

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PARTISIPASI  
MEMBAYAR PAJAK DIKALANGAN UMKM****Usmar<sup>1</sup>, Yudistira Adwimurti<sup>2</sup>, Tamrin Lanori<sup>3</sup>, Patricia K. Surya<sup>4</sup>**<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia  
usmarismail1504@dsn.moestopo.ac.id**ABSTRACT**

*This study aims to explain the magnitude of the effect of socialization, tax understanding, tax awareness on taxpayer compliance based on PP 23 of 2018 on MSME actors. The sample selection was carried out using the Accidental Sampling method with an analysis unit of MSMEs in the Pasar Majestik Shopping Center, South Jakarta in the period February - August 2020, with an analysis unit of clothing traders in each block that existed and inhabited the market who were found and were willing to fill out a questionnaire. which are given. The number of samples obtained were 100 respondents which were then processed using multiple regression data analysis with SPSS tools, hypothesis testing was carried out after going through a feasibility and reliability data test. The study concludes that the factors of tax socialization, tax understanding, knowledge of taxation information systems have a positive and significant impact on taxpayer compliance in paying PP 23 of 2018 taxes on MSME actors in the Majestik Market Shopping Center Area, South Jakarta.*

**Keyword :** *Keywords: Socialization, Understanding, Awareness, Tax Compliance, MSME*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan besarnya pengaruh sosialisasi, pemahaman pajak, kesadaran pajak terhadap kepatuhan membayar wajib pajak berdasar PP 23 Tahun 2018 pada pelaku UMKM. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* dengan unit analisis UMKM di Wilayah Pusat Pertokoan Pasar Majestik Jakarta Selatan pada kurun waktu bulan Februari – Agustus 2020, dengan unit analisis para pedagang pakaian pada setiap blok yang ada dan menghuni pasar tersebut yang ditemui serta bersedia mengisi kuesioner yang diberikan. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden yang kemudian diolah menggunakan analisis data regresi berganda dengan alat bantu SPSS, uji hipotesis dilakukan setelah melalui uji kelayakan data validitas dan reliabilitas. Penelitian menyimpulkan bahwa faktor-faktor sosialisasi pajak, pemahaman pajak, pengetahuan sistem informasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak PP 23 Tahun 2018 pada pelaku UMKM di Wilayah Pusat Pertokoan Pasar Majestik Jakarta Selatan.

**Kata Kunci:** Sosialisasi, Pemahaman, Kesadaran, Kepatuhan Pajak, UMKM

**PENDAHULUAN**

Pajak memiliki peran penting dalam membangun sebuah negara, tanpa adanya pajak sebuah negara tidak akan bisa berjalan dengan lancar. Semakin banyak wajib pajak membayarkan pajaknya, maka semakin banyak fasilitas dan infrastruktur negara yang dapat dibangun. Pajak merupakan pemasukan terbesar kas negara, maka setiap wajib pajak diwajibkan membayarkan pajaknya kepada negara. Melihat besarnya kontribusi pajak, pemerintah terus berusaha menaikkan target penerimaan pajak dari tahun ke tahun, agar program pemerintah dapat berjalan dengan lancar dan juga digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Banyak upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengajak wajib pajak untuk membayarkan pajaknya tepat waktu. Salah satu yang ikut menanggung pajak adalah para pelaku UMKM dan kepada pelaku usaha ini pemerintah sangat berharap untuk membayar

pajaknya, karena usaha ini terbukti mampu menyumbang dan memberikan kontribusi dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan ekspor. Secara keseluruhan total PDB 9.90% mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 5.83% dengan nilai ekspor UMKM sebesar 11.00%. (Badan Pusat Statistik, 2012).

Pada hakikatnya, pembayaran pajak merupakan perwujudan dari kewajiban kenegaraan dan peran serta wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Pajak merupakan kontribusi wajib pajak kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan. Sebesar 70% lebih penerimaan Negara Indonesia bersumber dari pajak, baik pajak pusat maupun pajak daerah. Usaha pemerintah untuk menaikkan penerimaan dari sektor pajak pada kenyataan tidak mudah, sehingga pemerintah mengambil kebijakan untuk menurunkan tarif pajak yang semula 1 % menjadi 0.5 % melalui PP 23 tahun 2018 yang disebabkan rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia dalam membayar pajak. Tindakan penurunan tarif tersebut terbukti positif dalam meningkatkan kepedulian yang merespon pembayaran pajak UMKM (Cahyani & Noviari, 2019; Fitria, 2017; Prihanto & Damayanti, 2020).

Opini di masyarakat bahwa pajak itu adalah sesuatu yang negatif yang hanya akan menambah beban hidupnya, dan karenanya jika tidak karena budaya dan aturan masyarakat sebenarnya tidak akan ada yang rela membayar pajak (Prihanto, 2018), ditambah dengan pemahaman masyarakat yang belum memahami aspek kegunaan pajak yang mereka bayar (Hazmi & Suhendro, 2020; Wilestari & Ramadhani, 2020). Upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah baik upaya pendidikan, penyuluhan dan iklan-iklan tidak akan berarti banyak dalam membangun kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak, jika pemerintah tidak melakukan sosialisasi terhadap sistem perpajakan yang memadai dan mudah dipahami oleh masyarakat terutama para wajib itu sendiri. Sosialisasi dapat dilakukan melalui media elektronik dan media cetak. Misalnya; dilakukan dengan *talkshow* di radio atau televisi, membuat opini, ulasan dan rubrik tanya jawab di koran, tabloid atau majalah.

Dengan adanya perubahan tarif dan dasar perhitungan seharusnya sangat menguntungkan bagi Wajib Pajak UMKM karena dapat memberi kemudahan dan penyederhanaan cara pembayaran pajak akan tetapi pada kenyataan di lapangan, Wajib Pajak UMKM justru memberikan respon negatif, karena pajak yang dibayarkan lebih besar dibandingkan pajak yang dibayar dengan menganut Peraturan lama, yaitu Undang-undang (UU) PPh No.36 Tahun 2008. Tidak adanya kompensasi kerugian, untung rugi tetap dikenakan pajak 0.05% dari omset beberapa pelaku UMKM menolak atau bahkan pura-pura tidak tahu akan adanya peraturan baru tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh sosialisasi, pemahaman, kesadaran, kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak PP No. 23 tahun 2018 pada pelaku wajib pajak UMKM di Kebayoran Baru Jakarta Selatan.

## KAJIAN PUSTAKA

### Partisipasi Wajib Pajak

Partisipasi wajib pajak dalam penelitian ini diprosikan dengan pengukuran kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KM K.04/2000 yang kemudian dikemukakan Rahayu, (2010), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepatuhan wajib pajak adalah kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan aturan yang berlaku tanpa perlu diadakannya pemeriksaan, investigasi seksama, peringatan, ataupun ancaman dan penerapan sanksi baik hukum maupun administratif. Kepatuhan perpajakan adalah tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara antara lain :

1. Kewajiban wajib pajak dalam mendaftarkan diri.,
2. Kepatuhan untuk menyetorkan kembali surat pemberitahuan,
3. Kepatuhan dalam perhitungan dan pembayaran pajak terutang,
4. Kepatuhan dalam pembayaran tunggakan.

### **Sosialisasi Pajak**

Berdasarkan definisi dari (Rimawati et al., 2013; Winerungan, 2012) dapat ditarik kesimpulan bahwa sosialisasi pajak adalah upaya yang dilakukan oleh Dirjen 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. Sosialisasi yang diberikan kepada masyarakat dimaksudkan untuk memberikan pengertian kepada masyarakat akan pentingnya membayar pajak yang dapat dilakukan dengan dua cara antara lain yaitu : sosialisasi langsung (workshop, penyuluhan) dan sosialisasi tidak langsung (media elektronik, media cetak) yang berpengaruh pada motivasi membayar pajak masyarakat (Erica, 2021; Herlina, 2020; Siamena et al., 2017)

### **Pemahaman Wajib Pajak**

Tingkat pemahaman adalah suatu proses peningkatan pengetahuan secara intensif yang dilakukan oleh seseorang individu dan sejauh mana dia akan dapat mengerti benar akan suatu materi permasalahan yang ingin diketahui (Cahyani & Noviari, 2019; Fitria, 2017; Prihanto & Damayanti, 2020)). Semakin tinggi tingkat pengetahuan dan pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, maka semakin kecil kemungkinan wajib pajak untuk melanggar peraturan tersebut sehingga meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak (Muslim, 2007). Pengetahuan dan pemahaman akan peraturan perpajakan adalah proses dimana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak. Pemahaman peraturan perpajakan adalah suatu proses dimana wajib pajak memahami dan mengetahui tentang peraturan dan undang-undang serta tata cara perpajakan dan menerapkannya untuk melakukan kegiatan perpajakan seperti, membayar pajak, melaporkan SPT, dan sebagainya. Jika seseorang telah memahami tentang perpajakan maka akan terjadi peningkatan pada kepatuhan wajib pajak (Ananda et al., 2015; Banyu A. W, 2011; Cahyani & Noviari, 2019; Pravasanti & Pratiwi, 2021; Prihanto & Damayanti, 2020; Putri, 2016).

### **Kesadaran Wajib Pajak**

Peran aktif pemerintah juga sangat diperlukan untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya membayar pajak. Untuk itu pemerintah harus melakukan upaya berupa penyuluhan atau sosialisasi rutin ataupun berupa pelatihan secara intensif agar kesadaran masyarakat untuk membayar pajak dapat meningkat dan selain itu juga dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan kantor pajak, memudahkan wajib pajak memenuhi kewajiban administrasi perpajakan seperti layanan e-SPT, menyederhanakan sistem perpajakan yang diterapkan, serta membuat kebijakan perpajakan yang dapat digunakan sebagai alat untuk menstimulus atau merangsang wajib pajak agar melaksanakan dan atau meningkatkan kesadaran dalam membayar pajak (Halawa & Saragih, 2017; Pravasanti & Pratiwi, 2021; Prihanto & Damayanti, 2020; Tanilasari & Gunarso, 2017). Kesadaran wajib pajak pada dasarnya merupakan kesadaran bahwa pajak merupakan partisipasi dalam pembangunan negara, kesadaran wajib pajak bahwa penundaan dan pengurangan beban pajak merugikan negara dan kesadaran wajib pajak bahwa pajak ditetapkan dengan Undang-undang dan dapat dipaksakan kepada wajib pajak.

### **Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan dukungan penelitian terdahulu diatas maka hipotesis penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

- H1: Sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap partisipasi wajib pajak untuk membayar pajak
- H2 : Pemahaman wajib pajak berpengaruh positif terhadap partisipasi wajib pajak untuk membayar pajak
- H3: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap partisipasi wajib pajak untuk membayar pajak

### **METODE PENELITIAN**

#### **Desain Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan *treatment* berupa skenario data kuesioner. Sumber data yang digunakan adalah data subyek. data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di daerah Kebayoran Baru Jakarta Selatan. Sampel dalam penelitian sebanyak 100 responden yang merupakan pengusaha UMKM. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampel secara *Accidental Sampling* yang memperoleh data secara kebetulan terhadap responden yang dijumpai. Penelitian dilakukan pada bulan Februari – Agustus 2020, unit analisis penelitian adalah sejumlah pedagang yang mayoritas berprofesi sebagai pedagang sandang/pakaian yang dijumpai di Pertokoan Pasar Majestik Jakarta Selatan dari berbagai blok yang ada pada pasar tersebut.

#### **Metode Analisis Data**

##### **Uji Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2017).

##### **Uji Kualitas Data**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas yang digunakan adalah menghitung korelasi antara score masing-masing butir pertanyaan dengan total score setiap konstruksinya (Ghozali, 2006). Uji reabilitas bertujuan untuk menguji sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama.

##### **Uji Asumsi Klasik**

Menurut Priyatno (2010) uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data-data terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas dapat menggunakan dua metode, yaitu metode kolmogorov-smirnov dan metode normal probability plots. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Chariri & Ghozali, 2007). Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

### Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas.

### Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan metode statistik regresi berganda (*multiple regression*) karena metode ini dapat dipergunakan sebagai model penelitian terhadap suatu variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (*independent*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Uji statistik deskriptif menyatakan rata-rata variabel sosialisasi pajak yang diukur dengan sosialisasi langsung adalah 8,38 dengan nilai maksimum 10 dan nilai minimum 6. Hal tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi pajak melalui kegiatan penyuluhan dan workshop memegang peranan penting dalam upaya memasyarakatkan pajak dan memberikan pengertian kepada masyarakat akan pentingnya membayar pajak. Rata-rata variabel pemahaman wajib pajak yang diukur dengan pengetahuan ketentuan umum dan tata cara perpajakan adalah 8,55 dengan nilai maksimum 10 dan nilai minimum 6. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketentuan umum dan tata cara perpajakan adalah untuk meningkatkan profesionalisme aparatur perpajakan, meningkatkan keterbukaan administrasi perpajakan dan meningkatkan kepatuhan sukarela wajib pajak. Adapun Isi dari Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan tersebut antara lain mengenai hak dan kewajiban wajib pajak, SPT, NPWP, dan Prosedur Pembayaran, Pemungutan serta pelaporan pajak.

Rata-rata variabel kesadaran wajib pajak yang diukur dengan pajak merupakan bentuk partisipasi adalah 7,17 dengan nilai maksimum 10 dan nilai minimum 4. Hal tersebut menunjukkan bahwa wajib pajak mau membayar pajak karena merasa tidak dirugikan dari pemungutan pajak yang dilakukan. Pajak disadari digunakan untuk pembangunan negara guna meningkatkan kesejahteraan warga negara. Nilai *Corrected item-total correlation* pada masing-masing pernyataan pada variabel sosialisasi pajak melebihi  $r$  tabel = 0.195. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel sosialisasi pajak ( $X_1$ ) dinyatakan valid. Nilai *Corrected item-total correlation* masing-masing pernyataan pada variabel pemahaman wajib pajak melebihi  $r$  tabel = 0.195. Maka disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid. Nilai *Corrected item total correlation* masing-masing pernyataan pada variabel kesadaran wajib pajak melebihi  $r$  tabel = 0.195. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel kesadaran wajib pajak ( $X_3$ ) dinyatakan valid. Nilai *Corrected item- total correlation* masing-masing pernyataan pada variabel kesadaran wajib pajak UMKM dalam membayar pajak penghasilan melebihi melebihi  $r$  tabel = 0.195. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel kesadaran wajib pajak ( $Y$ ) dinyatakan valid.

Cronbach's Alpha 0,788 > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam variabel sosialisasi pajak ( $X_1$ ) adalah reliable. Cronbach's Alpha 0,689 > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam variabel pemahaman wajib pajak ( $X_2$ ) adalah reliable. Cronbach's Alpha 0,705 > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam variabel kesadaran wajib pajak ( $X_3$ ) adalah reliable. Cronbach's Alpha 0,793 > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam variabel kepatuhan wajib pajak UMKM membayar pajak ( $Y$ ) adalah reliable.

**Tabel 4.1. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Sosialisasi Pajak (X <sub>1</sub> )	Pemahaman Wajib Pajak (X <sub>2</sub> )	Kesadaran Wajib Pajak (X <sub>3</sub> )	Kepatuhan Wajib Pajak (Y)
N		100	100	100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	16.5600	25.1000	24.2700	33.3800
	Std. Deviation	2.07593	2.05235	2.34351	2.93285
Most Extreme Differences	Absolute	.116	.109	.114	.121
	Positive	.096	.104	.114	.121
	Negative	-.116	-.109	-.094	-.104
Kolmogorov-Smirnov Z		1.161	1.095	1.136	1.215
Asymp. Sig. (2-tailed)		.135	.182	.151	.105

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Sumber : Output SPSS 21**

Berdasarkan tabel 4.1 hasil perhitungan Kolmogorov-Smirnov diatas, data Sosialisasi Pajak (X<sub>1</sub>) nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,135, nilai variabel pemahaman wajib pajak (X<sub>2</sub>) nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,182, dan nilai variabel kesadaran wajib pajak (X<sub>3</sub>) nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,151. Karena signifikansi melebihi 0.10 maka semua variabel dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas menggunakan grafik P-Plot, menunjukkan bahwa pada variabel kepatuhan wajib pajak UMKM dalam membayar pajak penghasilan (Y), variabel sosialisasi pajak (X<sub>1</sub>), variabel pemahaman wajib pajak (X<sub>2</sub>), dan variabel kesadaran wajib pajak (X<sub>3</sub>), distribusi dari titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah dengan garis diagonal. Jadi data pada variabel penelitian dapat dikatakan terdistribusi normal.

**Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinieritas dengan menggunakan nilai tolerance dan VIF Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Sosialisasi Pajak (X <sub>1</sub> )	.669	1.496
	Pemahaman Wajib Pajak (X <sub>2</sub> )	.564	1.772
	Kesadaran Wajib Pajak (X <sub>3</sub> )	.484	2.065

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

**Sumber :Output SPSS 21**

Dari hasil pada tabel 4.2 perhitungan menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0.10 dan VIF mempunyai nilai dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konsep-konsep variabel tidak mengandung multikolinieritas. Variabel independent yaitu sosialisasi pajak, pemahaman wajib pajak dan kesadaran wajib pajak memiliki nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05, sehingga mengindikasikan data tidak mengalami heteroskedatisitas.

### Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk menghitung besarnya peranan atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen. Namun jika variabel bebas lebih dari satu gunakan Adjusted R Square, dengan formula menghitung Koefisien Determinasi menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \text{Adjusted R Square} \times 100\%$$

$$R^2 = 0,628 \times 100\% = 62,8 \%$$

Nilai Adjusted R Square dari hasil pengolahan data sebesar 62,8% atau (0,628) bermakna bahwa variabel independen dalam pengaruhnya terhadap variabel dependen memiliki nilai sebesar 62,8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yaitu 37,2% atau (0,372). Hasil memberikan gambaran kemampuan prediksi model yang digunakan untuk penelitian ini sebesar 62.8 %, sedangkan selebihnya merupakan variabel lainnya yang tidak diobservasi pada penelitian ini.

### Analisis Regresi Berganda dan Uji Hipotesis

Hasil uji regresi yang menunjukkan arah dan hubungan diantara variable dapat diinterpretasikan pada persamaan regresi berikut :

$$PAR = 5.540 \square + 0.465SP + 0.392PWP + 0.424KP + e$$

Note : PAR = Partisipasi WP, SP = Sosialisasi Pajak, PWP = Pemahaman Wajib Pajak, KP = Kesadaran WP

1. Konstanta 5,540 artinya jika SP, PWP, dan KP sebesar 0, maka PAR UMKM dalam membayar pajak penghasilan nilainya sebesar 5,540.
2. Ketika terjadi kenaikan 1 satuan SP maka nilai PAR UMKM dalam membayar pajak penghasilan UMKM akan naik sebesar 0,465, dengan asumsi variabel PWP dan KP tetap.
3. Ketika terjadi kenaikan 1 poin PWP, maka nilai PAR UMKM dalam membayar pajak penghasilan akan naik sebesar 0,392 dengan asumsi variabel SP dan KP tetap.
4. Ketika terjadi kenaikan 1 poin KP, maka nilai PAR UMKM dalam membayar pajak penghasilan akan naik sebesar 0,424 dengan asumsi variabel SP dan PWP tetap.

Dari hasil perhitungan didapat t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu sebesar  $4,319 > 1,667$ . Hal ini juga bisa dilihat dari nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,10$  (10%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dalam membayar pajak penghasilan.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Hipotesis**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.540	2.332		2.375	.020
Sosialisasi Pajak (X1)	.465	.108	.329	4.319	.000
Pemahaman Wajib Pajak (X2)	.392	.118	.275	3.313	.001
Kesadaran Wajib Pajak (X3)	.424	.112	.339	3.787	.000

**Noted : Variabel dependen Partisipasi WP, SPSS output**

Sumber: data diolah SPSS 21

Dari hasil perhitungan didapat t hitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar  $3,313 > 1,667$ , artinya juga bisa dilihat bahwa dari nilai signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,10$  (10%). Berdasarkan persamaan regresi terlihat bahwa koefisien variabel pemahaman wajib pajak adalah positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemahaman wajib pajak berpengaruh positif terhadap partisipasi wajib pajak UMKM dalam membayar pajak penghasilan mereka.

Dari hasil perhitungan didapat t hitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar  $3,787 > 1,667$ . Hal ini juga dapat dilihat dari nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,10$  (10%). Berdasarkan persamaan regresi terlihat bahwa koefisien variabel kesadaran wajib pajak adalah positif. Dengan demikian kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap partisipasi wajib pajak UMKM dalam membayar pajak penghasilan. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang ditampilkan pada tabel 4.3 menyatakan bahwa seluruh hipotesis penelitian (H1, H2, dan H3) diterima.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Partisipasi UMKM dalam Membayar Pajak**

Hasil analisis membuktikan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh secara positif terhadap kontribusi atau partisipasi wajib pajak UMKM dalam membayar pajak penghasilan, dengan demikian hipotesis penelitian satu (H1) diterima. Hasil juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini (Erica, 2021; Herlina, 2020; Siamena et al., 2017). Meskipun faktor-faktor sosialisasi pajak yang diukur dengan sosialisasi tidak langsung kurang memiliki pengaruh terhadap keaktifan wajib pajak UMKM untuk berpartisipasi dalam membayar pajak. Peristiwa dan keadaan ini dapat disebabkan karena sosialisasi pajak tidak langsung dan tidak hanya bersifat satu arah sehingga wajib pajak memperoleh informasi perpajakan dari semua media yang ada walaupun masih terbatas. Maka secara garis besar mengenai variabel sosialisasi pajak dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi sosialisasi pajak yang diberikan oleh aparat pajak pada wajib pajak kepada UMKM, maka semakin meningkat tingkat partisipasi wajib pajak UMKM untuk membayar pajak penghasilan. Wajib pajak akan melaporkan, menghitung dan membayarkan pajak jika pelayanan yang diberikan aparat pajak berjalan dengan baik seiring dengan *azaz self assessment*.

### **Pengaruh Pemahaman Pajak terhadap Partisipasi UMKM dalam membayar pajak**

Hasil analisis membuktikan bahwa pemahaman wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dalam membayar pajak penghasilan, sehingga hipotesis penelitian dua (H2) dapat diterima. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan pengaruh signifikan yang positif antara tingkat pemahaman dan kontribusi membayar pajak dari wajib pajak (Ananda et al., 2015; Banyu A. W, 2011; Cahyani & Noviri, 2019; Pravasanti & Pratiwi, 2021; Prihanto & Damayanti, 2020; Putri, 2016). Meskipun faktor-faktor pemahaman wajib pajak yang diukur dengan pengetahuan fungsi perpajakan, hal ini juga belum tentu juga memberikan pengaruh terhadap partisipasi wajib pajak UMKM dalam membayar pajak penghasilan mereka. Kondisi ini dapat terjadi apabila karena permasalahan yang disebabkan sebagian besar wajib pajak berdasarkan pengamatan masih belum memahami peruntukan pembiayaan dan pengeluaran-pengeluaran pemerintah yang diperoleh dari pajak, yaitu sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kewajiban di bidang ekonomi dan sosial. Secara garis besar pemahaman wajib pajak dapat disimpulkan, bahwa setiap terjadi kenaikan dan penurunan tentang pemahaman wajib pajak akan perpajakan maka akan mempengaruhi tingkat partisipasi wajib pajak UMKM dalam

membayar pajak penghasilan. Wajib pajak akan semakin patuh memenuhi kewajiban perpajakannya apabila pemahaman wajib pajak semakin baik.

### **Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Partisipasi UMKM dalam Membayar Pajak**

Hasil analisis pengolahan data membuktikan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap tingkat partisipasi wajib pajak UMKM dalam membayar pajak penghasilan, sehingga hipotesis penelitian tiga (H3) dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dijadikan referensi bahwa adanya kesadaran pajak dari wajib pajak untuk berkontribusi pada pembangunan memberikan dampak kuat pada tingkat partisipasi mereka pajak (Halawa & Saragih, 2017; Pravasanti & Pratiwi, 2021; Prihanto & Damayanti, 2020; Tanilasari & Gunarso, 2017). Kesadaran wajib pajak sangat penting sebelum aksi mereka melakukan pembayaran pajaknya, karena dengan kesadaran dan pentingnya masing-masing dari individu untuk berkontribusi merupakan salah satu sikap nasionalisme kebangsaan yang lahir karena tuntutan kewajiban sebagai warga negara. Lebih jauh dari kesadaran akan membayar pajak ini akan melahirkan kebanggaan bagi setiap warga negara yang menjadi pahlawan bagi negara karena turut menyumbang devisa negara dan berkontribusi pada pembangunan. Dengan demikian seseorang telah mengetahui dan memahami pengetahuan tentang hukum perpajakan maka akan berusaha untuk mematuhi, bukan hanya karena takut dikenai sanksi denda, namun semangat patriot sebagai pahlawan bangsa.

### **SIMPULAN**

Hasil penelitian menyatakan bahwa melalui pengolahan data yang dilakukan telah membuktikan bahwa komponen variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel bebas yaitu sosialisasi, pemahaman dan kesadaran memberikan pengaruh yang kuat atau signifikan dan positif terhadap tingkat partisipasi wajib pajak UMKM di wilayah Pasar Majestik Jakarta Selatan untuk membayar pajaknya. Penelitian juga menyimpulkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai referensi penelitian ini, yang sejalan dengan hipotesis penelitian yang keseluruhan dapat diterima.

Penelitian ini dilakukan dengan metode sampling *accidental* yang didasarkan pada kebetulan saja saat menjumpai responden, sehingga kurang maksimal dalam menyimpulkan hasil penelitian yang ada secara keseluruhan dan hanya bersifat studi kasus. Artinya hasil ini dapat diterapkan dan berlaku pada unit analisis yang digunakan yaitu Pasar Majestik Jakarta Selatan, sedangkan pada kondisi lain belum pasti dapat digunakan dan diberlakukan. Penelitian dengan persepsi memberikan peluang perbedaan pandangan pada setiap responden yang digunakan sebagai sample penelitian ini, sehingga kadar validitasnya berpotensi menjadi permasalahan.

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dari penelitian ini, kemudian menggunakan variabel lainnya yang diprediksi memiliki tingkat signifikansi yang sama atau lebih kuat dari variabel yang digunakan pada penelitian ini. Banyaknya sample yang digunakan berfungsi meredam kemungkinan atau potensi jawaban yang tidak akurat yang diperoleh dari sample yang digunakan. Selain itu penelitian juga merekomendasikan kepada pemerintah untuk lebih masif dalam memberikan sosialisasi terhadap wajib pajak UMKM karena pada sektor ini berpotensi mendatangkan penerimaan negara yang signifikan. Selain itu kerjasama dengan akademisi perlu dilakukan untuk efektivitas dari tingkat partisipasi masyarakat dalam membayar pajak, pemerintah juga memberikan pelayanan

kepada wajib pajak yang maksimal untuk mendatangkan kepercayaan mereka dalam berkontribusi pada pembangunan bangsa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, P. R. D., Kumadji, S., & Husaini, A. (2015). PENGARUH SOSIALISASI 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.
- Banyu A. W., U. (2011). *PENGARUH SIKAP, KESADARAN WAJIB PAJAK, DAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIBPAJAK DALAM MEMBAYAR PAJAK BUMI DAN BANGUNAN DIKECAMATAN PAMULANG KOTA TANGERANG SELATAN*.
- Cahyani, L. P. G., & Noviari, N. (2019). Pengaruh Tarif Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E- Jurnal Akuntansi*, 23(3).
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Universitas Diponegoro.
- Erica, D. (2021). PENGARUH SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1).
- Fitria, D. (2017). PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK, PENGETAHUAN DAN PEMAHAMAN PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK. *Journal of Applied Business and Economics*, 4(1), 30–44.
- Halawa, J., & Saragih, J. L. (2017). PENGARUH KESADARAN PERPAJAKAN, SANKSI PAJAK, SIKAP FISKUS, TERHADAP KEPATUHAN WAJIB DI KPP PRATAMA LUBUK PAKAM. *JRAK*, 3(2), 243–256.
- Hazmi, M. Z., & Suhendro. (2020). PENGARUH PEMAHAMAN WAJIB PAJAK , KUALITAS SURAKARTA THE INFLUENCE OF TAX MANDATORY UNDERSTANDING , SERVICE QUALITY AND TAXATION SANCTIONS ON TAX MANDATORY COMPLIANCE IN KPP PRATAMA SURAKARTA. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 18(1), 28–40.
- Herlina, V. (2020). PENGARUH SANKSI, KESADARAN PERPAJAKAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK BUMI DAN BANGUNAN DI KABUPATEN KERINCI. *Jurnal Benefita*, 5(2), 252–263.
- Pravasanti, Y. A., & Pratiwi, D. N. (2021). Pengaruh Kesadaran , Pemahaman , Sanksi , Dan Pelayanan Terhadap Kepatuhan. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2), 405–411.
- Prihanto, H. (2018). *Etika Bisnis dan Profesi: Sebuah Pencarian*. Rajawali Pers.
- Prihanto, H., & Damayanti, P. (2020). Disclosure Information on Indonesian UMKM Taxes. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(3), 447–454. <https://doi.org/10.17509/jrak.v8i3.26707>
- Putri, A. D. E. (2016). PENGARUH PEMAHAMAN, TARIF, DAN TINGKAT PENDIDIKAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 46 TAHUN 2013 DI KOTA MALANG Ayu. *Jurnal Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3(2).
- Rahayu, S. K. (2010). *Perpajakan Indonesia–Konsep dan Aspek Formal*. Graha Ilmu.
- Rimawati, Y., Prasetyono, & Rohmawati, L. (2013). Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Tingkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak. *Prosiding Simposium Nasional Perpajakan 4.*, 4.

- Siamena, E., Sabijono, H., & Warongan, J. D. . (2017). PENGARUH SANKSI PERPAJAKAN DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DI MANADO Elfin Siamena<sup>1</sup>, Harijanto Sabijono<sup>2</sup>, Jessy D.L Warongan<sup>3</sup> 1,2,3. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 12(2), 917–927.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Alfabeta.
- Tanilasari, Y., & Gunarso, P. (2017). PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK DAN KUALITAS PELAYANAN FISKUS TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA MALANG SELATAN. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 3(1), 1–9.
- Wilestari, M., & Ramadhani, M. (2020). Pengaruh Pemahaman , Sanksi Perpajakan dan Tingkat Kepercayaan Pada Pemerintah Terhadap Kepatuhan Dalam. *Akrual*, 2(1), 36–54.
- Winerungan, O. L. (2012). *Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wpop Di Kpp Manado Dan Kpp Bitung*. 1(3), 960–970.

**Sumber Lain:**

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 Tahun 2013

Direktur Jenderal (Dirjen) Pajak A Fuad Rahmany (2013)

<http://www.pajak.go.id/content/membangun-kesadaran-dan-kepedulian-sukarela-wajib-pajak>

<http://www.bppk.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel/167-artikel-pajak/14634-pajak-1-untuk-umkm-hadiah-atau-hukuman>