

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)

The Effect Of Taxing Socialization, Tax Tariff, And Taxation Sanctions On Tax Compliance In Micro, Small, And Middle Company

Pandu Haryanto¹, Pandu Hedi Wibowo²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Y.A.I

pharyanto@mncbank.co.id

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pada Sosialisasi Perpajakan, Tarif pajak, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib pajak UMKM. Data yang digunakan adalah data primer yang diambil dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi pernyataan - pertanyaan yang dijawab responden. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak yang berada di pasar Gembrong dan pasar Johar Baru. Sampel yang dipilih adalah 130 responden dengan teknis *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana data dipatkan dari kuesioner. Analisis data penelitian menggunakan regresi liner berganda, dengan SPSS versi 24. Hasil analisis menunjukkan bahwa Sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Secara simultan sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata kunci : Kepatuhan Wajib Pajak, UMKM, Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Perpajakan

Abstract - *The purpose of this research is to know and analyze the effect on Taxing Socialization, Tax Tariff, and Taxing Sanctions on Tax Compliance in Micro, Small, and Middle Company. The data that been used in this research is a primary data taken by distributing questionnaires filled with statements - questions answered by the respondents. The population on this research is a taxpayer in Gembrong and Johar Baru Market. The sample that been choosed is 130 respondent with a simple random sampling technic. This research used a quantitative method where the data obtained from questionnaires. The research data analisis use double liner regression, with SPSS 24 version. The analisis result showed taxing socialization, tax tariff, and taxing sanctions partially effected positively on tax compliance. Simultaneously taxing socialization, tax tariff, and taxing sanctions, effected positively and significantly on tax compliance.*

Keyword: *Tax Compliance, Taxing Socialization, Tax Tariff, Taxing Sanctions.*

PENDAHULUAN

Pembangunan Nasional dilakukan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Demi mencapai pembangunan tersebut dan membiayai kebutuhan pembangunan tersebut, pemerintah membutuhkan dana yang tidak sedikit dari berbagai sumber. Salah satu sumber dana tersebut adalah Pajak. Realisasi Penerimaan Perpajakan pada APBN 2017 dilaporkan sebesar Rp 1.472.7 triliun sedangkan pada APBN 2018 dilaporkan sebesar Rp 1.618,1 triliun dan pada APBN 2018 sektor Penerimaan Negara Bukan Pajak dilaporkan sebesar Rp 275,4 triliun (kemenkeu.go.id). Dapat dinyatakan bahwa, pendapatan terbesar Negara adalah dari sektor pajak. Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat di tunjukan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum. (Soemirto,2016). Sebagaimana diketahui bahwa pendapatan terbesar negara adalah dari sektor pajak dan sebagian besar perekonomian Indonesia didominasi oleh usaha yang sebagian besar terdiri dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan kontribusi terhadap PDB (*Product Domestic Bruto*) pada tahun 2017 sebesar 61.4% (*Badan Pusat Statistik*). UMKM dapat

diartikan sebagai unit usaha produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh badan atau perorangan disegala sektor ekonomi. Peran penting UMKM memberikan kontribusi pada pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya dinegara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia, tetapi juga di negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang dan negara-negara Eropa (Tambunan,2012:5-16). Akan tetapi masih banyak masyarakat yang belum paham akan pajak, yang artinya wajib pajak belum banyak yang paham dengan sistem yang digunakan, cara perhitungan pajak, besar tarif pajak, mengisi SPT (Surat Pemberitahuan Tahunan) dan lain sebagainya, namun pemerintah masih tetap memberikan sosialisasi secara terus menerus yang dilakukan di hampir semua *platform* media. Sosialisasi pajak adalah upaya yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat. Kegiatan sosialisasi tersebut memiliki peran besar dalam sosialisasi perpajakan itu sendiri. Akan tetapi sangat disayangkan dengan semua sosialisasi yang diberikan pemerintah masih banyak pelaku UMKM yang masih belum taat pajak. Semakin luas pengetahuan dan semakin tinggi tingkat pemahaman yang dilakukan melalui sosialisasi maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak (Ananda,2016). Seperti yang disampaikan Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati (14/7/2018) bahwa realisasi penerimaan pajak Usaha Mikro,Kecil dan Menengah (UMKM) semester I tahun 2018 masih terpantau rendah, dengan total penerimaan Rp 3 triliun sampai 4 triliun (*kompas.com*). Hal ini menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak pada pemilik UMKM dalam melapor dan membayar pajak masih sangat terbilang kurang. Kepatuhan Wajib Pajak dapat di pengaruhi oleh (dua) jenis faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari diri wajib pajak sendiri dan berhubungan dengan karakteristik individu yang menjadi pemicu dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri wajib pajak, seperti situasi dan lingkungan di sekitar wajib pajak. (Betty,2015). Persoalan mengenai kepatuhan pajak telah menjadi persoalan yang penting di Indonesia karena jika Wajib Pajak tidak patuh maka dapat menimbulkan keinginan untuk melakukan tindakan penghindaran, pengelakan dan pelalaian pajak yang pada akhirnya akan merugikan negara yaitu berkurangnya penerimaan pajak (Yofranklin,2016). Ketentuan umum dan tata cara peraturan perpajakan serta sanksi dan juga tarif pajak telah diatur dalam undang-undang nomor 28 tahun 2007. Sanksi pajak adalah jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/ditaati/dipatuhi. Atau dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah (preventif) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan (Mardiasmo,2016). Dalam undang-undang perpajakan dikenal dua macam sanksi, yaitu Sanksi Administrasi dan Sanksi Pidana. Wajib pajak akan memenuhi kewajiban perpajakannya bila memandang sanksi perpajakan akan merugikannya. Pada dasarnya sanksi perpajakan ada untuk memberikan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Itu kenapa pentingnya sanksi perpajak agar wajib pajak dapat mematuhi peraturan perpajakan dan melaksanakan kewajibannya. Masalah lain yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM adalah pengetahuan terhadap tarif pajak. Tarif pajak adalah ketentuan persentase (%) atau jumlah (rupiah) pajak yang harus dibayar oleh Wajib Pajak sesuai dengan dasar pajak atau objek pajak (Ananda, 2015). Tarif pajak diatur dalam Peraturan Pemerintah nomor 23 tahun 2018 yang menjelaskan tarif PPh Final UMKM 0.5% dari penghasilan bruto yang omzet nya kurang dari Rp 4.8 miliar. Tarif pajak akan berpengaruh negatif pada pemanfaatan nilai guna suatu barang (*utility*) Wajib Pajak. Tarif yang rendah akan meningkatkan (*utility*) Wajib Pajak sehingga memberikan inisiatif dalam melaporkan penghasilan kepada Administrasi Pajak (Ananda,2015). Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan di PD. Pasar Jaya Area 3, Jakarta Pusat.

Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain, (1) Apakah terdapat pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan pembayaran dan pelaporan wajib pajak pemilik UMKM? (2) Apakah terdapat pengaruh pengetahuan tarif perpajakan terhadap kepatuhan pembayaran dan pelaporan wajib pajak pemilik UMKM? (3) Apakah terdapat pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan pembayaran dan pelaporan wajib pajak pemilik UMKM?

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk menguji dan mengetahui pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan pembayaran dan pelaporan wajib pajak pemilik UMKM. (2) Untuk menguji dan mengetahui pengaruh pengetahuan tarif pajak terhadap kepatuhan pembayaran dan pelaporan wajib pajak pemilik UMKM. (3) Untuk menguji dan mengetahui pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan pembayaran dan pelaporan wajib pajak pemilik UMKM.

TINJAUAN LITERATUR

Sosialisasi Perpajakan (X_1)

Sosialisasi merupakan pembelajaran suatu nilai, norma dan pola perilaku, yang diharapkan oleh kelompok sebagai suatu bentuk reformasi sehingga menjadi organisasi yang efektif (Ananda, 2015). Bila dikaitkan dengan bidang perpajakan sosialisasi berarti suatu upaya DJP informasi dan pembinaan kepada Wajib Pajak mengenai segala sesuatu ada korelasinya dengan bidang perpajakan (Ananda, 2015). Ditjen Pajak memberikan beberapa *point* terkait indikator sosialisasi dimana kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan kesadaran dan rasa peduli terhadap pajak yang dimodifikasi dari pengembangan program pelayanan perpajakan (Ananda, 2015).

Penyuluhan, sosialisasi yang dibentuk oleh Ditjen Pajak dengan menggunakan media massa atau media elektronik menyangkut penyuluhan peraturan perpajakan kepada wajib pajak.

Berdiskusi langsung dengan Wajib Pajak dan tokoh masyarakat, Ditjen Pajak memberikan komunikasi dua arah antara Wajib Pajak dengan petugas pajak (fiskus) maupun masyarakat yang dianggap memberikan pengaruh atau dipandang oleh masyarakat sekitarnya.

Informasi langsung dari petugas (fiskus) ke Wajib Pajak, petugas pajak memberikan informasi secara langsung kepada Wajib pajak tentang peraturan perpajakan.

Pemasangan *billboard*, pemasangan spanduk atau *billboard* pada tempat yang strategis, sehingga mudah dilihat oleh masyarakat. Berisi pesan singkat berupa kutipan perkataan, pernyataan dengan bahasa penyampaian yang mudah dipahami.

Website Ditjen pajak, media sosialisasi penyampaian informasi dalam bentuk *Website* yang dapat di akses internet setiap saat, cepat, mudah, serta informasi yang lengkap dan *up to date*.

H1: Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Tarif Pajak (X_2)

Tarif pajak adalah ketentuan persentase (%) atau jumlah (rupiah) pajak yang harus dibayar oleh Wajib Pajak sesuai dengan dasar pajak atau objek pajak (Ananda, 2015). Pemerintah memiliki peranan penting dalam menentukan kebijakan penetapan tarif (Soemitro, 2016) dalam (Ananda, 2015). Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2018, menjelaskan bahwa Wajib Pajak orang pribadi dan Wajib pajak badan dengan penghasilan tidak termasuk dari jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas, dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp 4,8 Miliar dalam satu tahun pajak dikenakan tarif pajak sebesar 0.5% yang bersifat final.

H2: Tarif Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Sanksi Perpajakan (X_3)

Dalam undang-undang perpajakan dikenal 2 macam sanksi, yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana. Sanksi administrasi dapat dijatuhkan apabila Wajib Pajak melakukan pelanggaran, terutama atas kewajiban yang ditentukan dalam undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) dapat berupa sanksi administrasi bunga, denda dan kenaikan. Sedangkan sanksi pidana berupa hukuman kurungan atau penjara (Arabella, 2013). Sanksi perpajakan terjadi karena terdapat pelanggaran terhadap

peraturan perundang-undangan perpajakan dimana semakin besar kesalahan yang dilakukan seorang Wajib Pajak, maka sanksi yang diberikan juga akan semakin berat. (Resmi, 2017).

Sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/ditaati/dipatuhi. Atau bisa dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegahan (preventif) agar Wajib Pajak tidak melanggar norma perpajakan. (Mardiasmo,2016).

H3: Sanksi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah 766 pedagang yang ada di pasar Johar Baru dan pasar Gembrong. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 130 responden. Teknik sampel yang digunakan yaitu metode *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Teknik pengumpulan data primer pada penelitian ini dengan cara membagikan kuesioner kepada wajib pajak UMKM yang berada di pasar Gembrong dan pasar Johar Baru. Metode analisis data menggunakan analisis regresi parsial dan berganda dengan rumus sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Penggelapan Pajak

A = Konstanta intersep

B = Koefisien regresi Y atas X

X₁ = Keadilan

X₂ = Sistem Perpajakan

X₃ = Kemungkinan Terdeteksinya Kecurangan

e = Variabel Pengganggu (*error term*)

Definisi Operasional Variabel

Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Marnova,2017) mendefinisikan kepatuhan wajib pajak sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya.

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2010) sebagaimana dikutip dalam penelitian (Marnova,2017) kepatuhan wajib pajak dapat dibedakan menjadi dua, yaitu Kepatuhan Formal, dimana wajib pajak memenuhi kewajiban secara formal sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan. Sedang Kepatuhan Materiil, lebih menekankan pada aspek substansinya yaitu jumlah pembayaran pajak telah sesuai dengan ketentuan. Dalam arti perhitungan dan penyetoran pajak telah benar

Diukur dengan menggunakan skala *Likert (Likert Scale)*. Setiap responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan 5 poin penilaian, yaitu: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju. Indikator penelitian variabel adalah: (1) Kepatuhan dalam mendaftarkan diri secara sukarela, (2)Kepatuhan untuk menyetor kembali SPT tepat waktu, (3) Kepatuhan dalam perhitungan dan pembayaran pajak terutang, (4) Kepatuhan Tidak melanggar peraturan perpajakan.

Sosialisasi Perpajakan (X₁)

Sosialisasi merupakan pembelajaran suatu nilai, norma dan pola perilaku, yang diharapkan oleh kelompok sebagai suatu bentuk reformasi sehingga menjadi organisasi yang efektif (Ananda,2015). Ditjen Pajak memberikan beberapa point terkait indikator sosialisasi dimana kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan kesadaran dan rasa peduli terhadap pajak yang dimodifikasi dari pengembangan program pelayanan perpajakan (Ananda, 2015).

Diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Setiap responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan 5 poin penilaian, yaitu (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju. Indikator penelitian tersebut antara lain: (1) Mendapatkan sosialisasi pajak melalui smartphone, (2) mendapatkan sosialisasi pajak melalui

seminar, (3) Mendapatkan sosialisasi pajak melalui media sosial, (4) Mendapatkan sosialisasi pajak melalui media elektronik (televisi,radio), (5) Mendapatkan sosialisasi pajak langsung dari petugas pajak. (6) Mencari tahu melalui *website* resmi.

Tarif Pajak (X_2)

Tarif Pajak adalah ketentuan persentase (%) atau jumlah (rupiah) pajak yang harus dibayar oleh Wajib Pajak sesuai dengan dasar pajak atau objek pajak (Ananda, 2015).

Pemerintah memiliki peranan penting dalam menentukan kebijakan penetapan tarif. Peraturan Pemerintah No 23 tahun 2018 yang menggantikan Peraturan Pemerintah No 46 tahun 2013, menjelaskan bahwa Wajib Pajak orang pribadi dan Wajib Pajak badan dengan penghasilan tidak termasuk dari jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas, dengan peredaran bruto tidak melebihi 4,8 miliar Rupiah dalam satu tahun pajak dikenakan tarif pajak sebesar 0.5% yang bersifat final.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Setiap responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan 5 poin penilaian, yaitu (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju.

Indikator penelitian adalah: (1) Pengaruh tarif yang berlaku meingkatkan kesadaran membayar pajak, (2) Pengaruh tarif yang berlaku membuat pembayaran pajak menjadi lebih tepat waktu, (3) Tarif pajak yang tinggi membuat wajib pajak melakukan kecurangan pajak, (4) penurunan tarif pajak meningkatkan kemampuan membayar pajak, (5) wajib pajak mampu membayar pajak dengan tarif yang berlaku saat ini, (6) tarif yang berlaku saat ini tidak menentukan besarnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak.

Sanksi Perpajakan (X_3)

Sanksi adalah suatu tindakan berupa hukuman yang diberikan kepada orang yang melanggar peraturan. Peraturan undang –undang merupakan rambu-rambu bagi seseorang untuk melakukan sesuatu mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang seharusnya tidak dilakukan. Sanksi diperlukan agar peraturan atau undang-undang tidak dilanggar. (Marnova, 2017)

Disebutkan dalam Undang-Undang 16 tahun 2009, Sanksi terbagi menjadi dua macam, yaitu Sanksi Administrasi dan Sanksi Pidana..

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Setiap responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan 5 poin penilaian, yaitu (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju.

Indikator penelitian tersebut antara lain: (1) Sanksi dalam SPT sangat diperlukan, (2) Sanksi Hukuman yang diberikan pemerintah sangat ringan, (3) Sanksi administrasi yang dikenakan sangat ringan, (4) Pengenaan sanksi yang berat sebagai sarana mendidik wajib pajak, (5) Sanksi harus dikenakan tanpa pandang bulu, (6) Pengenaan sanksi dapat dinegosiasikan.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Kuesioner dan Demografi

Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 130 kuesioner. Dari seluruh kuesioner yang disebar peneliti, jumlah kuesioner yang kembali berjumlah 123 (94.6%). Kuesioner disebar langsung kepada responden pada saat berada di pasar Johar Baru dan Gembrong. Jumlah kuesioner yang dapat diolah sebanyak 121 kuesioner atau (93,1%), sedangkan kuesioner yang tidak dapat diolah berjumlah 2 kuesioner atau (1.5%). Penyebaran kuesioner ini dilakukan pada bulan Agustus.

Hasil Uji Validitas Data

Pada penelitian ini jumlah responden yang diperoleh sebanyak 182 responden sehingga *degree of freedom* (df) diperoleh 119 dengan taraf signifikansi 0,05, didapat $r_{tabel} = 0.1927$. Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan SPSS 24, seluruh item pertanyaan dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah valid ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Ket.
Kepatuhan Wajib Pajak	Item 1	0.796	0.1927	Valid
	Item 2	0.835	0.1927	Valid
	Item 3	0.815	0.1927	Valid
	Item 4	0.795	0.1927	Valid
	Item 5	0.821	0.1927	Valid
	Item 6	0.831	0.1927	Valid
	Item 7	0.837	0.1927	Valid
	Item 8	0.822	0.1927	Valid
Keadilan	Item 1	0.822	0.1927	Valid
	Item 2	0.804	0.1927	Valid
	Item 3	0.809	0.1927	Valid
	Item 4	0.800	0.1927	Valid
	Item 5	0.793	0.1927	Valid
	Item 6	0.842	0.1927	Valid
Sistem Perpajakan	Item 1	0.793	0.1927	Valid
	Item 2	0.809	0.1927	Valid
	Item 3	0.842	0.1927	Valid
	Item 4	0.800	0.1927	Valid
	Item 5	0.804	0.1927	Valid
	Item 6	0.822	0.1927	Valid
Kemungkinan Terdeteksinya Kecurangan	Item 1	0.793	0.1927	Valid
	Item 2	0.809	0.1927	Valid
	Item 3	0.842	0.1927	Valid
	Item 4	0.800	0.1927	Valid
	Item 5	0.804	0.1927	Valid
	Item 6	0.822	0.1927	Valid

Hasil Uji Reliabilitas Data

Pengujian reliabilitas penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* dengan bantuan SPSS 24. Nilai alpha bervariasi dari 0-1, suatu pertanyaan dapat dikategorikan reliabel jika nilai alpha lebih besar dari 0,70. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,7 maka nilainya kurang baik. Artinya adalah bahwa alat ukur yang digunakan tidak reliable.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,930	0,7	Reliable
Sosialisasi Perpajakan (X ₁)	0,896	0,7	Reliable
Tarif Pajak (X ₂)	0,896	0,7	Reliable
Sanksi Perpajakan (X ₃)	0,896	0,7	Reliable

Tabel diatas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* atas variabel Perilaku Penggelapan Pajak (Y) sebesar 0,930, variabel Sosialisasi Perpajakan (X₁) sebesar 0,896, variabel Tarif Pajak (X₂) sebesar 0,896, dan variabel Sanksi Perpajakan (X₃) sebesar 0,896. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner semua variabel ini reliable karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel independen, variabel dependen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak.

Uji statistic yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data adalah uji *nonprametik Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas Data

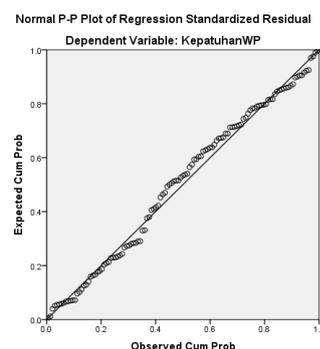
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		Unstandardized Residual 121
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5.35448315
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.057
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan tabel diatas, melalui hasil output *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat bahwa data hasil penerapan kuesioner berdistribusi normal karena hasil *Asymp. Sig* Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi pajak maupun Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas Regresi

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Regresi

Hasil Uji Normalitas Data

Pada grafik normal *P-P Plot* terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena asumsi normalitas (Ghozali 2013)

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas penelitian. Model regresi yang baik seharusnya tidak

terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Ada tidaknya multikolinearitas tersebut dapat dideteksi dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).

Menurut VIF merupakan kebalikan dari *tolerance*, jika nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = \frac{1}{tolerance}$). Cara umum yang dipakai untuk menunjukkan multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas dalam penelitian ini.

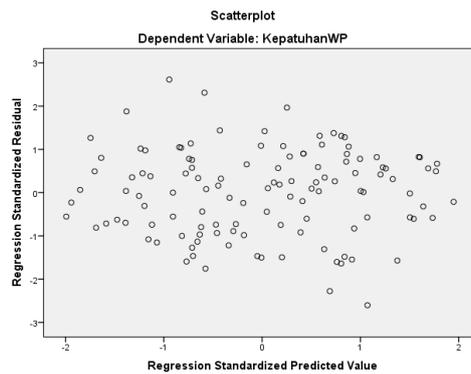
Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Sosialisasi Perpajakan	,705	1.418
	Tarif Pajak	,642	1.559
	Sanksi Perpajakan	,824	1214

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai $VIF < 10$ untuk semua variabel bebas, begitu juga dengan nilai *tolerance* > 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada terdapat multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya Uji Heterokedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada pola *scatterplot* antar ZRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dasar pengambilan keputusannya jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka diindikasikan telah terjadi Heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heterokedastisitas. (Ghozali, 2016)



Gambar 1 Grafik Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari grafik *scatterplot* yang ada pada gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

Hasil Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, hipotesis diuji dengan menggunakan model regresi parsial dan berganda untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai pengaruh variabel keadilan, sistem perpajakan, dan kemungkinan terdeteksinya kecurangan terhadap perilaku penggelapan pajak dilakukan dengan bantuan *software* SPSS versi 24 untuk pengujian.

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.543	2.521		2199	,030
	Sosialisasi Perpajakan	,364	.107	,283	3.393	,001
	Tarif Pajak	,414	.113	,321	3.674	,000
	Sanksi Perpajakan	,285	,099	,221	2.863	,005

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi parsial dari model penelitian menjadi sebagai berikut.

$$Y = 5.543 + 0.364X_1 + 0.414X_2 + 0.285X_3 + \epsilon$$

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Dari tabel di atas terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.393 > 1.98045$ dengan nilai signifikan sebesar 0,001 dan tingkat kesalahan (alpha) sebesar 0,05. Dari hasil pengujian terlihat, maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Dari tabel di atas terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.674 > 1.98045$ dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan tingkat kesalahan (alpha) sebesar 0,05. Dari hasil pengujian terlihat, maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa Tarif Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Dari tabel di atas terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.863 > 1.98045$ dengan nilai signifikan sebesar 0,005 dan tingkat kesalahan (alpha) sebesar 0,05. Dari hasil pengujian terlihat, maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa Sanksi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2546.897	3	848.966	28.871	,000 ^b
Residual	3440.459	117	29.406		
Total	5987.355	120			

Pengaruh Keadilan, Sistem Perpajakan, dan Kemungkinan Terdeteksinya Kecurangan Terhadap Perilaku Penggelapan Pajak

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai statistik F_{hitung} sebesar $28.871 > F_{tabel} = 2.68$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang berarti Sosialisasi Perpajakan (X_1), Tarif Pajak (X_2), Sanksi Perpajakan (X_3) secara bersama – sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y).

Berdasarkan hasil diatas maka H_a diterima dan H_0 ditolak, maka Sosialisasi Perpajakan (X_1), Tarif Pajak (X_2), dan Sanksi Perpajakan (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) secara simultan. Dengan demikian hipotesis (H_4) terbukti.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) atau *R-Square* pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu).

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.652 ^a	.425	.411	5.42270

Berdasarkan tabel di atas diperoleh bahwa nilai adjusted R-Square sebesar 0.411, artinya besarnya koefisien determinasi sebesar 0.411 menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan memberikan kontribusi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 41,1%. Sisanya 58,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada bagian sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu: (1) Hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif sebesar 0.364 dan signifikan sebesar 0.001 antara Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan demikian hipotesis 1 terbukti; (2) Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa Terdapat pengaruh positif sebesar 0.414 dan signifikan sebesar 0.000 antara Tarif Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan demikian hipotesis 2 terbukti; (3) Hasil pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa berpengaruh positif yaitu sebesar 0.285 dan signifikan sebesar 0.005 antara Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan demikian hipotesis 3 terbukti; (4) Hasil pengujian hipotesis keempat menyatakan bahwa Nilai statistik F sebesar $28.871 > F_{tabel} = 2.68$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang berarti Sosialisasi Perpajakan (X1), Tarif Pajak (X2), dan Sanksi Perpajakan (X3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Nilai adjusted R-square sebesar 0.411 artinya besarnya koefisien determinasi menyatakan bahwa Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Perpajakan memberikan kontribusi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 41,2% dan 58.8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian, dengan demikian hipotesis 4 (H4) terbukti.

Berdasarkan kesimpulan diatas menunjukkan bahwa Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Pasar Johar Baru dan Pasar Gembong dipengaruhi oleh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi perpajakan. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara sosialisasi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak. Tarif pajak dan sanksi perpajakan juga berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi sosialisasi perpajakan maka semakin tinggi pengetahuan pajak yang akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi tarif pajak yang dikenakan maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak. semakin tinggi sanksi perpajakan akan semakin tinggi juga tingkat kepatuhan wajib pajaknya. Peneliti berharap agar lebih sering lagi diadakan suatu pelatihan untuk pemilik UMKM, diselingi dengan sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh pihak terkait tentang peraturan perpajakan dan tentang pentingnya membayar pajak. Pelatihan tersebut diharapkan dapat menambah pemahaman pemilik umkm tentang perpajakan juga sebagai sarana pemilik umkm untuk mengembangkan usaha milik mereka. Sanksi perpajakan merupakan upaya pemerintah untuk mencengah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan. Pemerintah sebaiknya memberikan sanksi yang tegas karena dapat meningkatkan kedisiplinan pemilik UMKM dalam hal melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Dari hasil uraian yang dikemukakan di atas, bahwa penulis merekomendasikan sebagai berikut: (1) Bagi penulis selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel independen yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang mungkin mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak; (2) Untuk penelitian selanjutnya, dapat menambahkan jumlah sampel penelitian dan memperluas wilayah sampel penelitian sehingga dapat digeneralisasi dan dapat memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai kepatuhan wajib pajak; (3) Bagi Direktorat Jenderal Pajak, dapat memberikan informasi peningkatan pelayanan dengan cara lebih banyak sosialisasi perpajakan ke pasar – pasar tradisional, memberikan pelayanan yang dapat dengan mudah dimengerti dan lebih mudah dijangkau pemilik UMKM dipasar, memberikan sanksi

perpajakan secara tegas kepada wajib pajak yang melanggar; (4) Bagi PD Pasar Jaya, dapat memberikan informasi lebih dalam hal edukasi tentang pajak kepada pemilik UMKM dengan cara bekerja sama dengan Dirjen Pajak untuk mengadakan sosialisasi perpajakan di pasar – pasar; (5) Bagi pemilik UMKM (Wajib Pajak), diharapkan untuk lebih memahami peraturan perpajakan berlaku saat ini agar dapat lebih sadar dan patuh akan pentingnya kontribusi pajak bagi pembangunan negeri dikemudian hari. Hal ini dapat dilakukan dengan cara pemilik umkm aktif mencari informasi dan mengikuti peraturan perpajakan yang terbaru

REFERENSI

- Amirudin, & Sudirman. (2012). *Perpajakan Pendekatan Teori dan Praktik di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat Dua Media.
- Ananda, P. R., Kumadji, S., & Husaini, A. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak . *Jurnal Perpajakan*, Vol. 6(No. 2).
- Antonius, Y. (2016). *Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan dan Penggunaan e-system Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Terkhusus Sektor UMKM di Jakarta*.
- Ariani, M. (2017, April). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pemahaman Pajak, Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Wajib Pajak PP 46 Tahun 2013 pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Media Ekonomi*, Vol. 22(No. 1).
- Basalamah, A. S. (2004). *Perilaku Organisasi Memahami dan Mengelola Aspek Humniora dalam Organisasi*. Depok: Usaha Kami.
- Fuadi, A. O., & Mangoting, Y. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Pajak, Sanksi Perpajakan dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (8 ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herryanto, M., & Toly, A. A. (2012). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, dan Pemeriksaan*.
- Julianti, M. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi untuk Membayar Pajak dengan Kondisi Keuangan dan Preferensi Risiko Wajib Pajak Sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Univ. Diponegoro.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan (Revisi 2016 ed.)*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Marnova, S., & Jaya, H. (2017, Maret). Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Dan Sanksi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Measurement*, Vol. 11(No. 1), 77-91.
- Rahayu, S. K. (2010). *Perpajakan Indonesia*. (1 ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Resmi, S. (2017). *Perpajakan: Teori dan Kasus, Buku 1 (10 ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, W. (2008, Oktober). Analisis Resiko Ketidapatuhan Wajib Pajak sebagai Dasar Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak . *Jurnal Keuangan Publik*, Vol. 5(No. 1), 85-137.

- Septiani, E., Jeny, S., & Rachmat, A. (n.d.). Pengaruh Sosialisasi Perpajaka, Pengetahuan Tarif Perpajakan, dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.
- Sinambela, B. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Pajak, Kepuasan Atas Pelayanan Perpajakan, Sanksi Perpajakan dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Y.A.I.
- Sinambela, B. M. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Pajak, Kepuasan Atas Pelayanan Perpajakan, Sanksi Perpajakan dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap, Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*.
- Soemitro, R. (2016). *Hukum Pajak International Indonesia. Perkembangan dan Pengaruhnya*. Jakarta: P.T Eresco.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2012). *2012. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Winerung, L. O. (2013, September). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap kepatuhan WPOP di KPP Manado dan KPP Blitung. *Jurnal EMBA, Vol. 1*(No. 3).