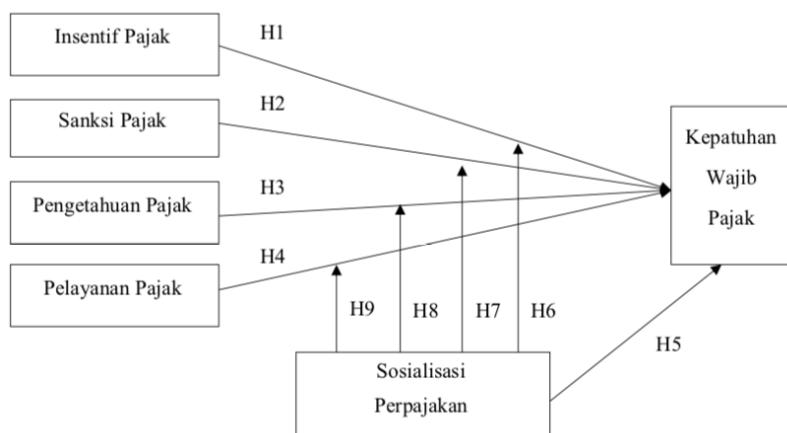
Sosialisasi pajak merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memberikan informasi mengenai perpajakan yang bertujuan agar seseorang ataupun kelompok paham tentang perpajakan, sehingga kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Bentuk dari sosialisasi ini adalah melalui media komunikasi, baik media cetak seperti surat kabar, majalah maupun media audio visual seperti radio atau televisi (Sulistianingrum, 2009 dalam Dharma & Suardana, 2014).

Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan Pustaka sebagaimana dijelaskan, peneliti membuat kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 1

Kerangka Konseptual



Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Insentif pajak merupakan fasilitas yang diberikan pemerintah untuk meringankan beban wajib pajak yang terdampak pandemi COVID-19. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* Ajzen (1985), kepatuhan pajak dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal, salah satunya adalah program insentif pajak. Insentif ini dapat menurunkan beban pajak atau bahkan menanggung pajak tertentu, sehingga mendorong wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban pelaporan dan pembayaran pajak sesuai ketentuan. Beberapa penelitian (Alfina & Diana, 2021; Nuskha et al., 2021) membuktikan bahwa insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, meskipun temuan lain (Dewi et al., 2020) menunjukkan hasil yang berbeda. Dengan merujuk pada teori dan bukti empiris tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₀ : Insentif Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Ha₁: Insentif Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sanksi pajak berfungsi sebagai instrumen pengendalian untuk menegakkan kepatuhan wajib pajak, baik dalam bentuk sanksi administratif maupun pidana (Paramaduhita &

Mustikasari, 2018). Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, sanksi terkait dengan *perceived behavioral control*, di mana ancaman hukuman berada di luar kendali wajib pajak (Soda et al., 2021). Hasil penelitian menunjukkan temuan yang beragam: sebagian menyatakan sanksi tidak berpengaruh karena longgar selama pandemi (Andrew & Sari, 2021), sementara penelitian lain menemukan sanksi berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan (Dewi et al, 2020; Siahaan & Halimatusyadiah, 2018; Perdana & Dwirandra, 2020; Pravasanti & Pratiwi, 2021; dan Sulistyowatie & Pahlevi, 2018). Oleh karena itu, dirumuskan hipotesis:

Ha₂: Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Mengetahui Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*), pengetahuan pajak terkait dengan keyakinan normatif, yaitu harapan yang dirasakan oleh satu orang atau lebih guna mendukung suatu tindakan dan mendorong individu untuk menunaikan kewajibannya. Sedangkan untuk teori kepatuhan, wawasan mengenai pajak yang lengkap akan memudahkan wajib pajak dalam menuntaskan kewajiban pajaknya. Saat meningkatkan kepatuhan wajib pajak, pengetahuan pajak berperan penting, dapat dimaknai bahwa manakala wajib pajak memiliki pemahaman yang baik tentang regulasi pajak yang diberlakukan, maka akan lebih gampang bagi wajib pajak untuk menunaikan kewajiban pajak mereka. Zuhdi et al (2015) dalam Putra et al (2019). Dengan begitu, selaras dengan peningkatan wawasan perpajakan yang dipunyai oleh wajib pajak bisa berpengaruh bilamana wajib pajak itu tidak menunaikan kewajiban mereka secara benar. Wawasan perpajakan berkaitan dengan patuh tidaknya wajib pajak sebab wajib pajak telah mengenal konsekuensi ataupun sanksi yang bisa dikenakan kepada mereka. Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil beragam: sebagian menemukan pengaruh positif pengetahuan pajak terhadap kepatuhan (Perdana & Dwirandra, 2020; Putra et al, 2019), sementara penelitian lain menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan (Suyanto & Pratama, 2018). Berdasarkan teori dan temuan tersebut, hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

Ha₃: Pengetahuan Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Siregar et al. (2012) dalam Putra et al. (2019) mendefinisikan pelayanan fiskus sebagai pemberian layanan kepada masyarakat sesuai aturan yang berlaku. Mengacu pada teori *perceived behavioral control*, pelayanan fiskus dapat mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak (Soda et al., 2021). Sosialisasi pajak dipandang sebagai faktor yang memudahkan maupun menghambat perilaku kepatuhan. Dengan demikian, semakin baik layanan yang diberikan fiskus, semakin besar pula kecenderungan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Penelitian Dewi et al. (2020) menemukan bahwa selama pandemi, pelayanan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan karena adanya pembatasan sosial dan peralihan ke layanan daring. Sebaliknya, hasil penelitian Pravasanti & Pratiwi (2021) menunjukkan adanya pengaruh positif pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Selaras dengan teori atribusi, kualitas layanan dianggap sebagai faktor eksternal yang dilakukan aparat pajak, sehingga dapat membentuk persepsi wajib pajak dalam menentukan sikap dan tindakannya (Ndalu & Wahyudi, 2022). Berdasarkan kajian tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah:

Ha₄: Pelayanan Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi perpajakan dipahami sebagai upaya pemberian informasi yang bertujuan meningkatkan pemahaman wajib pajak sehingga mendorong kepatuhan (Pujilestari et al., 2021). Dalam konteks *perceived behavioral control*, sosialisasi dapat dipersepsikan wajib

pajak sebagai faktor yang mempermudah atau justru menyulitkan perilaku kepatuhan. Kesadaran individu juga menjadi aspek penting agar kewajiban perpajakan dapat terlaksana dengan baik (Tan et al., 2021). Otoritas pajak menggunakan sosialisasi sebagai sarana peningkatan pengetahuan melalui berbagai metode yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Mardiasmo, 2018). Hasil penelitian menunjukkan temuan yang beragam. Rahmat et al. (2020) mengungkapkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan Devi & Purba (2019) menemukan tidak adanya pengaruh signifikan. Perbedaan ini menunjukkan pentingnya pengujian ulang. Dalam perspektif teori atribusi, sosialisasi dipandang sebagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi motivasi wajib pajak dalam menunaikan kewajiban (Firmansyah et al., 2022; Tan et al., 2021). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah:

Ha₅: Sosialisasi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Sosialisasi Pajak dalam memoderasi hubungan insentif pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Insentif pajak merupakan fasilitas yang diberikan pemerintah untuk menjaga produktivitas wajib pajak selama pandemi Covid-19. Agar kebijakan ini berjalan efektif, diperlukan sosialisasi intensif dari otoritas pajak sehingga wajib pajak memahami dan memanfaatkannya dengan optimal (Sholehah & Ramayanti, 2022). Dalam perspektif *perceived behavioral control*, sosialisasi dianggap sebagai faktor yang memudahkan atau menyulitkan perilaku kepatuhan. Penelitian Fazriputri et al. (2021) membuktikan bahwa sosialisasi insentif berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan. Hal ini sejalan dengan teori perilaku terencana di mana pemahaman insentif pajak termasuk dalam *behavioral beliefs*, *control beliefs*, dan *normative beliefs* yang dapat meningkatkan kepatuhan. Berdasarkan landasan teori dan penelitian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha₆: Sosialisasi Pajak memperkuat pengaruh insentif pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Sosialisasi Pajak dalam memoderasi hubungan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Dalam kerangka *control beliefs*, individu meyakini adanya faktor pendukung atau penghambat perilaku, termasuk sanksi pajak. Sanksi pajak berfungsi sebagai jaminan kepatuhan terhadap norma perpajakan serta sebagai pencegah pelanggaran (Rifana et al, 2021; Mardiasmo, 2016). Melalui sosialisasi kebijakan sanksi, wajib pajak dapat lebih memahami konsekuensi hukum, sehingga terdorong untuk patuh. Penelitian (Suriambawa & Ery Setiawan, 2018) menunjukkan bahwa sosialisasi dapat memperkuat pengaruh sanksi terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya sosialisasi perpajakan serta diberikannya sanksi perpajakan yang tegas, akan berdampak pada meningkatnya kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Denpasar Timur. Berdasarkan landasan teori dan penelitian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha₇: Sosialisasi Pajak memperkuat pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Sosialisasi Pajak dalam memoderasi hubungan Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengetahuan perpajakan berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dapat diartikan apabila wajib pajak telah mengetahui seluruh ketentuan perpajakan yang berlaku maka wajib pajak akan dengan mudah melaksanakan kewajiban perpajakannya (Zuhdi et al., 2015). Sehingga seiring dengan meningkatnya pengetahuan pajak yang dimiliki wajib pajak dapat mempengaruhi patuh tidaknya wajib pajak karena wajib pajak sudah mengetahui atas konsekuensi maupun sanksi yang yang bisa dikenakan jika mereka tidak melaksanakan kewajibannya dengan benar. Pengetahuan yang dimiliki oleh wajib pajak dapat diterima

dengan baik jika otoritas perpajakan melakukan sosialisasi/penyuluhan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman wajib pajak. Sikap wajib pajak atas sosialisasi perpajakan jika dihubungkan dengan *Perceived Behavioral Control* (PBC) adalah persepsi wajib pajak bahwa sosialisasi merupakan faktor yang dapat memberi kemudahan atau kesulitan dalam menampilkan perilaku patuh pajak. Menurut Suriambawa (Suriambawa & Ery Setiawan, 2018) sosialisasi perpajakan memiliki peran yang sangat strategis untuk mendorong dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Pemberian materi sosialisasi tentang sanksi perpajakan maka wajib pajak akan dapat mengetahui, memahami dan melaksanakan kewajiban pajak dengan baik. Kurangnya sosialisasi akan berdampak pada rendahnya pengetahuan masyarakat tentang sanksi perpajakan yang menyebabkan rendahnya kesadaran masyarakat untuk melaporkan dan membayar pajak yang pada akhirnya mungkin menyebabkan rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak. Menurut (Qohar, 2019) terdapat pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha₈: Sosialisasi Pajak memperkuat pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Peran Pengaruh Sosialisasi Pajak dalam memoderasi hubungan Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi pajak begitu krusial untuk wajib pajak dalam menunaikan kewajiban perpajakannya. Sosialisasi pajak berperan penting dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak. Kesadaran wajib pajak akan semakin efektif selaras dengan adanya sosialisasi pajak dari DJP. Melalui sosialisasi, fiskus tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mencerminkan kualitas pelayanan pemerintah. Pelayanan yang baik meliputi pemberian informasi yang akurat serta pelayanan yang sesuai aturan, sehingga membentuk persepsi positif wajib pajak (Safitri & Silalahi, 2020). Dalam perspektif *perceived behavioral control* dan teori atribusi, pelayanan sebagai faktor eksternal dapat memengaruhi keputusan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban. Penelitian (Pravasanti & Pratiwi, 2021; Tan et al., 2021) menegaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi kepatuhan wajib pajak.

Ha₉: Sosialisasi Pajak memperkuat pengaruh Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sampel Penelitian

Berdasarkan jenis data yang digunakan, maka penelitian ini termasuk ke dalam penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Riset kuantitatif pada penelitian ini menggabungkan kuantitatif deskriptif dan kuantitatif verifikatif, dimana metode penelitian dilakukan melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini memakai *Purposive Sampling*. Sugiyono (Sugiyono, 2019) mengemukakan bahwa teknik *purposive sampling* merupakan teknik dalam menetapkan sampel dari sudut pandang tertentu. Kuesioner dibagikan kepada WP Orang Pribadi yang teregister di KPP Pratama Bengkulu Satu dan KPP Pratama Bengkulu Dua dengan karakteristik sampel sebagai berikut:

1. Wajib Pajak Orang Pribadi/Badan yang terdaftar di KPP Pratama Bengkulu Satu, atau:
2. Wajib Pajak Orang Pribadi/Badan yang terdaftar di KPP Pratama Bengkulu Dua.
3. Wajib Pajak yang memiliki NPWP.
4. Bermukim di wilayah Bengkulu.
5. Wajib Pajak yang terdampak covid-19.

Penentuan jumlah sampel berdasarkan pendapat Hair et al (2018) adalah tergantung dalam jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Maka dalam penelitian tesis ini peneliti menggunakan rumus penentuan sampel minimal 8 kali dari jumlah indikator. Pada penelitian ini terdapat 25 indikator, maka jumlah responden minimal adalah 25 dikali 8 yaitu 200 responden.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Guna menggambarkan secara jelas dan memudahkan dalam melakukan penyelidikan ini, perlu dideskripsikan definisi operasional dari semua variabel tersebut. Penelitian ini mempunyai empat variabel independen ialah insentif perpajakan, pengetahuan perpajakan, sanksi perpajakan, dan pelayanan perpajakan. Satu variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak serta satu variable *moderating* yaitu sosialisasi pajak. Untuk indikator pengukuran, peneliti mengadopsi indikator pengukuran dari beberapa penelitian sebelumnya yang kemudian peneliti kembangkan lagi. Berikut tabel definisi operasional dan indikator pengukuran pada penelitian ini:

Tabel 3
Definisi Operasional & Indikator Pengukuran

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
1	Insentif pajak	<p>Insentif pajak adalah pemberian insentif pajak dari pemerintah kepada wajib pajak melalui menteri keuangan dengan mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 23 Tahun 2020 (PMK 23 Tahun 2020) Tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Wabah Virus Covid-19. Pemberian insentif ini sebagai respon dari pemerintah atas menurunnya produktivitas para pelaku usaha. Penerapan insentif ini sudah berlaku sejak 21 maret 2020 sampai saat ini.</p>	<p>1. Wajib pajak mengetahui dengan baik fasilitas Insentif Pajak pada masa pandemic Covid-19.</p> <p>2. Wajib pajak mengetahui dengan baik kriteria dan prosedur pengajuan insentif pajak bagi wajib pajak yang terdampak covid-19.</p> <p>3. Insentif Pajak memberikan manfaat bagi wajib pajak pada masa pandemic covid-19</p> <p>4. Wajib Pajak mengetahui tujuan dari adanya kebijakan Insentif Pajak saat pandemi covid-19</p> <p>5. Insentif pajak meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak saat pandemi covid-19.</p> <p>Sumber: Riris (2020), Fazripurni (2020), Halimatusadiah (2022),</p>	Likert 1-5
2	Sanksi Pajak	<p>Sanksi pajak adalah penerapan sanksi perpajakan kepada wajib pajak dimaksudkan agar wajib pajak tidak melalaikan kewajibanya mentaati peraturan perundangan undangan perpajakan.</p>	<p>1. Memahami bahwa wajib pajak yang melanggar peraturan pajak akan dikenakan sanksi tegas sekalipun ditengah pandemic covid-19.</p> <p>2. Memahami bahwa wajib pajak akan dikenakan sanksi jika menyembunyikan objek dan tidak memenuhi kewajiban perpajakannya.</p> <p>3. Memahami tentang sanksi-sanksi yang dapat dijatuhkan kepada wajib pajak.</p> <p>4. Memahami tujuan pengenaan sanksi pajak</p> <p>5. Memahami pengaturan ulang Sanksi pajak pada UU Cipta Kerja</p> <p>Sumber: Kuspratiwi (2017), Oktaviani & Saifudin (2019), Juliani & Rian (2021)</p>	Likert 1-5

3	Pengetahuan Pajak	<p>Pengetahuan pajak adalah proses dimana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan mengenai kewajiban membayar pajak sekalipun ditengah pandemic covid-19 2. Pengetahuan mengenai fungsi dan manfaat pajak 3. Pengetahuan mengenai kebijakan terbaru perpajakan pada masa pandemic covid-19 4. Pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan 5. Mengetahui sanksi administrasi dan pidana bagi wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakan. <p>Sumber: Kuspratiwi (2017), Listyowati (2018), Suyanto & Pratama (2018)</p>	Likert 1-5
4	Pelayanan Pajak	<p>Pelayanan pajak adalah pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak dengan menonjolkan sikap yang baik dan menarik antara lain melayani wajib pajak dengan penampilan serasi, berpikiran positif dan dengan sikap menghargai para wajib pajak</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan petugas pajak dalam memberikan pelayanan baik, tanggap dan memuaskan pada masa pandemi covid-19 2. Pelayanan informasi perpajakan pada masa pandemic covid-19 3. Fasilitas pelayanan dalam membayar dan melapor pajak pada masa pandemic covid-19 yang mudah dan efisien 4. Fiskus senantiasa membantu kesulitan yang dialami oleh WajibPajak 5. Fasilitas lingkungan kantor pajak pada masa pandemic covid-19. <p>Sumber: Juliani dan Rian (2021), Suyanto dan Pratama, (2018)</p>	Likert 1-5
5	Sosialisasi Pajak	<p>Sosialisasi pajak merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memberikan informasi mengenai perpajakan yang bertujuan agar seseorang ataupun kelompok paham tentang perpajakan, sehingga kepatuhan wajib pajak akan meningkat.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sosialisasi Pajak sebagai sarana penyampaian informasi informasi dan edukasi kepada Wajib Pajak pada masa pandemic covid-19 2. Media sebagai sumber informasi perpajakan pada masa pandemic covid-19 3. Efektivitas sosialisasi pajak pada masa pandemic covid-19 4. Kenyamanan pelayanan dalam menyampaikan informasi pajak ditengah pandemic covid-19 5. Manfaat yang dirasakan terhadap sosialisasi pajak pada masa pandemic covid <p>Sumber: Winerungan (2013), Mudiarti & Mulyani (2020), Fazripurtri (2020)</p>	
6	Kepatuhan wajib pajak	<p>Kepatuhan pajak adalah sebuah tindakan yang mencerminkan patuh dan sadar terhadap ketertiban dalam kewajiban perpajakan wajib pajak dengan melakukan pembayaran dan pelaporan atas perpajakan masa dan tahunan dari wajib pajak yang bersangkutan baik untuk kelompok orang atau modal sendiri sebagai modal usaha sesuai dengan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepatuhan mendaftarkan diri menjadi wajib pajak. 2. Menghitung pajak yang terutang dengan jumlah yang benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada masa pandemic covid-19 3. Membayar pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada masa pandemic covid-19 4. Ketepatan dan kejujuran dalam mengisi formulir dan melaporkan pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada masa pandemic covid-19 5. Kedisiplinan Wajib Pajak. 	Likert 1-5

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner dan wawancara terstruktur. Kuesioner disusun berdasarkan skala Likert (1–5), dengan pilihan jawaban dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Selain itu, wawancara dilakukan kepada pegawai pajak dengan pedoman pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Proses wawancara didukung dengan pencatatan, perekaman, serta dokumentasi untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendalam.

Metode Analisis Data

Uji hipotesis penelitian dilaksanakan dengan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) dengan basis *Partial Least Square* (PLS). Teknik penganalisisan dalam riset ini mendayagunakan teknik PLS yang diaplikasikan melalui dua tahapan, yakni pertama ialah melaksanakan tes *measurement model (Outer Model)*, yakni melakukan uji validitas dan reliabilitas konstruk dari tiap-tiap indikator, kedua ialah melaksanakan uji *structural model (Inner Model)* yang ditujukan guna mengidentifikasi terdapat tidaknya dampak antar variabel/korelasi antara konstruk-konstruk yang ditakar dengan mengaplikasikan uji t dari PLS itu sendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 4
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Insentif Pajak	200	1.00	5.00	3.8585	.80528	.648
Pelayanan Pajak	200	1.00	5.00	4.0545	.67002	.449
Pengetahuan Pajak	200	1.00	5.00	4.0863	.68107	.464
Sanksi Pajak	200	1.00	5.00	4.2842	.67110	.450
Sosialisasi Perpajakan	200	1.00	5.00	4.2282	.66007	.436
Kepatuhan Pajak	200	1.00	5.00	4.3942	.57865	.335
Valid N (listwise)	200					

(Sumber: Deskriptif diolah oleh peneliti)

Berdasarkan hasil deskriptif terhadap enam variabel diatas dapat disimpulkan bahwa Variabel Insentif pajak mempunyai nilai minimum 1 dan nilai maximum 5, yang berarti jawaban dari responden dimulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Nilai mean sebesar 3,858 yang menandakan rata-rata responden cenderung menjawab setuju, nilai standar deviasi kisaran pada 0,805 dengan nilai variannya, yakni 0,648. Variabel pelayanan pajak mempunyai nilai mean sebesar 3,054 yang menandakan rata-rata responden cenderung menjawab setuju, nilai standar deviasi kisaran pada 0,670 dengan nilai variannya yakni 0,449. Variabel Pengetahuan pajak mempunyai nilai mean sebesar 4,086 yang menandakan rata-rata responden cenderung menjawab setuju, nilai standar deviasi kisaran pada 0,681 dengan nilai variannya, yakni 0,464. Variabel Sanksi pajak mempunyai nilai mean sebesar 4,282 yang menandakan rata-rata responden cenderung menjawab setuju, nilai standar deviasi kisaran pada 0,671 dengan nilai variannya, yakni 0,450. Variabel sosialisasi pajak mempunyai nilai mean sebesar 4,228 yang menandakan rata-rata responden cenderung menjawab setuju, nilai standar deviasi kisaran pada 0,660 dengan nilai variannya, yakni 0,436. Variabel kepatuhan pajak

mempunyai nilai mean sebesar 4,394 yang menandakan rata-rata responden cenderung menjawab setuju, nilai standar deviasi kisaran pada 0,578 dengan nilai variannya, yakni 0,335.

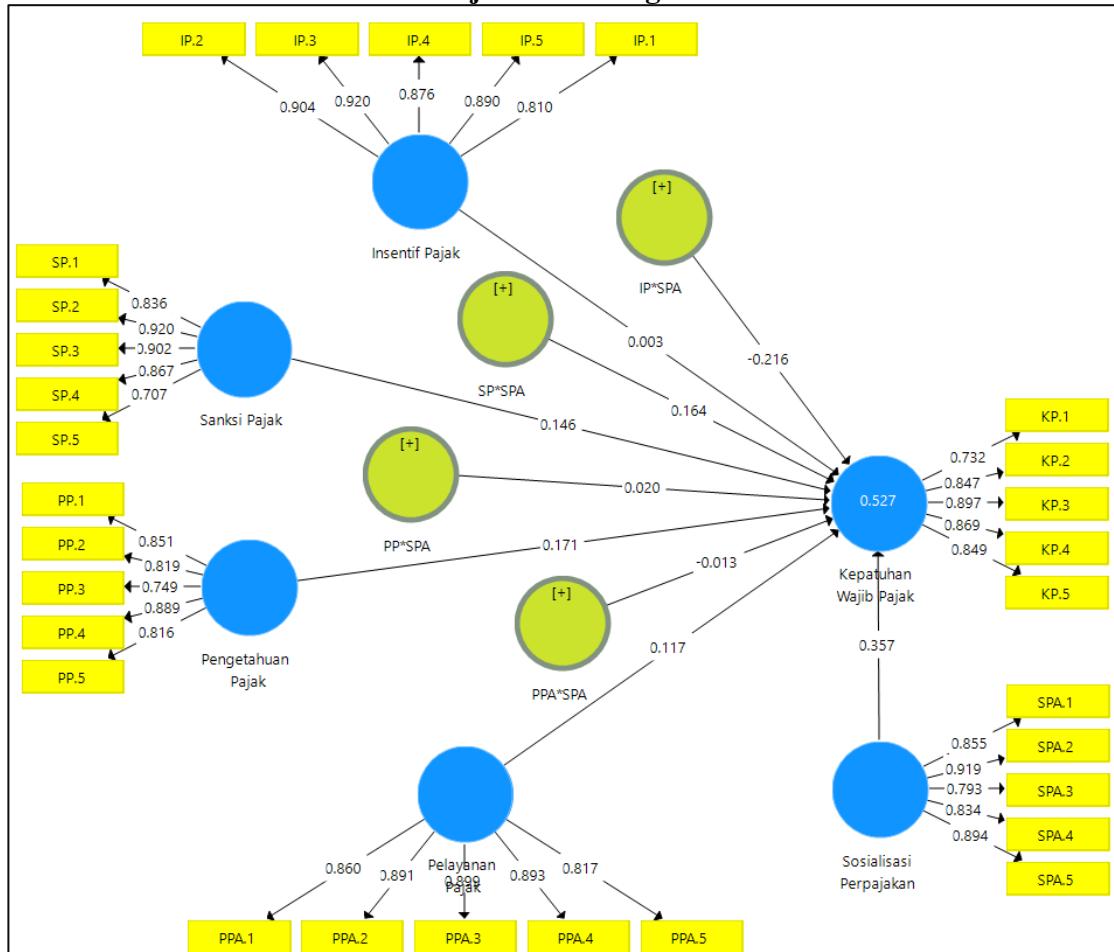
Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Outer Model Atau Pengukuran Bagian Luar dinamakan pula sebagai model pengukuran. Adapun berbagai cara dalam menakar model ukur ini, diantara dengan:

- 1) Validitas Konvergen (*Convergent-Validity*)
- 2) Validitas Diskriminan (*Discriminant-Validity*)
- 3) Uji Reliabilitas

Uji Validitas Konvergen

Gambar 2
Hasil Uji Model Pengukuran



Sumber: Hasil olah data SEM-PLS (2023)

Berikut adalah nilai outer loading dari masing-masing indikator pada variabel penelitian:

Tabel 5
Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Loading (>0.7)	Average Variance Extracted (AVE) (>0.5)	Hasil
Incentif Pajak	IP.1	0.810	0.776	Valid
	IP.2	0.904		Valid

	IP.3	0.920	Valid
	IP.4	0.876	Valid
	IP.5	0.890	Valid
	KP.1	0.732	Valid
	KP.2	0.847	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak	KP.3	0.897	0.707
	KP.4	0.869	Valid
	KP.5	0.849	Valid
	PP.1	0.851	Valid
	PP.2	0.819	Valid
Pengetahuan Pajak	PP.3	0.749	0.682
	PP.4	0.889	Valid
	PP.5	0.816	Valid
	PPA.1	0.860	Valid
	PPA.2	0.891	Valid
Pelayanan Pajak	PPA.3	0.899	0.761
	PPA.4	0.893	Valid
	PPA.5	0.817	Valid
	SP.1	0.836	Valid
	SP.2	0.920	Valid
Sanksi Pajak	SP.3	0.902	0.722
	SP.4	0.867	Valid
	SP.5	0.707	Valid
	SPA.1	0.855	Valid
	SPA.2	0.919	Valid
Sosialisasi Perpajakan	SPA.3	0.793	0.740
	SPA.4	0.834	Valid
	SPA.5	0.894	Valid

Sumber: Hasil olah data SEM-PLS (2023)

Berdasarkan sajian data dalam tabel 5 di atas, diketahui bahwa indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai outer loading $> 0,7$, kriteria lainnya adalah dengan melihat nilai *average variance extracted* (AVE) dari masing-masing variabel, dimana seluruh variabel penelitian dalam model penelitian ini telah memiliki nilai lebih dari 0,50 seperti yang dipersyaratkan. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator dalam model penelitian ini telah dianggap *valid* untuk secara bersama-sama mengukur konstruknya masing-masing.

Uji Validitas Diskriminan

Tabel 6
Validitas Diskriminan

IP* SPA	IP	KP	PP* SPA	PPA* SPA	PPA	PP	SP* SPA	SP	SP A
IP*SPA									
IP	0.249								
KP	0.424	0.450							
PP*SPA	0.781	0.353	0.391						

PPA*SP	0.730	0.404	0.393	0.851				
PPA	0.456	0.519	0.661	0.514	0.571			
PP	0.388	0.698	0.689	0.490	0.502	0.744		
SP*SPA	0.755	0.325	0.321	0.860	0.772	0.431	0.422	
SP	0.349	0.635	0.595	0.411	0.413	0.590	0.832	0.386
SPA	0.416	0.508	0.721	0.486	0.428	0.817	0.777	0.462
								0.605

Sumber: Data diolah SEM-PLS (2023)

Pada tabel 6 diatas output matrix dari pengujian validitas dan reliabilitas dengan metode HTMT, jika nilai matrix HTMT untuk variabel yang diteliti <0,9 maka dapat dinyatakan konstruk memiliki discriminant validity, Semua nilai HTMT pada matriks diatas telah memenuhi syarat karena semua variabel memiliki nilai HTMT <0,9, sehingga Semua variabel lolos uji validitas.

Uji Reliabilitas

Tabel 7
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Insentif Pajak	0.927	0.945
Kepatuhan Wajib Pajak	0.895	0.923
Pelayanan Pajak	0.922	0.941
Pengetahuan Pajak	0.883	0.915
Sanksi Pajak	0.902	0.928
Sosialisasi Perpajakan	0.911	0.934

Sumber: Data diolah SEM-PLS (2023)

Pada tabel 7 diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR) lebih dari 0,7 sehingga dikatakan konstruk tersebut reliabel (Hair et al, 2019).

Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Tabel 8
Koefisien Determinasi

Variabel	R Square	Kategori
Kepatuhan Wajib Pajak	0.527	Moderate

Sumber: Data diolah SEM-PLS (2023)

Berdasarkan sajian data pada tabel 8 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *R-square* untuk variabel Patient Satisfaction adalah 0,527. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa presentase besarnya Kepatuhan Wajib Pajak dapat dijelaskan oleh *Insentif Pajak*, *Pelayanan Pajak*, *Pengetahuan Pajak*, *Sanksi Pajak* dan *Sosialisasi Perpajakan* sebesar 52,7%.

Overall Fit Index-Goodness of Fit (GoF)

Tabel 9
Overall Fit Index

Konstruk Laten	AVE	R-Square
Insentif Pajak	0.776	0.527

Pelayanan Pajak	0.761	0.527
Pengetahuan Pajak	0.682	0.527
Sanksi Pajak	0.722	0.527
Sosialisasi Perpajakan	0.740	0.527
Rata-rata	0.736	0.527
Nilai GoF		0.623
Kesimpulan		GoF Besar

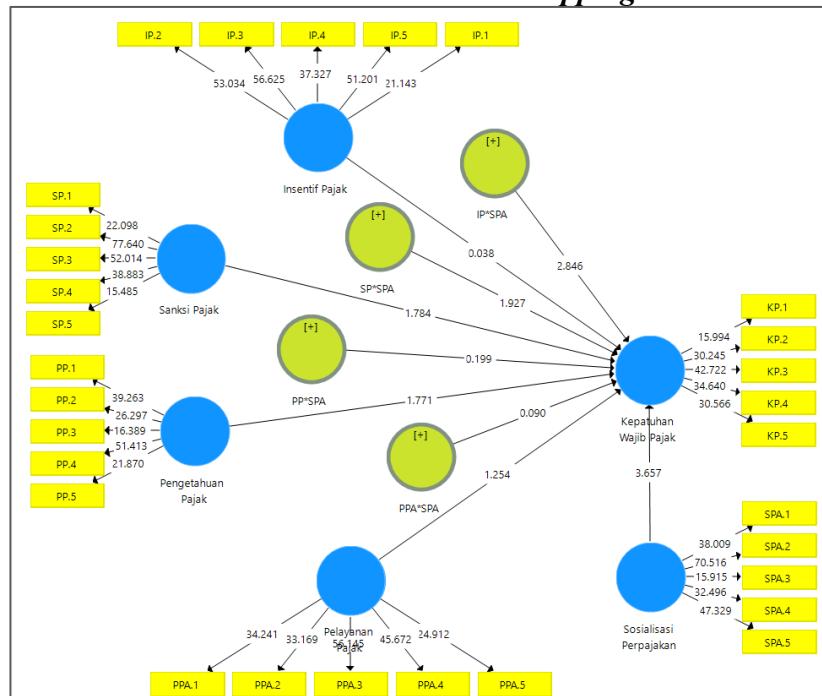
Sumber: Data diolah SEM-PLS (2023)

Berdasarkan pada tabel 9 tersebut memaparkan bahwasanya perihal kesesuaian model secara keseluruhan menampilkan nilai sebesar 0,623 menampilkan model yang terbentuk dalam riset ini secara keseluruhan mempunyai kekuatan prediksi yang besar dalam menjelaskan hubungan konstruk eksogen insentif pajak, pelayanan pajak dan sanksi pajak, pengetahuan pajak terhadap konstruk endogen kepatuhan pajak dalam moderasi sosialisasi perpajakan

Uji Hipotesis

Uji signifikansi ini bertujuan untuk menentukan adanya signifikansi pengaruh antar variabel dalam model penelitian sehingga dapat digeneralisir pada tingkat populasi. Pengujian ini dilakukan dengan metode *bootstrapping* dengan menggunakan *re-sampling* dan diolah dengan SmartPLS 3.2.9 (Ringle *et al.*, 2015; Memon *et al.*, 2021). Karena arah pengaruh hipotesis sudah dinyatakan dengan jelas “positif/negatif” maka uji statistik yang tepat adalah *one-tailed*. Dikatakan ada pengaruh yang positif dan signifikan jika nilai *T-statistic* > *T-tabel* (1,645) pada tingkat signifikansi 5% (*alpha* = 0,05), sebaliknya jika *T-statistic* < *T-tabel* (1,645) maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara kedua variabel (Ringle *et al.*, 2015; Sarstedt *et al.*, 2017). Gambar di bawah ini menunjukkan hasil pengolahan data PLS-SEM untuk penentuan hasil uji hipotesis:

Gambar 3
Model Struktural Bootstrapping



Sumber: Data diolah SEM-PLS (2023)

Hasil Uji Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Tabel 10
Path Coefficient

Hipotesis		T Statistics	P Values	Hasil	Arah
H1	Insentif Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	0.038	0.485	H1 Ditolak	Positif
H2	Sanksi Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	1.784	0.038	H2 Diterima	Positif
	Pengetahuan Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	1.771	0.039	H3 Diterima	Positif
H4	Pelayanan Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	1.254	0.105	H4 Ditolak	Positif
	Sosialisasi Perpajakan -> Kepatuhan Wajib Pajak	3.657	0.000	H5 Diterima	Positif
H5	Pajak				

Sumber: Data diolah SEM-PLS (2023)

Berdasarkan sajian pada tabel 10 diatas, maka diperoleh hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
Diketahui bahwa t hitung untuk variabel Insentif Pajak adalah 0,038 dengan nilai P-value 0,485. Karena nilai t-statistic $0,038 < 1,645$ dan nilai P-Values $0,485 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H1 ditolak** artinya Insentif Pajak tidak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
2. Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
Diketahui bahwa t hitung untuk variabel Sanksi Pajak adalah 1,784 dengan nilai P-value 0,038. Karena nilai t-statistic $1,784 > 1,645$ dan nilai P-Values $0,038 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H2 diterima** artinya Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
3. Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
Diketahui bahwa t hitung untuk variabel Pengetahuan Pajak adalah 1,771 dengan nilai P-value 0,03. Karena nilai t-statistic $1,771 > 1,645$ dan nilai P-Values $0,039 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H3 diterima** artinya Pengetahuan Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
4. Pengaruh Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
Diketahui bahwa t hitung untuk variabel Pelayanan Pajak adalah 1,254 dengan nilai P-value 0,105. Karena nilai t-statistic $1,254 < 1,645$ dan nilai P-Values $0,105 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H4 ditolak** artinya Pelayanan Pajak tidak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
5. Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
Diketahui bahwa t hitung untuk variabel Sosialisasi Pajak adalah 3,657 dengan nilai P-value 0,000. Karena nilai t-statistic $3,657 > 1,645$ dan nilai P-Values $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H5 diterima** artinya Sosialisasi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Hasil Uji Efek Moderasi

Tabel 11
Path Coefficient

Hipotesis		T Statistics	P Values	Hasil	Arah
H6	IP*SPA -> Kepatuhan Wajib Pajak	2.846	0.002	H6 Diterima	Positif
H7	SP*SPA -> Kepatuhan Wajib Pajak	1.927	0.027	H7 Diterima	Positif
H8	PPA*SPA -> Kepatuhan Wajib Pajak	0.090	0.464	H8 Ditolak	Positif
H9	PP*SPA -> Kepatuhan Wajib Pajak	0.199	0.421	H9 Ditolak	Positif

Sumber: Data diolah SEM-PLS (2023)

Berdasarkan sajian pada tabel 11 diatas, maka diperoleh hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Sosialisasi Pajak dan Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Diketahui bahwa t hitung pengaruh Sosialisasi Pajak dan Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak adalah 2,846 dengan nilai P-value 0,002. Karena nilai t-statistic $2,846 > 1,645$ dan nilai P-Values $0.002 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H6 diterima** artinya Sosialisasi Pajak memperkuat pengaruh insentif pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
2. Pengaruh Sosialisasi Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Diketahui bahwa t hitung pengaruh Sosialisasi Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak adalah 1,927 dengan nilai P-value 0,027. Karena nilai t-statistic $1,927 > 1,645$ dan nilai P-Values $0.027 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H7 diterima** artinya Sosialisasi Pajak memperkuat pengaruh sanksi pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
3. Pengaruh Sosialisasi Pajak dan Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Diketahui bahwa t hitung pengaruh Sosialisasi Pajak dan Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak adalah 0,090 dengan nilai P-value 0,464. Karena nilai t-statistic $0,090 < 1,645$, dan nilai P-Values $0.464 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H8 ditolak** artinya Sosialisasi Pajak tidak signifikan memperkuat pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
4. Pengaruh Sosialisasi Pajak dan Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Diketahui bahwa t hitung pengaruh Sosialisasi Pajak dan Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak adalah 0,199 dengan nilai P-value 0,421. Karena nilai t-statistic $0,199 < 1,645$, dan nilai P-Values $0.421 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H9 ditolak** artinya Sosialisasi Pajak tidak memperkuat pengaruh Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil analisis menunjukkan bahwa H1 ditolak artinya insentif pajak tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini mengindikasikan bahwa kebijakan keringanan pajak yang diberikan pemerintah selama masa pandemi Covid-19 tidak cukup efektif dalam meningkatkan kepatuhan. Dari perspektif **Teori Atribusi**, insentif pajak merupakan faktor eksternal yang seharusnya memengaruhi perilaku wajib pajak melalui mekanisme situasional. Namun, tidak adanya pengaruh signifikan menunjukkan bahwa respon wajib pajak terhadap faktor eksternal tersebut masih rendah. Kondisi ini dapat disebabkan oleh minimnya sosialisasi dan rendahnya tingkat pemahaman masyarakat terhadap kebijakan insentif yang diberikan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Dewi et al. (2020) dan Gusrina et al. (2021) yang menyatakan bahwa insentif pajak selama pandemi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan karena implementasinya bersifat sementara dan tidak merata secara informasi. Dengan demikian, kebijakan insentif pajak belum menjadi instrumen yang efektif dalam mendorong perilaku patuh wajib pajak, khususnya di daerah dengan tingkat literasi perpajakan yang masih rendah seperti Provinsi Bengkulu.

Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil analisis menunjukkan bahwa H2 diterima artinya sanksi pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penerapan sanksi yang tegas dan konsisten berfungsi sebagai alat kontrol eksternal yang efektif dalam meningkatkan kepatuhan. Berdasarkan Theory of Planned Behavior, sanksi pajak berhubungan dengan komponen *perceived behavioral control*, dimana individu menyesuaikan perilakunya terhadap

konsekuensi yang tidak dapat dikendalikan. Artinya, semakin kuat persepsi wajib pajak terhadap keberadaan sanksi, semakin tinggi dorongan untuk bertindak patuh. Temuan ini sejalan dengan penelitian Siahaan & Halimatusyadiah (2018), Perdana & Dwirandra (2020), serta Pravasanti & Pratiwi (2021) yang menegaskan bahwa sanksi pajak merupakan faktor determinan penting dalam kepatuhan pajak. Dengan demikian, kebijakan sanksi yang adil, proporsional, dan ditegakkan secara konsisten akan memperkuat kontrol perilaku wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya.

Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil analisis menunjukkan bahwa H3 diterima artinya pengetahuan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman yang memadai mengenai ketentuan perpajakan mampu meningkatkan kesadaran dan niat wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya. Berdasarkan TPB, pengetahuan pajak termasuk dalam *normative belief*, yaitu keyakinan individu terhadap norma sosial dan hukum yang mendorong perilaku patuh. Hasil ini mendukung penelitian Putra et al. (2019) dan Perdana & Dwirandra (2020) yang menemukan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan. Dengan demikian, peningkatan literasi perpajakan menjadi kunci dalam membangun kepatuhan pajak yang berkelanjutan, terutama di kalangan wajib pajak orang pribadi dan pelaku UMKM.

Pengaruh Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil analisis menunjukkan bahwa H3 ditolak artinya pelayanan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pelayanan tatap muka selama pandemi dan belum optimalnya sistem pelayanan digital di wilayah Bengkulu. Dalam perspektif TPB, pelayanan pajak merupakan bagian dari *control beliefs* yang berfungsi sebagai faktor pendukung perilaku patuh. Namun, pada kondisi pandemi, kualitas layanan daring yang rendah serta keterbatasan kemampuan teknologi wajib pajak menghambat efektivitasnya. Temuan ini selaras dengan penelitian Dewi et al. (2020) yang menyebutkan bahwa pelayanan perpajakan secara daring belum mampu menggantikan pelayanan konvensional. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan berbasis digital serta pendampingan teknis kepada wajib pajak menjadi langkah penting bagi otoritas perpajakan.

Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil analisis menunjukkan bahwa H4 diterima artinya sosialisasi pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi berperan sebagai media transfer pengetahuan dan pembentukan persepsi positif terhadap sistem perpajakan. Dalam kerangka TPB, sosialisasi pajak berkaitan dengan *behavioral beliefs* yang mempengaruhi keyakinan individu terhadap manfaat perilaku patuh. Temuan ini konsisten dengan penelitian Rahmat et al. (2020) dan Firmansyah et al. (2022) yang menegaskan bahwa intensitas dan kualitas sosialisasi secara signifikan meningkatkan kepatuhan. Oleh karena itu, peningkatan strategi komunikasi fiskal dan perluasan kanal sosialisasi menjadi krusial dalam memperkuat kesadaran wajib pajak.

Pengaruh Sosialisasi Pajak dalam Memoderasi Hubungan Insentif Pajak, Sanksi Pajak, Pengetahuan Pajak, dan Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Analisis moderasi menunjukkan bahwa H6 diterima, artinya sosialisasi pajak memperkuat pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Insentif pajak yang diberikan pemerintah selama pandemi COVID-19 mendorong wajib pajak untuk tetap produktif, dan efektivitasnya meningkat ketika kebijakan tersebut disosialisasikan dengan baik

oleh DJP. Semakin intens sosialisasi dilakukan, semakin tinggi kepatuhan wajib pajak (Sholehah & Ramayanti, 2022). Hal ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (TPB), di mana sosialisasi memengaruhi perceived behavioral control serta behavioral beliefs wajib pajak dalam memahami dan memanfaatkan kebijakan insentif pajak. Penelitian Fazripurni et al. (2021) juga menegaskan bahwa sosialisasi insentif pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, khususnya di Provinsi Bengkulu.

Hasil analisis menunjukkan H7 diterima, artinya sosialisasi pajak memperkuat pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi kebijakan sanksi membantu wajib pajak memahami risiko ketidakpatuhan, sehingga meningkatkan niat untuk taat pajak sesuai konsep control beliefs dalam TPB. Penelitian (Suriambawa & Ery Setiawan, 2018) mendukung temuan ini bahwa sosialisasi pajak mampu memoderasi pengaruh sanksi terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Dengan demikian, kombinasi antara sosialisasi yang efektif dan penegakan sanksi tegas terbukti meningkatkan kepatuhan wajib pajak di Bengkulu.

Hasil Analisis menunjukkan H8 ditolak, artinya sosialisasi pajak tidak memperkuat hubungan antara pengetahuan pajak dan kepatuhan wajib pajak. Secara teori, pengetahuan pajak yang baik seharusnya mempermudah wajib pajak memenuhi kewajibannya (Zuhdi et al., 2015), namun hasil ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan di Bengkulu belum optimal selama pandemi. Penelitian Sharini & Asyik (2021) juga menunjukkan bahwa sosialisasi pengetahuan pajak yang belum maksimal menurunkan tingkat kepatuhan wajib pajak.

Hasil analisis menunjukkan H9 ditolak, artinya sosialisasi pajak tidak memperkuat pengaruh pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Meskipun sosialisasi berperan penting dalam membentuk kesadaran pajak, keterbatasan interaksi langsung selama pandemi menghambat efektivitas pelayanan pajak. Petugas pajak berperan penting dalam membentuk persepsi masyarakat, namun pada masa pandemi pelayanan daring belum sepenuhnya dipahami oleh wajib pajak di Bengkulu. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ester et al. (2017) dan Dewi et al. (2020) yang menemukan bahwa pelayanan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak karena keterbatasan pelayanan tatap muka selama pandemi.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan pada bagian sebelumnya, maka penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan bahwa Sanksi pajak, Pengetahuan pajak, Sosialisasi pajak berpengaruh positif sedangkan insentif pajak dan Pelayanan pajak tidak berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Dengan adanya moderasi dari sosialisasi pajak, maka variabel sosialisasi pajak ternyata mampu memperkuat pengaruh antara insentif pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Akan tetapi, sosialisasi perpajakan tidak mampu memperkuat pengaruh antara pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dan pelayanan pajak.

Dengan hasil penelitian yang dilakukan, peningkatan sosialisasi pajak dapat dilakukan oleh otoritas pajak sebagai bentuk dorongan yang dapat menambah kepatuhan wajib pajak pada masa pandemic covid-19. Dengan hal ini, faktor-faktor yang dapat mendorong kepatuhan wajib pajak tersebut dapat menjadi pertimbangan otoritas pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak di masa mendatang.

Keterbatasan

Hasil penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu Penelitian ini tidak dilakukan secara komprehensif kepada wajib pajak yang ada di wilayah Provinsi Bengkulu secara keseluruhan dengan jumlah setengah dari populasi penduduk wajib pajak yang ada di wilayah tersebut. Namun, peneliti membatasi dengan teori Hair perihal pemilihan sampel dan Penyebaran kuesioner yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan masa wabah Covid-19

sehingga sulit untuk melakukan kontak langsung secara fisik dalam waktu lama ataupun dalam keadaan terbatas dan darurat karena takut akan wabah dan terinfeksi virus Covid-19 yang sangat berbahaya untuk menular dan mempertimbangkan kesehatan dan keselamatan nyawa.

Implikasi

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas model *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan menempatkan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi yang relevan dalam menjelaskan perilaku kepatuhan pajak pada situasi krisis seperti pandemi COVID-19. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber refensi baru atau sebagai tambahan dasar yang relevan bagi para akademisi kedepannya yang tertarik melaksanakan riset mengenai insentif pajak, sanksi pajak, pengetahuan pajak, dan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada masa pandemic covid-19 dengan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi.

Secara praktis, penelitian ini dapat bermanfaat bagi para akademisi maupun pemerintah dan juga bagi masyarakat umum yang terlebih khusus di sekitar wilayah Kota Bengkulu atau sekitarnya maupun secara global guna dimasa yang akan datang akan hadir suatu waktu kedepannya dalam mengetahui serta mempertimbangkan aspek-aspek yang berpotensial guna membantu dalam meningkatkan kepatuhan pajak bagi wajib pajak dalam membayar pajak. Lalu penelitian ini dapat bermanfaat bagi regulator (DJP) dan juga khususnya untuk KPP Pratama Bengkulu Satu dan KPP Pratama Bengkulu Dua. Dalam meningkatkan efektivitas dalam bentuk Sosialisasi atau Penyuluhan Perpajakan yang baik secara efektif dan efisien dimana nantinya akan memberikan respon yang baik dari Wajib Pajak dalam pemenuhan kewajiban pajaknya.

Dengan sosialisasi juga diharapkan Wajib Pajak dapat memahami peraturan yang berlaku dengan benar, baik dan jelas sehingga Wajib Pajak dapat memenuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku dan Wajib Pajak tidak mengalami kebingungan tersendiri atau ketidakpastian karena perubahan dalam peraturan perpajakan yang ada dan yang diberlakukan. Pemerataan sosialisasi perpajakan yang diberikan mampu membuat wajib pajak memahami prosedur perpajakan dan mendorong wajib pajak untuk lebih patuh terhadap perpajakan. Sosialisasi perpajakan harus diadakan secara berkala pada segala lapisan masyarakat serta pemberian perhatian kepada daerah yang belum mendapat sosialisasi mengenai kepatuhan wajib pajak. Jika wajib pajak sudah paham akan prosedur perpajakan maka wajib pajak akan menjalankan kewajiban pajaknya dengan lebih mudah sehingga meningkatkan kepatuhan membayar pajak.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar penelitian selanjutnya tetap mengkaji topik yang serupa dengan melakukan pengembangan variabel agar hasil penelitian lebih komprehensif. Peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang relevan, seperti literasi digital, keadilan pajak, atau kepercayaan terhadap otoritas pajak, serta mempertimbangkan penggunaan variabel kontrol atau mediasi untuk memperdalam analisis hubungan antarvariabel.

Selain itu, penelitian mendatang disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasilnya lebih representatif dan dapat digeneralisasikan ke daerah lain di Indonesia. Jumlah sampel juga dapat ditingkatkan sehingga hasil penelitian lebih akurat dan dapat mencerminkan kondisi wajib pajak secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen , I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action-Control: From Cognition to Behavior* (pp. 11-39). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality and Behavior. In *International Journal of Strategic Innovative Marketing* (Vol. 3, pp. 117–191).
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Andrew, R., & Sari, D. P. (2021). Insentif PMK 86/2020 Di Tengah Pandemi Covid 19: Apakah Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Surabaya? *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(02), 349–366. <https://doi.org/10.29040/jap.v21i02.1597>
- Dewi, S., Widyasari, & Nataherwin. (2020). Pengaruh Insentif Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Selama Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2(1), 5–7.
- Dharma, G. P. E., & Suardana, K. A. (2014). Pengaruh kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan pada kepatuhan wajib pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 6(1), 340–353
- Firmansyah, A., Harryanto, & Trisnawati, E. (2022). Peran Mediasi Sistem Informasi Dalam Hubungan Sosialisasi Pajak, Sanksi Pajak, Kesadaran Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Pajak Indonesia*, 6(1), 130–142. <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/JPI/article/view/1622/850>
- Gunadi. (2018). *Panduan Komprehensif Pajak Penghasilan*. Bee Media Indonesia.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Kemenkeu. (2021). *Merekam Pandemi Covid-19 dan Memahami Kerja Keras Pengawal APBN*.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan: Edisi Terbaru 2016* (edisi ke-1). Yogyakarta: Andi Offset. ISBN 978-979-29-5324-4.
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan-Edisi Terbaru 2018*. C.V ANDI OFFSET.
- Ndalu & Wahyudi (2022). Pengaruh Penerapan E-System Perpajakan, Insentif Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Selama Masa Pandemi (Studi pada Wajib Pajak terdaftar di KPP Pratama Jepara). *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(1), 193–204. <https://doi.org/10.51903/kompak.v15i1.636>
- Nuskha, D., Diana, N., & Sudaryanti, D. (2021). Pengaruh Pemberian Insentif Pajak Di Tengah Pandemi Corona Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) (Studi Kasus Pada KPP Malang Utara). *E-Jra*, 10(06), 1–9.
- Paramaduhita, A. V., & Mustikasari, E. (2018). Non-employee individual taxpayer compliance: Relationship with income and perception of taxpayer. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 112–122. <https://doi.org/10.1108/AJAR-06-2018-0007>
- Perdana, E. S., & Dwirandra, A. A. N. . (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1458. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i06.p09>
- Pravasanti, Y. A., & Pratiwi, D. N. (2021a). Pengaruh Kesadaran, Pemahaman, Sanksi, Dan Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Moderating Preferensi Risiko. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(02), 405–411. <https://doi.org/10.29040/jap.v21i02.1738>
- Pravasanti, Y. A., & Pratiwi, D. N. (2021b). Pengaruh Kesadaran , Pemahaman , Sanksi , Dan Pelayanan Terhadap Kepatuhan. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2), 405–411.
- Putra, W. E., Kusuma, I. L., & Dewi, M. W. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi dan Badan di Wilayah Kota Jambi. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(1), 43. <https://doi.org/10.29040/jap.v20i1.360>
- Qohar, A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Pajak Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Moderasi*.

- Rifana, D. A., Kusuma, I. L., & Tho'in, M. (2021). Analisis Pengaruh Pelayanan Fiskus, Sanksi Perpajakan, dan Penerapan E-filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Surakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(1), 313. <https://doi.org/10.29040/jap.v22i1.2792>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J. M. (2015). SmartPLS 3. Boenningstedt: SmartPLS GmbH.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2008). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat.
- Safitri, D., & Silalahi, S. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus, Pemahaman Peraturan Perpajakan Dan Penerapan Sistem E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak: Sosialisasi Perpajakan Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(2). <https://doi.org/10.29040/jap.v20i2.688>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer.
- Sholehah, L., & Ramayanti, R. (2022). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pada Masa Covid 19. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA No*, 2(1), 25.
- Siahaan, S., & Halimatusyadiah. (2018). Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi*, 8(1), 1–13.
- Soda, J., J.Sondakh, J., & Budiarso, N. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak Dan Persepsi Keadilan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 1115–1126.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Sulistianingrum. (2009). *Kualitas pelayanan administrasi dan sosialisasi perpajakan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak (Studi kasus pada KPP Pratama Jakarta Setiabudi Satu)* (Skripsi). Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
- Sulistyowatie, S. L., & Pahlevi, R. W. (2018). Penerapan Good Corporate Governance, Whistleblowing System Dan Risiko Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Kabupaten Sleman. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 152–160. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i2.6743>
- Suriambawa, A., & Ery Setiawan, P. (2018). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan WPOP. *E-Jurnal Akuntansi*, 25, 2185. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v25.i03.p21>
- Suyanto, S., & Pratama, Y. H. (2018). Kepatuhan wajib pajak orang pribadi: Studi aspek pengetahuan, kesadaran, kualitas layanan dan kebijakan sunset policy. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 139–158. <https://doi.org/10.24914/jeb.v21i1.704>
- Tan, R., Hizkiel, Y. D., Firmansyah, A., & Trisnawati, E. (2021). Kepatuhan Wajib Pajak Di Era Pandemi Covid 19 : Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Perpajakan, Peraturan Perpajakan. *Educoretax*, 1(3), 208–218. <https://doi.org/10.54957/educoretax.v1i3.35>
- Wardana, M. F. ., Syifa, N. A., & Bunga, R. U. (2020). *Antologi Karya Perpajakan: Sebuah Persembahan Mahasiswa Jurusan Pajak*. CV Budi Utama.
- www.pajak.go.id. (2020). *Maknai Momentum Pandemi, DJP Transformasi Pelayanan Pajak | Direktorat Jenderal Pajak*.
- Zuhdi, F. A., & Azizah, D. F. (2015). Pengaruh Penerapan E-SPT dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Perpajakan*, 7(1).
- 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>