



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 1355-1363

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Pemahaman Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak

Ihdina Abril Shofaro¹, Ahmad Rudi Yulianto²

^{1,2}Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Indonesia

¹ihdinaabril@gmail.com, ²ahmad.rudi@unissula.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemahaman perpajakan dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pada pelaku UMKM di Kota Semarang. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya kepatuhan pajak sebagai salah satu sumber penerimaan negara, sementara pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam memahami kewajiban perpajakan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pelaku UMKM yang telah memiliki kewajiban perpajakan. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai koefisien sebesar 0,453 dan p-value 0,000. Hal ini berarti semakin baik pemahaman pelaku UMKM mengenai aturan, prosedur, dan manfaat pajak, semakin tinggi pula tingkat kepatuhan mereka. Sosialisasi perpajakan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai koefisien sebesar 0,356 dan p-value 0,000. Nilai R-square sebesar 0,577 menunjukkan bahwa pemahaman perpajakan dan sosialisasi perpajakan mampu menjelaskan 57,7% variasi kepatuhan wajib pajak, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa literasi perpajakan dan efektivitas sosialisasi memiliki peran penting dalam mendorong kepatuhan wajib pajak UMKM. Oleh karena itu, pemerintah perlu meningkatkan edukasi, pendampingan, dan penyuluhan perpajakan secara berkelanjutan. Upaya tersebut diharapkan dapat memperkuat kesadaran, mengurangi kesalahan administrasi, serta menciptakan perilaku patuh pajak yang lebih konsisten di kalangan pelaku UMKM pada masa mendatang melalui strategi komunikasi yang mudah dipahami dan mudah diakses.

Kata kunci: Pemahaman Pajak, Sosialisasi Pajak, Kepatuhan Pajak, UMKM

1. Latar Belakang

Kepatuhan wajib pajak menjadi faktor utama yang mendukung penerimaan negara dari sektor perpajakan. Dalam sistem perpajakan Indonesia yang menerapkan *self assessment system*, wajib pajak dipercaya sepenuhnya untuk menghitung, membayar, serta melaporkan kewajibannya secara mandiri. Namun, pada praktiknya, tingkat kepatuhan wajib pajak khususnya di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih menjadi isu serius yang memerlukan penanganan khusus. UMKM memainkan peran krusial dalam perekonomian nasional, terutama dalam menyerap tenaga kerja dan menyumbang terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Meski begitu, tingkat kepatuhan pajak di sektor ini belum mencapai tingkat optimal. Penyebabnya meliputi berbagai faktor, baik internal dari wajib pajak maupun eksternal, seperti minimnya pemahaman terhadap regulasi perpajakan dan kurangnya sosialisasi dari otoritas pajak (Khasanah & Rachman, 2021).

Pemahaman perpajakan merupakan faktor internal yang memengaruhi perilaku wajib pajak. Wajib pajak dengan pengetahuan yang memadai tentang ketentuan, prosedur, dan sanksi pajak cenderung lebih taat dalam memenuhi kewajibannya (Lestary *et al.*, 2021). Sebaliknya, pemahaman yang rendah dapat memicu kesalahan pelaporan hingga ketidakpatuhan. Sementara itu, sosialisasi perpajakan sebagai faktor eksternal berperan dalam meningkatkan pengetahuan dan kesadaran wajib pajak. Sosialisasi yang efektif menyediakan informasi yang jelas dan mudah dicerna, sehingga mendorong peningkatan kepatuhan (Suparman, 2023).

Beberapa studi sebelumnya mengindikasikan bahwa pemahaman perpajakan dan sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, temuan tersebut masih bervariasi, terutama jika dikaitkan dengan karakteristik wajib pajak UMKM di wilayah spesifik salah satunya di Kota Semarang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemahaman perpajakan dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di sektor UMKM Kota Semarang. Penelitian ini diharapkan memberikan

kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu perpajakan serta kontribusi praktis sebagai masukan bagi otoritas pajak dalam menyusun kebijakan yang lebih efektif guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Selain permasalahan pemahaman dan sosialisasi, kepatuhan wajib pajak UMKM juga berkaitan erat dengan kondisi psikologis, ekonomi, dan administratif yang dihadapi oleh pelaku usaha. Banyak pelaku UMKM yang masih memandang pajak sebagai beban tambahan, bukan sebagai bentuk kontribusi terhadap pembangunan negara. Pandangan tersebut dapat muncul karena keterbatasan informasi mengenai manfaat pajak, proses administrasi yang dianggap rumit, serta kekhawatiran terhadap sanksi apabila terjadi kesalahan dalam pelaporan. Dalam konteks self assessment system, kondisi ini menjadi tantangan besar karena keberhasilan sistem sangat bergantung pada kesadaran dan kemampuan wajib pajak dalam menjalankan kewajibannya secara mandiri. Apabila wajib pajak tidak memiliki pemahaman yang cukup, maka sistem yang seharusnya memberi kemudahan justru dapat menimbulkan kebingungan dan ketidakpatuhan.

Pelaku UMKM memiliki karakteristik yang berbeda dengan wajib pajak dari sektor usaha besar. Sebagian pelaku UMKM menjalankan usaha dengan struktur manajemen sederhana, pencatatan keuangan yang belum tertata, serta keterbatasan akses terhadap informasi perpajakan. Kondisi tersebut menyebabkan kewajiban perpajakan sering kali belum menjadi prioritas utama dalam kegiatan usaha sehari-hari. Fokus utama pelaku UMKM biasanya masih tertuju pada keberlangsungan usaha, peningkatan penjualan, pengelolaan modal, dan persaingan pasar. Oleh sebab itu, kebijakan perpajakan yang ditujukan kepada UMKM perlu mempertimbangkan kondisi riil pelaku usaha, termasuk tingkat pendidikan, kapasitas administrasi, dan kemampuan dalam menggunakan teknologi digital. Tanpa pendekatan yang sesuai, upaya peningkatan kepatuhan dapat berjalan kurang efektif.

Pemahaman perpajakan yang baik dapat membantu wajib pajak UMKM mengetahui hak dan kewajiban secara lebih jelas. Pemahaman tersebut mencakup pengetahuan mengenai Nomor Pokok Wajib Pajak, tarif pajak, batas waktu pembayaran dan pelaporan, cara pengisian Surat Pemberitahuan, serta konsekuensi hukum apabila tidak memenuhi kewajiban. Ketika informasi tersebut dipahami dengan benar, wajib pajak akan lebih percaya diri dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Sebaliknya, ketidaktahuan terhadap aturan dapat menimbulkan kesalahan teknis, keterlambatan pelaporan, atau bahkan penghindaran pajak secara tidak sengaja. Dengan demikian, pemahaman perpajakan tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan teoritis, tetapi juga sebagai bekal praktis yang memengaruhi perilaku kepatuhan dalam kehidupan usaha.

Di sisi lain, sosialisasi perpajakan menjadi sarana penting untuk menjembatani kesenjangan antara regulasi dan praktik di lapangan. Regulasi perpajakan sering mengalami perubahan mengikuti kebutuhan ekonomi dan kebijakan pemerintah. Perubahan tersebut tidak selalu mudah dipahami oleh wajib pajak, terutama pelaku UMKM yang tidak memiliki pendamping khusus dalam bidang perpajakan. Melalui sosialisasi yang terarah, otoritas pajak dapat menyampaikan informasi terbaru, menjelaskan prosedur teknis, serta memberikan pemahaman mengenai pentingnya kepatuhan. Sosialisasi tidak hanya dapat dilakukan melalui seminar atau penyuluhan langsung, tetapi juga melalui media sosial, video edukatif, layanan konsultasi, dan platform digital yang mudah dijangkau. Bentuk sosialisasi yang fleksibel dan komunikatif akan lebih sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM masa kini.

Kota Semarang sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi di Jawa Tengah memiliki jumlah pelaku UMKM yang cukup besar dan beragam. Perkembangan sektor kuliner, perdagangan, jasa, dan industri kreatif menunjukkan bahwa UMKM menjadi bagian penting dalam dinamika ekonomi daerah. Namun, pertumbuhan jumlah usaha perlu diimbangi dengan peningkatan kesadaran administrasi, termasuk dalam aspek perpajakan. Apabila kepatuhan pajak UMKM meningkat, maka kontribusi sektor ini terhadap penerimaan daerah dan negara dapat semakin optimal. Sebaliknya, rendahnya kepatuhan akan mengurangi potensi penerimaan pajak sekaligus menunjukkan lemahnya integrasi pelaku usaha dalam sistem formal ekonomi. Oleh karena itu, penelitian mengenai kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Semarang menjadi relevan untuk melihat bagaimana pemahaman dan sosialisasi perpajakan berperan dalam membentuk perilaku patuh.

Penelitian ini juga penting karena kepatuhan pajak tidak dapat dipahami hanya sebagai tindakan administratif, melainkan sebagai perilaku yang dipengaruhi oleh pengetahuan, persepsi, motivasi, serta pengalaman wajib pajak. Pelaku UMKM yang memahami bahwa pajak memiliki fungsi untuk membiayai pembangunan publik akan memiliki alasan moral yang lebih kuat untuk patuh. Namun, kesadaran tersebut perlu dibangun melalui komunikasi yang konsisten, sederhana, dan tidak menakutkan. Apabila sosialisasi perpajakan hanya berisi penekanan pada sanksi, wajib pajak dapat merasa terbebani dan menjauh dari sistem perpajakan. Sebaliknya, apabila sosialisasi menekankan manfaat, kemudahan, dan pendampingan, maka wajib pajak akan lebih terbuka untuk belajar dan memenuhi kewajibannya.

Kepatuhan wajib pajak juga berkaitan dengan kepercayaan terhadap pemerintah dan otoritas pajak. Wajib pajak akan lebih terdorong untuk patuh apabila mereka melihat adanya transparansi, pelayanan yang baik, serta penggunaan pajak yang memberi manfaat bagi masyarakat. Dalam hal ini, pemahaman perpajakan perlu disertai dengan edukasi mengenai fungsi pajak dalam pembangunan. Pelaku UMKM perlu mengetahui bahwa pajak tidak hanya menjadi kewajiban hukum, tetapi juga bagian dari kontribusi sosial untuk mendukung fasilitas umum, pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan pelayanan publik lainnya. Semakin baik pemahaman mengenai manfaat tersebut, semakin besar kemungkinan wajib pajak memandang kepatuhan sebagai tindakan yang penting dan bernilai.

Selain itu, kemajuan teknologi digital memberi peluang bagi pemerintah untuk meningkatkan efektivitas sosialisasi dan pelayanan perpajakan. Pelaku UMKM saat ini banyak memanfaatkan media digital untuk promosi, transaksi, dan komunikasi dengan konsumen. Hal ini dapat menjadi ruang strategis bagi otoritas pajak untuk menyampaikan informasi melalui kanal yang dekat dengan aktivitas mereka. Edukasi perpajakan berbasis digital dapat dibuat lebih singkat, visual, dan mudah dipahami, misalnya melalui infografis, tutorial pengisian pajak, konsultasi daring, atau pesan pengingat batas pelaporan. Strategi ini penting karena tidak semua pelaku UMKM memiliki waktu untuk mengikuti penyuluhan tatap muka. Dengan pendekatan digital, sosialisasi dapat menjangkau lebih banyak wajib pajak secara efisien.

Berdasarkan uraian tersebut, pemahaman perpajakan dan sosialisasi perpajakan dapat dipandang sebagai dua faktor yang saling melengkapi. Pemahaman perpajakan membentuk kemampuan internal wajib pajak dalam menjalankan kewajiban, sedangkan sosialisasi perpajakan berfungsi sebagai dukungan eksternal yang menyediakan informasi, arahan, dan motivasi. Apabila keduanya berjalan secara optimal, maka kepatuhan wajib pajak UMKM dapat meningkat. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berupaya menguji pengaruh kedua variabel tersebut, tetapi juga memberikan gambaran mengenai pentingnya strategi edukasi pajak yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar bagi pemerintah, khususnya otoritas pajak, dalam merancang program penyuluhan yang lebih tepat sasaran, praktis, dan berkelanjutan.

Dengan demikian, kajian ini memiliki relevansi akademik dan praktis dalam memahami perilaku kepatuhan pajak UMKM. Secara akademik, penelitian ini memperkuat pembahasan mengenai faktor pengetahuan dan komunikasi perpajakan. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam menyusun pendekatan edukasi yang lebih dekat dengan kebutuhan wajib pajak, terutama pelaku UMKM yang membutuhkan informasi sederhana dan pendampingan berkelanjutan. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menciptakan kepatuhan yang lebih sadar, sukarela, dan konsisten nantinya di masa mendatang.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan data berbentuk angka yang diolah menggunakan analisis statistik. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden. Populasi penelitian ini adalah para pelaku UMKM di Kota Semarang, di mana jumlah sampel sebanyak 100 responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (a) Wajib Pajak Orang Pribadi yang memiliki usaha bidang UMKM di Kota Semarang, (b) domisili usaha berada di Kota Semarang

Proses analisis data dilakukan secara multivariat dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi SmartPLS 4. Analisis dimulai dengan pengujian model pengukuran (*outer model*) untuk menilai validitas, yang mencakup uji *convergent validity*, nilai *outer loading*, *Average Variance Extracted* (AVE), serta validitas diskriminan. Setelah itu, dilakukan uji reliabilitas untuk memastikan konsistensi instrumen penelitian. Tahap selanjutnya adalah pengujian model struktural (*inner model*). Dalam analisis SmartPLS, pengujian inner model dilakukan menggunakan teknik *bootstrapping* guna mengetahui tingkat signifikansi pengaruh langsung (*direct effects*) dalam rangka pengujian hipotesis penelitian.

3. Hasil dan Diskusi

Berdasarkan data penelitian, responden dalam studi ini adalah 100 wajib pajak orang pribadi bidang UMKM di Kota Semarang yang dipilih menggunakan rumus *Lemeshow*. Dapat diidentifikasi karakteristik responden dalam penelitian ini dari segi usia, mayoritas responden berada pada rentang 20–35 tahun sebanyak 79 orang, diikuti oleh kelompok usia 36–50 tahun sebanyak 20 orang, serta hanya 1 responden yang berusia di atas 50 tahun. Dilihat dari tingkat pendidikan, responden memiliki latar belakang yang beragam, yaitu 3 orang lulusan Sekolah Dasar (SD), 4 orang Sekolah Menengah Pertama (SMP), 31 orang Sekolah Menengah Atas (SMA), dan 62 orang dengan pendidikan Sarjana/D4/D3 atau sederajat. Sementara itu, berdasarkan jenis kelamin, terdapat 42 responden laki-laki dan 58 responden perempuan, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam

penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 20–35 tahun (79%), berpendidikan terakhir Sarjana/D4/D3 atau sederajat (62%), serta berjenis kelamin perempuan (58%).

3.1. Analisis Deskriptif Data Penelitian

Tabel 1. Analisis Deskriptif Data Penelitian

Variabel	N	Item Pernyataan	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
Pemahaman Pajak	100	8	1	5	3.980	1.127
Sosialisasi Pajak	100	8	1	5	3.918	1.148
Kepatuhan Wajib Pajak	100	7	1	5	4.094	1.095

Berdasarkan Tabel 1, seluruh variabel menunjukkan nilai rata-rata yang tinggi pada skala Likert 1–5. Pemahaman pajak (mean 3,980; standar deviasi 1,127) dan sosialisasi pajak (mean 3,918; standar deviasi 1,148) berada pada kategori baik, sedangkan kepatuhan wajib pajak memiliki nilai tertinggi (mean 4,094; standar deviasi 1,095) yang mencerminkan tingkat kepatuhan yang tinggi.

3.2. Analisis Data

3.2.1 Outer Model

- a. Uji Validitas
 - a. *Convergent Validity*

Tabel 2. Hasil *Outer Loadings*

Item	PP (X1)	SP (X1)	KWP (Y)	Ket.
PP1	0.772			Valid
PP2	0.777			Valid
PP3	0.785			Valid
PP4	0.798			Valid
PP5	0.785			Valid
PP6	0.727			Valid
PP7	0.757			Valid
PP8	0.753			Valid
SP1		0.721		Valid
SP2		0.784		Valid
SP3		0.790		Valid
SP4		0.737		Valid
SP5		0.729		Valid
SP6		0.765		Valid
SP7		0.708		Valid
SP8		0.747		Valid
KWP1			0.771	Valid
KWP2			0.778	Valid
KWP3			0.792	Valid
KWP4			0.773	Valid
KWP5			0.773	Valid
KWP6			0.761	Valid
KWP7			0.811	Valid

Dapat dilihat bahwa hasil pada setiap indikator atau *outer loadings* lebih besar dari 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator dianggap valid karena telah memenuhi standar validitas konvergen dan dapat dianalisis lebih lanjut.

- b. *Average Variance Extracted (AVE)*

Tabel 3. *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	Item	AVE	Ket.
Pemahaman Pajak (X1)	8	0.592	Valid
Sosialisasi Pajak (X2)	8	0.560	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	7	0.609	Valid

Mengacu pada Tabel 3, nilai AVE untuk setiap variabel penelitian melebihi 0,5. Oleh karena itu, variabel-variabel penelitian ini dapat dianggap valid dan layak digunakan untuk penelitian serta dapat dianalisis lebih lanjut.

c. Uji *Discriminant Validity*

Tabel 4. Hasil Pengujian *Discriminant Validity (Cross Loading)*

	PP	SP	KWP
PP1	0.827	0.747	0.802
PP2	0.816	0.756	0.737
PP3	0.831	0.744	0.747
PP4	0.736	0.664	0.700
PP5	0.801	0.683	0.805
PP6	0.777	0.675	0.716
PP7	0.797	0.758	0.720
PP8	0.708	0.607	0.640
SP1	0.693	0.779	0.687
SP2	0.795	0.850	0.734
SP3	0.697	0.788	0.688
SP4	0.691	0.755	0.637
SP5	0.656	0.760	0.690
SP6	0.662	0.762	0.589
SP7	0.722	0.832	0.718
SP8	0.764	0.824	0.755
KWP1	0.781	0.715	0.856
KWP2	0.723	0.601	0.725
KWP3	0.817	0.720	0.852
KWP4	0.692	0.682	0.769
KWP5	0.691	0.651	0.751
KWP6	0.752	0.702	0.822
KWP7	0.717	0.743	0.765

Seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* tertinggi pada konstruk masing-masing dibandingkan konstruk lainnya, sehingga memenuhi kriteria *discriminant validity* dan menunjukkan tidak adanya tumpang tindih antar konstruk. Selanjutnya, pengujian *discriminant validity* juga dilakukan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Pengujian *Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)*

	KWP	PP	SP
KWP	0.780		
PP	0.723	0.770	
SP	0.700	0.760	0.748

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai akar pada masing-masing konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk memiliki kemampuan yang baik dalam membedakan dirinya dari konstruk lainnya, sehingga secara diskriminan dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Ket.
Pemahaman Pajak (X1)	0.902	0.921	Reliabel
Sosialisasi Pajak (X2)	0.887	0.910	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0.893	0.916	Reliabel

Tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70. Selain itu, nilai *Composite Reliability* pada masing-masing variabel juga berada di atas 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur

konstruk yang diteliti. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan telah memenuhi kriteria reliabilitas dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

3.3. Inner Model

a. R-Square

Tabel 7. Hasil Uji R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Kepatuhan Wajib Pajak	0.577	0.568

Berdasarkan Tabel 7, nilai R-Square yang diperoleh adalah sebesar 0,577. Nilai ini mengindikasikan bahwa variabel pemahaman pajak dan sosialisasi pajak mampu menjelaskan sebesar 57,7% terhadap variasi kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, sebesar 42,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh (Hair et al., (2017), nilai tersebut berada pada kategori moderat, sehingga dapat disimpulkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang cukup memadai.

b. Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Original Sample	Sample Mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T Statistics	P-Values	Ket.
PP → KWP	0.453	0.448	0.102	4.425	0.000	Diterima
SP → KWP	0.356	0.359	0.093	3.836	0.000	Diterima

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pemahaman pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan nilai koefisien sebesar 0,453, *t-statistic* 4,425 (>1,96), dan *p-value* 0,000 (<0,05). Selain itu, sosialisasi pajak juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan koefisien sebesar 0,356, *t-statistic* 3,836 (>1,96), dan *p-value* 0,000 (<0,05). Dengan demikian, kedua hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,453, *t-statistic* 4,425 (>1,96), dan *p-value* 0,000 (<0,05). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik tingkat pemahaman wajib pajak mengenai peraturan, prosedur, serta kewajiban perpajakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan dalam melaksanakan kewajiban tersebut. Pemahaman yang memadai memungkinkan wajib pajak untuk mengurangi kesalahan dalam perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak. Dalam perspektif Teori Atribusi, pemahaman pajak merupakan faktor internal yang mendorong individu untuk berperilaku patuh secara sukarela karena adanya kesadaran pribadi. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa pemahaman pajak merupakan determinan penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak, meskipun terdapat penelitian lain yang menunjukkan hasil berbeda dimana pemahaman pajak tidak selalu berpengaruh signifikan.

Selain itu, sosialisasi pajak juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan nilai koefisien sebesar 0,356, *t-statistic* 3,836 (>1,96), dan *p-value* 0,000 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa semakin intensif dan efektif kegiatan sosialisasi yang dilakukan, maka semakin tinggi tingkat kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi berperan sebagai sarana edukasi yang memberikan informasi perpajakan secara jelas dan mudah dipahami, sehingga membantu wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya dengan tepat. Berdasarkan Teori Atribusi, sosialisasi pajak merupakan faktor eksternal yang mampu membentuk persepsi dan perilaku wajib pajak melalui peningkatan pengetahuan dan pemahaman. Temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan, meskipun terdapat beberapa studi yang menemukan bahwa pengaruh tersebut tidak selalu signifikan, tergantung pada tingkat partisipasi dan akses informasi yang dimiliki oleh wajib pajak.

Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien sebesar 0,453, *t-statistic* 4,425 yang lebih besar dari 1,96, serta *p-value* 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan tersebut memberikan makna bahwa pemahaman pajak

menjadi salah satu faktor penting yang mampu mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi pengetahuan wajib pajak mengenai peraturan, prosedur, tarif, batas waktu pembayaran, dan tata cara pelaporan pajak, semakin besar kemungkinan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan tepat waktu. Pemahaman yang baik membuat wajib pajak tidak hanya mengetahui bahwa pajak harus dibayar, tetapi juga memahami alasan, mekanisme, dan konsekuensi dari pelaksanaan kewajiban tersebut.

Dalam konteks pelaku UMKM, pemahaman pajak memiliki peran penting karena sebagian besar kegiatan usaha dijalankan dengan sistem pengelolaan sederhana. Banyak pelaku UMKM masih mengandalkan pencatatan manual, belum memiliki tenaga khusus di bidang akuntansi, dan sering kali kurang memahami perubahan regulasi perpajakan. Apabila wajib pajak memiliki pemahaman yang rendah, maka peluang terjadinya kesalahan dalam menghitung, membayar, atau melaporkan pajak akan semakin besar. Kesalahan tersebut tidak selalu disebabkan oleh niat untuk menghindari pajak, tetapi dapat muncul karena kurangnya pengetahuan mengenai aturan yang berlaku. Oleh karena itu, pemahaman pajak menjadi dasar penting agar wajib pajak mampu menjalankan kewajibannya secara mandiri sesuai dengan prinsip self assessment system.

Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman pajak dapat membentuk kesadaran dan sikap patuh dari dalam diri wajib pajak. Ketika wajib pajak mengetahui manfaat pajak bagi pembangunan, memahami risiko sanksi, serta mengerti prosedur administrasi yang harus dilakukan, maka kepatuhan tidak lagi muncul karena paksaan semata. Kepatuhan dapat berkembang menjadi perilaku sukarela karena wajib pajak merasa memiliki kemampuan dan tanggung jawab untuk memenuhi kewajiban tersebut. Dalam perspektif Teori Atribusi, pemahaman pajak termasuk faktor internal karena berasal dari pengetahuan, kesadaran, dan kemampuan individu dalam menilai kewajiban perpajakan. Wajib pajak yang memiliki atribusi internal positif akan cenderung melihat kepatuhan sebagai keputusan yang lahir dari dirinya sendiri, bukan hanya karena tekanan dari pihak luar.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Nilai koefisien sebesar 0,356, t-statistic 3,836 yang lebih besar dari 1,96, serta p-value 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 membuktikan bahwa sosialisasi pajak memiliki kontribusi nyata dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Artinya, semakin efektif kegiatan sosialisasi perpajakan yang diterima oleh pelaku UMKM, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk patuh. Sosialisasi berperan sebagai media penyampaian informasi yang membantu wajib pajak memahami aturan, perubahan kebijakan, dan tata cara pelaksanaan kewajiban pajak. Tanpa sosialisasi yang memadai, regulasi perpajakan yang bertujuan memberi kemudahan dapat dipahami secara keliru oleh wajib pajak.

Sosialisasi pajak menjadi penting karena tidak semua wajib pajak memiliki akses yang sama terhadap informasi perpajakan. Sebagian pelaku UMKM mungkin tidak aktif mencari informasi melalui situs resmi atau layanan perpajakan, sehingga mereka membutuhkan pendekatan edukatif yang lebih langsung, sederhana, dan mudah dipahami. Sosialisasi dapat dilakukan melalui penyuluhan tatap muka, pelatihan, konsultasi, media sosial, webinar, maupun penyebaran informasi digital. Bentuk sosialisasi yang beragam akan membantu menjangkau wajib pajak dengan latar belakang pendidikan, usia, dan kemampuan teknologi yang berbeda. Semakin mudah informasi pajak diakses dan dipahami, semakin besar peluang wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban secara tepat.

Dalam perspektif Teori Atribusi, sosialisasi pajak dapat dipahami sebagai faktor eksternal yang memengaruhi perilaku wajib pajak. Informasi, arahan, dan edukasi yang diberikan oleh otoritas pajak dapat membentuk persepsi wajib pajak terhadap kemudahan, kepentingan, dan manfaat kepatuhan. Apabila sosialisasi disampaikan secara komunikatif, tidak menakutkan, dan disertai contoh praktis, maka wajib pajak akan merasa lebih terbantu. Sebaliknya, apabila sosialisasi kurang intensif atau menggunakan bahasa yang terlalu teknis, maka wajib pajak tetap berpotensi mengalami kebingungan. Oleh karena itu, efektivitas sosialisasi tidak hanya dilihat dari seberapa sering kegiatan dilakukan, tetapi juga dari kualitas pesan, media yang digunakan, serta kemampuan petugas dalam menjelaskan materi perpajakan.

Pengaruh positif sosialisasi terhadap kepatuhan juga menunjukkan bahwa perilaku wajib pajak dapat ditingkatkan melalui komunikasi yang tepat. Wajib pajak yang sebelumnya kurang memahami pajak dapat menjadi lebih sadar setelah memperoleh penjelasan yang jelas mengenai kewajiban, manfaat, dan risiko ketidakpatuhan. Dalam hal ini, sosialisasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan antara wajib pajak dan otoritas pajak. Ketika wajib pajak merasa diperhatikan dan dibantu, maka hubungan dengan otoritas pajak menjadi lebih positif. Hubungan tersebut dapat mendorong kepatuhan karena wajib pajak tidak merasa berhadapan dengan sistem yang rumit, melainkan dengan lembaga yang memberikan pendampingan.

Jika dibandingkan, pemahaman pajak memiliki nilai koefisien lebih besar daripada sosialisasi pajak. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman pajak memberikan pengaruh yang lebih kuat terhadap kepatuhan wajib pajak dalam penelitian ini. Meskipun demikian, sosialisasi tetap memiliki peran penting karena dapat menjadi sarana untuk membentuk dan meningkatkan pemahaman tersebut. Dengan kata lain, kedua variabel saling berkaitan. Sosialisasi yang baik akan meningkatkan pemahaman, sedangkan pemahaman yang baik akan memperkuat perilaku patuh. Oleh sebab itu, upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak tidak dapat hanya dilakukan dengan menuntut wajib pajak untuk patuh, tetapi harus disertai dengan edukasi yang berkelanjutan dan penyampaian informasi yang mudah dipahami.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pemahaman pajak dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, adanya penelitian lain yang menemukan hasil berbeda menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel tersebut dapat dipengaruhi oleh kondisi tertentu, seperti karakteristik responden, intensitas sosialisasi, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, serta akses terhadap informasi. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa kepatuhan wajib pajak bersifat kontekstual. Pada pelaku UMKM, pemahaman yang praktis dan sosialisasi yang relevan dengan kebutuhan usaha menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan peningkatan kepatuhan.

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat ditegaskan bahwa peningkatan kepatuhan wajib pajak UMKM memerlukan strategi yang menggabungkan penguatan pemahaman dan peningkatan kualitas sosialisasi. Pemerintah dan otoritas pajak perlu menyediakan edukasi yang lebih aplikatif, misalnya panduan sederhana mengenai cara menghitung pajak, jadwal pelaporan, penggunaan aplikasi pajak, serta simulasi pengisian laporan. Selain itu, sosialisasi perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui kanal yang dekat dengan pelaku UMKM, seperti komunitas usaha, media sosial, dan layanan konsultasi digital. Dengan pendekatan tersebut, wajib pajak tidak hanya mengetahui kewajibannya, tetapi juga mampu menjalankannya dengan benar. Pada akhirnya, pemahaman pajak dan sosialisasi yang efektif akan mendorong kepatuhan yang lebih sadar, sukarela, dan berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemahaman perpajakan dan sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman wajib pajak terhadap peraturan, prosedur, serta kewajiban perpajakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan dalam melaksanakan kewajiban tersebut. Pemahaman perpajakan sebagai faktor internal terbukti mampu mendorong wajib pajak untuk bertindak patuh karena mereka memiliki kemampuan dalam menginterpretasikan aturan serta memahami konsekuensi yang timbul apabila tidak memenuhi kewajiban perpajakan. Di sisi lain, sosialisasi perpajakan sebagai faktor eksternal juga berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan, karena memberikan informasi, edukasi, dan pembinaan kepada wajib pajak secara berkelanjutan.

Referensi

1. Arrasyid, Gabriel Umar, Septi Wulandari Chairina, and Universitas Muhammadiyah Jakarta. 2025. "Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak Dan Penerapan Sistem E-Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM." 9: 35098–103.
2. Direktorat Jenderal Pajak, DJP. 2025. "Rasio Kepatuhan Wajib Pajak Di 2024." *DDTC News*. <https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1808066/djp-rasio-kepatuhan-wajib-pajak-di-2024-sebesar-8575-persen>.
3. Hair, Joseph F, G Tomas M Hult, and Christian M Ringle. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
4. Hartono, Hartono, Nersiawad Nersiawad, and Fachrudu Asj'ari. 2022. "Factors of Compliance, Negotiation, Moral, Profit Management, Fiscal Policy in Executing Tax Obligations." *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* 6(1): 316.
5. Hura, Apriman, and Shopia Molinda Kakisina. 2022. "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi* 1(1): 174–81. doi:10.56248/jamane.v1i1.31.
6. Khasanah, Fatikah Nur, and Arif Nugroho Rachman. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pbb." *Inventory: Jurnal Akuntansi* 5(1): 67. doi:10.25273/inventory.v5i1.8615.
7. Laia, Otanius, Odaligoziduhu Halawa, and Palindungan Lahagu. 2022. "Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Pelayanan Publik." *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi* 1(1): 70–76. doi:10.56248/jamane.v1i1.15.
8. Lestary, Sizka Rismaningih, Memed Sueb, and Ivan Yudianto. 2021. "The Effect of Tax Fairness, Tax Socialization and Tax Understanding on Tax Compliance: A Study on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)." *Journal of Accounting Auditing and Business* 4(1): 87–99. doi:10.24198/jaab.v4i1.31998.
9. Lwanga, Stephen, and S Lemeshow. 1991. "Sample Size Determination in Health Studies: A Practical Manual." *XF2006303260* 15. doi:10.2307/2290547.
10. Maili, Nafidha Anis. 2022. "Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Sanksi Pajak, Tarif Pajak, Dan." *Jurnal pendidikan tambusai* 6: 13553–62.

11. Nugroho, Bagas Adi. 2023. "Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Sosialisasi Pajak, Tingkat Pendidikan, Dan Ketegasan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di KPP Pratama Semarang Timur." : 26–27. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B21A/2020/B.231.20.0198/B.231.20.0198-15-File-Komplit-20240109084158.pdf>.
12. Resmi, Siti. 2019. "Perpajakan: Teori Dan Kasus, Edisi 11." *Jakarta: Salemba Empat*: 3.
13. Riyanto, Slamet, and Andi Rahman Putera. 2022. *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*. Deepublish.
14. Sari, Mutia, Habibur Rachman, Noni Juli Astuti, Muhammad Win Afgani, and Rusdy Abdullah Siroj. 2023. "Explanatory Survey Dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer." *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer* 3(1): 10–16. <https://jurnal.itscience.org/index.php/jpsk/article/download/1953/1528>.
15. Sugiyono. 2023. 16 Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
16. Suparman. 2023. "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan , Kualitas Pelayanan Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak." 3(1): 1–8.
17. Wijaya, Anita. 2022. "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Peraturan Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Wajib Pajak Pribadi Di Wilayah KPP Pratama Cikupa - Tangerang)." *eCo-Fin* 4(2 SE-Articles): 42–50. doi:10.32877/ef.v4i2.500.
18. Worrall, John L., and Ellen G. Cohn. 2023. "Citation Data and Analysis: Limitations and Shortcomings." *Journal of Contemporary Criminal Justice* 39(3): 327–40. doi:10.1177/10439862231170972.
19. Zakia, Firda Ayu, Sugiarti Sugiarti, and Faiz Rahman Siddiq. 2023. "Analisis Tingkat Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak Dan Pemungutan Pajak UMKM E-Commerce Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha UMKM E-Commerce Di Kota Kudus)." *ProBank* 7(2): 208–18. doi:10.36587/probank.v7i2.1343.
20. Zurriah, Rezki, and Putri Ananda Lubis. 2023. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Pada Kantor Samsat Medan Utara." 3(3): 121–27.