



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 632-645

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Moral Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sosialisasi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Badan

I Luh Nova Dewi^{1✉}, Ni Luh Supadmi²

Universitas Udayana

Email: iluhnovadewi@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Salah satu upaya memandirikan negara dari segi pendanaan pembangunan nasional yaitu dengan mengeksplorasi sumber biayanya yaitu pajak. Kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak memiliki peran penting untuk membantu pemerintah mempercepat pembangunan nasional dan membiayai belanja daerah yang semakin hari semakin meningkat. Studi ini berfokus guna menganalisis dampak moral pajak, pengetahuan perpajakan, serta sosialisasi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak UMKM Badan. Lokasi studi ini terletak di KPP Pratama Badung Utara, keseluruhan sampel yang dipakai yaitu 100 orang wajib pajak yang dihitung memakai rumus slovin dengan metode *accidental sampling*. Penghimpunan data dilaksanakan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang dipakai yaitu analisis regresi linear berganda. Temuan studi ini mengungkapkan bahwa moral pajak, pengetahuan perpajakan, serta sosialisasi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM Badan. Implikasi teoritis studi ini yaitu mampu menjelaskan dampak moral pajak, pengetahuan perpajakan, dan sosialisasi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak UMKM Badan yang dikaitkan dengan teori atribusi dan teori kepatuhan. Implikasi praktis studi ini yaitu menyediakan informasi serta dapat bisa menjadi bahan penilain bagi pemerintah dan DJP untuk menciptakan kebijakan perpajakan dalam upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan bagi KPP Pratama Badung Utara diharapkan lebih meningkatkan sosialisasi perpajakan untuk memperdalam pengetahuan wajib pajak, dengan demikian wajib pajak akan melaksanakan kewajibannya dengan baik.

Kata Kunci: *Kepatuhan; Moral Pajak, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan*

Abstract

One effort to make the country independent in terms of national development funding is by exporting its source of costs, namely taxes. Community compliance in paying taxes has an important role in helping the government accelerate national development and finance regional spending which is increasing day by day. This study focuses on analyzing the impact of tax morale, tax knowledge, and tax socialization on corporate MSME taxpayer compliance. The location of this study is at KPP Pratama North Badung, the total sample used is 100 taxpayers who were calculated using the Slovin formula with the accidental sampling method. Data collection was carried out by distributing questionnaires. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The findings of this study reveal that tax morale, tax knowledge, and tax socialization have a positive influence on corporate MSME taxpayer compliance. The theoretical implication of this study is that it is able to explain the impact of tax morale, tax knowledge, and tax socialization on corporate MSME taxpayer compliance which is linked to attribution theory and compliance theory. The practical implication of this study is that it provides information and can be used as assessment material for the government and DJP to create tax policies in an effort to increase taxpayer compliance and for the North Badung Pratama KPP it is hoped that it will further increase tax socialization to deepen taxpayer knowledge, so that taxpayers will implement his obligations well.

Keywords: Compliance, Tax Morals, Tax Knowledge, Tax Socialization

PENDAHULUAN

Di Indonesia penerimaan pajak masih menjadi andalan negara, dikutip dari *website* kemenkeu dari situs legal kemenkeu.go.id yaitu pendapatan negara sampai akhir Oktober 2023 menjangkau Rp2.240,1 triliun atau 90,9 dari sasaran tahun 2023. pendapatan negara ini di dukung oleh penerimaan pajak yaitu Rp1.523,7 triliun, ini berarti 88,7 persen dari sasaran tahun ini berkembang 5,3 persen dari tahun lalu yaitu Rp1.446,5 triliun (Kementerian Keuangan, 2023). Besarnya kontribusi pajak ini tentunya akan mendorong pemerintah untuk menggali dan memaksimalkan lebih banyak sektor yang berkemungkinan menaikkan penerimaan pajak. UMKM adalah salah satu pilar krusial dalam mendukung ekonomi Indonesia. Berdasarkan keterangan dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM sekarang menembus 64,2 juta entitas, yang menyumbang 61,07 persen pada PDB atau sekitar 8.573,89 triliun rupiah. Dalam memberikan sumbangsuhnya kepada ekonomi Indonesia, UMKM memiliki kapasitas untuk menyerap sekitar 117 juta pekerja, yang merupakan sekitar 97 persen dari keseluruhan tenaga produktif, serta bisa mengumpulkan sampai 60,4 persen dari keseluruhan investasi (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021). Walaupun jumlahnya besar dalam hal jumlah entitas, tingkat kepatuhan pajak UMKM tidak yaitu jumlah keseluruhannya. Hanya 2,31 juta UMKM yang bersedia untuk membayar pajak (Mahdi, 2022). Jumlah tersebut terdiri dari

sekitar 2,05 juta UMKM yang merupakan Wajib Pajak Orang Pribadi dan sekitar 257 ribu perusahaan UMKM yang merupakan Wajib Pajak Badan (Mahdi, 2022)

Pada tahun 2022, nilai total penerimaan perpajakan Indonesia mencapai Rp 2.034,5 triliun dengan keseluruhan perolehan PPh mencapai Rp 998,2 triliun dengan kontribusi 49,06 persen pada total penerimaan perpajakan (Kementrian Keuangan, 2023). Menurut Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan tahun 2022, Pajak Penghasilan (PPh) dari sektor UMKM mencapai Rp 7,5 triliun atau sekitar 1,1 persen dari keseluruhan perolehan PPh secara menyeluruh. Hal ini diakibatkan oleh tingkat literasi serta pemahaman yang rendah dalam penghitungan perpajakan, sehingga keikutsertaan dari pelaku UMKM pada penerimaan pajak masih tergolong rendah (Intan & Zuraya, 2022). Menurut data dari Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan Badung, sejak 2019 sampai 2022, jumlah UMKM di Kabupaten Badung mengalami peningkatan dua ratus persen, dari 19.234 pada tahun 2019 menjadi 40.989 pada tahun 2022 (Aryanta, 2022). Kenaikan jumlah UMKM ini tidak dibarengi dengan ketaatan pembayar pajak UMKM Badan yang terjadi di KPP yang ada di wilayah Badung.

Tabel 1. Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Badan Tahun 2020 - 2022 di KPP Pratama

Badung Utara dan Badung Selatan						
Tahun	Wajib Pajak UMKM Badan Terdaftar Wajib SPT (Unit)		Wajib Pajak UMKM badan yang Melaporkan SPT (Unit)		Rasio Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Badan (%)	
	Badung Utara	Badung Selatan	Badung Utara	Badung Selatan	Badung Utara	Badung Selatan
	2020	2.324	1.754	2.087	1.457	89,80
2021	2.743	860	2.395	736	87,31	85,58
2022	3.240	1.016	2.789	941	86,08	92,62
Presentase						
Rata-rata	18	-16	16	-11	-2	6
Kenaikan (%)						

Sumber : KPP Pratama Badung Utara dan KPP Pratama Badung Selatan (2023)

Berdasarkan Tabel 1 presentase rata-rata subjek pajak UMKM badan yang terdata wajib SPT di KPP Pratama Badung Utara sejak 2020 sampai 2022 mengalami kenaikan yaitu 18 persen, wajib pajak UMKM Badan yang menyampaikan SPT mengalami kenaikan yaitu 16 persen sedangkan rasio kepatuhan mengalami kenaikan yaitu minus 2 persen, ini

menandakan bahwa rata-rata rasio ketaatan pembayar pajak UMKM badan yang terdata di KPP Pratama Badung Utara sejak 2020 sampai 2022 mengalami penurunan yaitu 2 persen per tahun. Hal ini menggambarkan bahwa kenaikan jumlah UMKM tidak beriringan dengan tingkat ketaatan subjek pajak UMKM Badan yang tercatat di KPP Pratama Badung Utara. KPP Pratama Badung Selatan mengalami hal yang berbeda, di mana presentase rata-rata subjek pajak UMKM badan yang terdata wajib SPT di KPP Pratama Badung Selatan sejak 2020 sampai 2022 mengalami kenaikan yaitu minus 16 persen, wajib pajak UMKM Badan yang memberitahukan SPT mengalami kenaikan yaitu minus 11 persen, sedangkan rasio kepatuhan mengalami kenaikan yaitu 6 persen, ini menandakan bahwa rata-rata rasio ketattan pembayar pajak UMKM badan yang terdata di KPP Pratama Badung sejak 2020 sampai 2022 mengalami peningkatan yaitu 6 persen per tahun. Dengan demikian, pada studi ini akan dipakai KPP Pratama Badung Utara menjadi objek studi karena turunnya rasio kepatuhan di tengah meningkatnya wajib pajak UMKM badan yang terdaftar.

Masalah yang sering timbul dalam pengimplementasian disiplin pajak yaitu sejauh mana wajib pajak mematuhi kewajiban dan tanggung jawab perpajakannya. Standar untuk mengukur tingkat kepatuhan wajib pajak adalah seberapa baik mereka memenuhi kewajiban untuk menyampaikan dan mengisi Surat Pemberitahuan selaras dengan keadaan yang sebenarnya dan tepat waktu. (Aska & Umaimah, 2023). Banyak faktor yang menyebabkan terjadinya ketidakpatuhan wajib pajak diantaranya faktor dari dalam dan luar. Faktor dari dalam ialah yang bermula dari dalam diri wajib pajak tersebut yang bisa berupa moral, pengetahuan, motivasi, dan keinginan. Sedangkan, faktor dar luar ialah faktor yang bersumber dari luar wajib pajak, misalnya sosialisasi, sanksi dan lain sebagainya. Moral pajak yang rendah akan mengakibatkan penghindaran pajak dalam negeri (Hardika *et al.*, 2021). Hal ini di perkuat dengan temuan studi Hardika *et al.*, (2021), Ghani *et al.*, (2020) dan Timothy & Abbas, (2021) menyatakan bahwa moral pajak berdampak positif pada Kepatuhan wajib pajak UMKM.

Pengetahuan perpajakan merujuk pada informasi mengenai pajak yang dipakai oleh subjek pajak sebagai acuan dalam beraksi, memutuskan, serta merencanakan strategi terkait pengimplementasian wewenang serta tugasnya di dalam domain perpajakan (Kartikasari & Yadnyana, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan Susanti *et al.*, (2020), Timothy & Abbas, (2021), Hardika *et al.*, (2021) dan Kartikasari & Yadnyana, (2020) memperlihatkan bahwa pengetahuan perpajakan berdampak positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM. Temuan studi tersebut tidak sejalan dengan studi yang dilaksanakan Aska & Umaimah, (2023) yang mengungkapkan bahwa pengetahuan pajak tidak berdampak signifikan pada kepatuhan wajib pajak UMKM.

Sosialisasi perpajakan adalah salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh pemerintah khususnya DJP guna memberikan pengetahuan mengenai perpajakan bagi pemilik UMKM supaya bisa memnaikkan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi ialah kegiatan yang penting dalam semua bidang untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat secara umum. Di bidang perpajakan, sosialisasi dianggap penting oleh semua pihak untuk meningkatkan pemahaman publik tentang peraturan perpajakan (Suartama & Wiratmaja, 2023). Sosialisasi yang lebih mendalam mengenai pajak akan meningkatkan kesadaran wajib pajak guna melengkapi tanggung jawab perpajakannya (Oktaviani *et al.*, 2020). Temuan studi yang dilaksanakan Suartama & Wiratmaja, (2023), P. Andini *et al.*, (2018) dan Febriani & Noviri, (2023) mengungkapkan bahwa sosialisasi perpajakan berdampak positif serta signifikan pada kepatuhan Wajib Pajak UMKM, studi yang dilaksanakan Meiryani *et al.*,(2023) mengatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berdampak pada Kepatuhan Wajib Pajak.

Studi ini menarik dan penting dilaksanakan karena permasalahan kepatuhan dalam hal perpajakan masih menjadi topik yang di bincangkan pemerintah di dunia termasuk di Indonesia. Banyak studi sebelumnya telah menginvestigasi tingkat kepatuhan wajib pajak, tetapi masih ada inkonsistensi dalam hasil-hasil penelitian tersebut yang memerlukan penelitian lebih lanjut. KPP Pratama Badung Utara juga dipilih sebagai lokasi penelitian karena rasio kepatuhan WP UMKM Badan dalam menjalankan kewajiban perpajakannya, belum mencapai 100 persen, dan ketaatan subjek pajak UMKM Badan di KPP Pratama Badung Utara tidak selaras dengan kenaikan jumlah wajib pajak yang tercatat. Perbedaan studi ini dengan studi sebelumnya bisa dilihat pada tahun penelitian, teori yang digunakan, dan menggunakan Wajib Pajak UMKM Badan. Studi ini memakai tahun 2020-2022 sebagai tahun penelitian, memakai teori atribusi sebagai *Grand Theory* dan teori kepatuhan sebagai *Supporting Theory*.

Menurut teori atribusi, suatu tindakan bisa diakibatkan oleh faktor internal atau eksternal. Tindakan yang berasal dari faktor internal adalah tindakan yang dikontrol oleh individu tersebut. Moralitas pajak bisa dianggap sebagai dorongan internal yang mendorong individu dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Kesadaran akan kewajiban perpajakan sangat tergantung pada moralitas pajak sebagai faktor internal yang penting (Kusumadewi & Dyarini, 2022). Diperkuat oleh teori kepatuhan sebagai teori pendukung dalam studi ini. Berdasarkan teori kepatuhan kondisi moral seseorang akan sangat menentukan bagaimana individu tersebut berperilaku patuh. Studi yang dilaksanakan Kusumadewi & Dyarini, (2022), Ofori, (2020) dan Timothy & Abbas, (2021) mengungkapkan bahwa moral pajak berdampak signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM. Temuan studi tersebut di dukung oleh studi Hardika *et al.*, (2021) yang mengungkapkan

bahwa moral wajib pajak berdampak signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak. Artinya dengan adanya moral pajak yang dituntut mematuhi aturan perpajakan, maka kepatuhan pembayaran dan pelaporan pajak akan meningkat. Penelitian Ghani *et al.*, (2020) juga menyatakan moral perpajakan berkorelasi positif dengan tingkat kepatuhan wajib pajak. Sriniyati, (2020) dan Meiryani *et al.*, (2023) mengungkapkan bahwa moral pajak berdampak positif pada kepatuhan pajak wajib pajak orang pribadi. Studi itu di dukung oleh studi yang dilaksanakan Tambun & Haryati, (2022), dan Widia & Yasa, (2021). Namun temuan studi tersebut tidak relevan dengan studi yang dilaksanakan Andini & Rahmiati, (2020) mengungkapkan bahwa moral pajak tidak bisa memediasi korelasi sanksi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian berikut hipotesis yang di rumuskan:

H1 : Moral Pajak berdampak positif pada kepatuhan Wajib Pajak UMKM Badan di KPP Pratama Badung Utara.

Menurut Teori Atribusi, Pengetahuan Perpajakan ialah faktor internal yang bisa memengaruhi ketaatan subjek pajak. Apabila Subjek Pajak mempunyai pemahaman perpajakan, ini akan menambah tingkat kesadaran mereka sebagai Wajib Pajak, yang pada gilirannya akan mendorong mereka dalam melunasi pajak tepat waktu serta secara sukarela (Nugraha & Umaimah, 2023). Berdasarkan teori kepatuhan, wajib Pajak yang memiliki pemahaman perpajakan yang bagus, berdampak langsung pada perilaku patuh wajib pajak itu sendiri. Studi yang dilaksanakan Kartikasari & Yadnyana, (2020), Indrawan *et al.*, (2018), Timothy & Abbas, (2021), serta Perdana & Dwirandra, (2020) yang mengatakan pengetahuan perpajakan berdampak positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM. Studi sebelumnya yang dilaksanakan Susanti *et al.*, (2020) memperoleh hasil pengetahuan pajak berdampak positif sehingga memacu kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak. Pada studi Hardika *et al.*, (2021) dan Nitasari *et al.*, (2023) mengungkapkan bahwa pengetahuan perpajakan berdampak positif pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Studi itu di dukung oleh temuan studi Andreesa & Savitri, (2015) yang mengungkapkan bahwa pemahaman perpajakan berdampak positif pada kepatuhan wajib pajak. Pada studi Ngoc *et al.*, (2023) menyatakan pengetahuan perpajakan adalah aspek krusial dalam memilih perilaku kepatuhan pajak UMKM. Tetapi temuan studi tersebut tidak relevan dengan studi yang dilaksanakan Aska & Umaimah, (2023), dan Ghani *et al.*, (2020) yang mengatakan bahwa pengetahuan pajak tidak signifikan dampaknya pada kepatuhan wajib pajak UMKM. Dengan demikian itu berikut hipotesis yang dirumuskan:

H2 : Pengetahuan Perpajakan Berdampak Positif Pada Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Badan di KPP Pratama Badung Utara.

Berdasarkan Teori Atribusi, Sosialisasi Perpajakan ialah faktor dari luar wajib pajak yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial bisa berdampak pada kepatuhan wajib pajak. Minimnya sosialisasi perpajakan memberikan dampak rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat terkait perpajakan. sosialisasi perpajakan yang rutin tentunya dapat menyadarkan dan mendorong publik dalam melakukan kewajiban perpajakan (Oktaviani et al., 2020). Studi ini selaras dengan studi yang dilaksanakan Suartama & Wiratmaja, (2023) yang menyebutkan bahwa sosialisasi yang efektif bisa menambah pemahaman wajib pajak terhadap aturan baru sehingga pemberitahuan yang diberikan pada sosialisasi bisa memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Namun, jika jarang diberikan sosialisasi perpajakan, tingkat kepatuhan dari wajib pajak tersebut cenderung lebih rendah (Widiastini & Supadmi, 2020). Studi sebelumnya yang dilaksanakan Ananda *et al.*, (2015) mendapatkan temuan sosialisasi perpajakan berdampak signifikan pada kepatuhan Wajib Pajak, selaras dengan hasil studi P. Andini et al., (2018) dan Pattiasina *et al.*, (2021), Febriani & Noviari, (2023) dan Putu *et al.*, (2023). Tetapi temuan studi tersebut tidak relevan dengan studi yang dilaksanakan Lolowang et al., (2022), Meiryani et al., (2023), Noviana *et al.*, (2020) dan Yulia *et al.*, (2020), yang mengatakan bahwa variabel Sosialisasi Pajak secara parsial tidak berdampak pada Kepatuhan Wajib Pajak UMKM yang berarti makin tinggi sosialisasi perpajakan yang dijalankan tidak mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, berikut hipotesis yang dirumuskan:

H3 : Sosialisasi Perpajakan berdampak positif pada kepatuhan Wajib Pajak UMKM Badan di KPP Pratama Badung Utara.

METODE PENELITIAN

Metode untuk mengumpulkan data memakai survei melalui kuesioner. Studi ini dilaksanakan di KPP Pratama Badung Utara. Populasi yang dipakai pada studi ini yaitu Wajib Pajak UMKM Badan yang terdata di KPP Pratama Badung Utara total 3.240. Sampel yang dipakai pada studi ini yaitu 100 wajib pajak dari 3.240 wajib pajak yang yang tercatat di KPP Pratama Badung Utara diperoleh melalui metode *accidental sampling* yakni teknik penarikan sampel berdasar kebetulan adalah ketika siapa pun yang kebetulan berjumpa dengan peneliti bisa dipakai sebagai sampel, asalkan dianggap sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2018:138). Data dikumpulkan memakai kuesioner disebarkan secara *online* dan *offline* dengan metode *survey*

Analisis regresi linear berganda dipakai sebagai alat analisis dalam studi ini yang bertujuan untuk menguji dampak dari moral pajak (X1), Pengetahuan (X2),serta Sosialisasi

Perpajakan (X3) pada kepatuhan Wajib Pajak UMKM Badan (Y). Model rumus regresi linear berganda yang dipakai pada studi ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

- Y = Kepatuhan wajib pajak UMKM Badan
- α = Konstanta
- $\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi
- X_1 = Moral Pajak
- X_2 = Pengetahuan Perpajakan
- X_3 = Sosialisasi Perpajakan
- ϵ = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Output Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Min.	Max.	Mean.	Std. Deviation
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Badan (Y)	2,71	4,00	3,5468	0,34656
Moral Pajak (X1)	2,17	4,00	3,2702	0,52065
Pengetahuan Perpajakan (X2)	3,00	4,00	3,4911	0,33552
Sosialisasi Perpajakan (X3)	3,00	4,00	3,5665	0,30829

Sumber: Data penelitian, 2024

Variabel kepatuhan wajib pajak UMKM Badan (Y) diproksikan dengan enam item pernyataan memakai skala likert 4 poin, memiliki nilai terkecil yaitu 2,71, nilai terbesar yaitu 4,00, serta nilai mean yaitu 3,5468. Nilai mean 3,5468 menunjukkan bahwa responden cenderung ke arah setuju dan sangat setuju terhadap setiap pernyataan. Simpangan baku 0,34656, ini menggambarkan bahwa nilai rata-rata kepatuhan wajib pajak UMKM Badan melebihi simpangan bakunya, sehingga data direpresentasikan baik serta bisa untuk representasi semua data.

Variabel moral pajak (X1) diproksikan dengan enam item pernyataan memakai skala likert 4 poin, memiliki nilai terkecil yaitu 2,17, nilai terbesar yaitu 4,00 serta nilai mean yaitu 3,2702. Nilai mean 3,2702 menggambarkan bahwa responden cenderung ke arah setuju terhadap setiap pernyataan. Simpangan baku 0,52065, ini menggambarkan bahwa nilai mean moral pajak melebihi simpangan bakunya, sehingga data direpresentasikan baik bisa dipakai sebagai representasi semua data.

Variabel pengetahuan perpajakan (X₂) diproksikan dengan enam item pernyataan memakai skala likert 4 poin, memiliki nilai terkecil yaitu 3,00, nilai terbesar yaitu 4,00 serta nilai mean yaitu 3,4911. Nilai mean 3,4911 menggambarkan bahwa responden cenderung ke arah setuju terhadap setiap pernyataan. Standar Deviasi 0,33552, ini menunjukkan bahwa nilai mean pengetahuan melebihi simpangan bakunya, sehingga data direpresentasikan baik bisa dipakai sebagai representasi semua data.

Variabel Sosialisasi Perpajakan (X₃) diproksikan dengan enam item pernyataan memakai skala likert 4 poin, memiliki nilai terkecil yaitu 3,00, nilai terbesar yaitu 4,00 serta nilai mean yaitu 3,5665. Nilai mean 3,5665 menggambarkan bahwa responden cenderung ke arah setuju dan sangat setuju terhadap setiap pernyataan. Simpangan baku 0,30829, ini menunjukkan bahwa nilai mean sosialisasi perpajakan melebihi simpangan bakunya, sehingga data direpresentasikan baik bisa dipakai sebagai representasi semua data.

Dalam mengevaluasi korelasi antara dua atau lebih variabel penelitian, peneliti memakai analisis regresi berganda. Pendekatan ini dipakai untuk menilai sampai dimana keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependen bisa dideskripsikan sebagai baik atau buruk (Ghozali, 2018).

Tabel 3. Output Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B.	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,341	1,602		-0,213	0,832
X ₁	0,190	0,049	0,244	3,887	0,000
X ₂	0,369	0,076	0,306	4,868	0,000
X ₃	0,641	0,086	0,489	7,467	0,000
Adjusted R ² : 0,733					
Sig. F : 0,000					

Sumber: Data Penelitian, 2024

Hasil dari Tabel 3 memperoleh rumus regresi sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots \dots \dots (2)$$

$$Y = -0,341 + 0,190X_1 + 0,369X_2 + 0,641X_3 + e \dots \dots \dots (2)$$

Nilai konstanta yaitu -0,341 menggambarkan bahwa jika variabel moral pajak (X₁), pengetahuan perpajakan (X₂), serta sosialisasi perpajakan (X₃) = 0, nilai kepatuhan wajib pajak UMKM Badan (Y) yaitu -0,341. Nilai koefisien β₁ pada moral pajak (X₁) yaitu 0,190 memiliki korelasi positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM Badan. Hal itu menggambarkan bahwa apabila moral pajak (X₁) bertambah satu satuan, kepatuhan wajib pajak UMKM Badan

(Y) akan bertambah 0,190. Nilai koefisien β_1 pada pengetahuan perpajakan (X_2) yaitu 0,369 berkorelasi positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM Badan. Hal itu menggambarkan bahwa apabila pengetahuan perpajakan (X_2) bertambah satu satuan, kepatuhan wajib pajak UMKM Badan (Y) akan bertambah 0,369. Nilai koefisien β_1 pada sosialisasi perpajakan (X_3) yaitu 0,641 memiliki korelasi positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM Badan. Hal itu menggambarkan bahwa jika sosialisasi perpajakan (X_3) bertambah satu satuan, kepatuhan wajib pajak UMKM Badan (Y) akan bertambah 0,641.

Nilai Adjusted R Square pada studi ini yaitu 0,733. Angka tersebut bisa diartikan bahwa variabel independent yang terdiri dari moral pajak, pengetahuan perpajakan, serta sosialisasi perpajakan bisa mempengaruhi variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak UMKM Badan 73,3 persen sementara sisanya yaitu 26,7 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar studi ini.

Nilai sig. F $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya model yang dipakai layak sebagai alat analisis dan mampu menjelaskan fenomena kepatuhan wajib pajak yang diakibatkan oleh moral pajak, pengetahuan perpajakan, serta sosialisasi perpajakan.

Berdasarkan Tabel 3 output analisis regresi pengaruh X_1 pada Y, memperoleh koefisien moral pajak bernilai positif yaitu 0,190 dengan nilai t hitung yaitu 3,887 serta nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi moral pajak $0,000 < 0,05$ yang mengungkapkan bahwa H_1 diterima. Artinya variabel moral pajak (X_1) berdampak signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM badan (Y).

Berdasarkan Tabel 3 output analisis regresi dampak X_2 pada Y, memperoleh koefisien pengetahuan perpajakan bernilai positif yaitu 0,369 dengan nilai t hitung yaitu 4,868, dan nilai signifikansi yaitu 0,000. Nilai signifikansi moral pajak $0,000 < 0,05$ yang mengungkapkan bahwa H_2 diterima. Artinya variabel pengetahuan perpajakan (X_2) berdampak signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM badan (Y).

Berdasarkan Tabel 3 output analisis regresi pengaruh X_3 pada Y, memperoleh koefisien sosialisasi perpajakan bernilai positif yaitu 0,641 dengan nilai t hitung yaitu 7,467, dan nilai signifikansi yaitu 0,000. Nilai signifikansi moral pajak $0,000 < 0,05$ yang mengungkapkan bahwa H_3 diterima. Artinya variabel sosialisasi perpajakan (X_3) berdampak signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM badan (Y).

Mengacu pada teori atribusi internal (*Dispositional attribution*) yang menguraikan bahwa suatu tindakan bisa dimunculkan oleh sebab internal atau juga diistilahkan sebagai penyebab internal seseorang berperilaku yang berasal dari dalam individu. Tindakan yang berasal dari faktor internal adalah tindakan yang dikontrol oleh individu tersebut. Moralitas pajak merupakan dorongan batin yang mendorong seseorang untuk memenuhi kewajiban

pajaknya, yang muncul dari diri individu, misalnya kegelisahan dan rasa bersalah jika tidak memenuhi tanggung jawab untuk memenuhi kewajiban perpajakan yang diwajibkan di Indonesia. Moral pajak ini akan menentukan sikap dan perilaku seseorang. Selain itu penelitian ini sejalan dengan teori kepatuhan karena moral seseorang akan sangat menentukan bagaimana individu tersebut berperilaku, subjek pajak yang mempunyai kondisi moral pajak yang baik akan semakin menyadari kewajiban yang harus dilakukan untuk taat pada aturan perpajakan yang sudah diatur pemerintah.

Temuan studi ini mendukung beberapa studi sebelumnya yang dilakukan oleh Kusumadewi & Dyarini, (2022), Sriniyati, (2020), Meiryani et al., (2023) Ofori, (2020), Hardika et al., (2021), Ghani et al., (2020), Tambun & Haryati, (2022), dan Timothy & Abbas, (2021) mengungkapkan bahwa Moral pajak berdampak signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM.

Mengacu pada teori atribusi internal (Dispositional attribution), pengetahuan perpajakan dianggap sebagai faktor internal yang bisa memengaruhi ketaatan subjek pajak. Pengetahuan perpajakan ialah potensi subjek pajak dalam memahami serta tahu aturan perpajakan yang sesuai dengan UU serta prosedur perpajakan yang benar. Apabila wajib pajak mempunyai pemahaman perpajakan, hal ini akan meningkatkan batas kepatuhan wajib pajak, yang akan mendorong mereka untuk membayar pajak dengan tidak telat. Selain itu studi ini selaras dengan teori kepatuhan karena pengetahuan yang dimiliki seseorang akan sangat menentukan bagaimana individu tersebut berperilaku dan bertindak, wajib pajak yang mempunyai pengetahuan perpajakan yang tinggi akan semakin mengerti cara melakukan dan menjalankan kewajiban perpajakan secara baik dan benar. Dengan pemahaman yang dimiliki, wajib pajak juga tahu akibat dan hukuman yang akan didapatkan jika tidak patuh dalam melaksanakan kewajibannya.

Temuan studi ini selaras dengan beberapa studi sebelumnya yang dilaksanakan Kartikasari & Yadhnyana, (2020), Indrawan et al., (2018), Timothy & Abbas, (2021), Perdana & Dwirandra, (2020), Susanti et al., (2020), Hardika et al., (2021), Nitasari et al., (2023), Andreama & Savitri, (2015), dan Ngoc et al., (2023) yang mengungkapkan pengetahuan perpajakan berdampak positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM.

Mengacu pada teori atribusi eksternal (Situational attribution), tindakan seseorang dalam memenuhi kewajiban perpajakan diakibatkan oleh kondisi dan faktor eksternal, seperti sosialisasi perpajakan yang didapatkan oleh subjek pajak. Sosialisasi perpajakan yang diterapkan pada subjek pajak secara tidak langsung akan berakibat pada kenaikan pengetahuan perpajakan mereka, meskipun tujuan utama dari sosialisasi perpajakan adalah untuk meningkatkan kepatuhan perpajakan. Kurangnya sosialisasi perpajakan akan

memberikan dampak pada rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat terkait perpajakan. Hal ini otomatis berdampak pada rendahnya kesadaran masyarakat selaku wajib pajak dalam melaksanakan pelaporan serta pembayaran pajak yang mengakibatkan kurangnya tingkat ketaatan subjek pajak. Melalui sosialisasi pemahaman pajak, akan secara tidak langsung menambah kesadaran subjek pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Temuan studi ini selaras dengan beberapa studi sebelumnya yang dilaksanakan Ananda *et al.*, (2015), P. Andini *et al.*, (2018), Pattiasina *et al.*, (2021), Febriani & Noviari, (2023), dan Putu *et al.*, (2023) menggambarkan bahwa sosialisasi perpajakan berdampak positif serta signifikan pada kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

SIMPULAN

Bersumber pada temuan studi di atas dapat disimpulkan bahwa moral pajak berdampak positif serta signifikan pada kepatuhan wajib pajak UMKM badan di KPP Pratama Badung Utara, hal ini menunjukkan makin tinggi tingkat moral pajak wajib pajak dalam menyadari kewajibannya, makin patuh subjek pajak dalam menunaikan kewajibannya. Pengetahuan perpajakan berdampak positif serta signifikan pada kepatuhan wajib pajak UMKM badan di KPP Pratama Badung Utara. Artinya, makin tinggi pemahaman subjek pajak dalam mengetahui aturan perpajakan, makin tinggi tingkat ketaatan subjek pajak. Sosialisasi perpajakan berdampak signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak UMKM badan di KPP Pratama Badung Utara. Ini menggambarkan bahwa makin tinggi tingkat sosialisasi perpajakan yang diterima wajib pajak, makin tinggi tingkat ketaatan subjek pajak dalam menjalankan kewajibannya.

Jumlah responden pada studi ini hanya 100 orang, sehingga temuan studi ini belum tentu dapat digeneralisasikan di tempat lain. Penelitian ini belum dapat mengontrol jawaban dari masing-masing responden dalam pengisian kuesioner. Maksudnya adalah informasi atau jawaban yang diberikan bisa saja tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya karena ketidakjujuran dalam menjawab pernyataan maupun waktu pengisian kuesioner yang kurang tepat. Hal ini bisa terjadi dikarenakan pengisian kuesioner secara online akibatnya responden tidak bisa bertanya secara langsung jika tidak memahami isi dari pernyataan di dalam kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

Alm, J., & Torgler, B. (2006). Perbedaan budaya dan moral pajak di Amerika Serikat dan Eropa. *Jurnal Psikologi Ekonomi*, 224–246. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.joep.2005.09.002>

- Ananda, P. R. D., Kumadji, S., & Husaini, A. (2015). Pengaruh Sosialisai Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada UMKM yang Terdaftar sebagai Wajib Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu). *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, 6(2), 1–9.
- Andini, M., & Rahmiati, A. (2020). Tax Moral and Compliance of Individual Taxpayer. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 10(Oct), 426–437. [https://doi.org/10.9770/jssi.2020.10.Oct\(34\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2020.10.Oct(34))
- Andini, P., Riyadi, S., Lestari, S. D., & Yuwono. (2018). Law Enforcement , Taxation Socialisation , and Motivation on Taxpayer Compliance with Taxation Knowledge as Moderating Variable. *Pertanika Journals Social Sciences & Humanities*, 26, 77–87.
- Andreas, & Savitri, E. (2015). The Effect of Tax Socialization , Tax Knowledge , Expediency of Tax ID Number and Service Quality on Taxpayers Compliance With Taxpayers Awareness as Mediating Variables. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 211 (September), 163 – 169. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.024>
- Aryanta, I. K. A. (2022). *Meningkat Drastis, UMKM di Badung Menjadi 40.989 di Tahun 2022*. Tribun-Bali.Com. <https://bali.tribunnews.com/2022/03/22/meningkat-drastis-umkm-di-badung-menjadi-40989-di-tahun-2022>
- Aska, A. F. N. S., & Umaimah. (2023). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Moral Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Journal of Culture Accounting and Auditing*, 10(2), 290. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v10i2.11437>
- Aswati, W. O., Mas'ud, A., & Nudi, T. N. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Kantor Uptb Samsat Kabupaten Muna). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 27–39.
- Febriani, N. P. I., & Noviri, N. (2023). Insentif Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *E-Jurnal Akuntansi*, 33 (7), 1931 – 1941. <https://doi.org/10.24843/EJA.2023.v33.i07.p18>
- Ghani, H. H. A., Nadiah, A. H., Soliha, S., & Roszilah, S. (2020). The Effect of Tax Knowledge , Compliance Costs , Complexity and Morale Towards Tax Compliance among Self-Employed in Malaysia. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 12(1), 18–32.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hardika, N. S., Wicaksana, K. A. B., & Subratha, I. N. (2021). The Impact of Tax Knowledge, Tax Morale, Tax Volunteer on Tax Compliance. *Proceedings of the International*

Conference on Applied Science and Technology on Social Science (ICAST-SS 2020), 544, 98–103. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210424.020>

Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York:Wiley.

Indrawan, R., Binekas, B., Akuntansi, J., Yani, J. A., Akuntansi, J., & Yani, J. A. (2018). Pemahaman Pajak dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UKM. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 6(3), 419–428. <https://doi.org/10.17509/jrak.v4i3.4670>

Intan, N., & Zuraya, N. (2022). *Penerimaan PPh Rendah, Empat Kiat Optimalkan Pelaporan Pajak UMKM*. Republika.co.id. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rluxev383/penerimaan-pph-rendah-empat-kiat-optimalkan-pelaporan-pajak-umkm>