Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)
Volume : 3 | Nomor 3 | November 2023 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v3n3.3264

Pengaruh Sosialisasi perpajakan terhadap Keinginan untuk Patuh Pajak dengan Pengetahuan Pajak sebagai Variabel Moderasi

Penulis:
Joe Ackley Spencer
Paul Eduard Sudjiman

Afiliasi:
Universitas Advent Indonesia

Korespondensi:
2032082@unai.edu
pesudjiman@unai.edu

Histori Naskah:
Submit: 25-11-2023
Accepted: 27-11-2023
Published: 28-11-2023

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dampak dari sosialisasi perpajakan terhadap keinginan mahasiswa untuk patuh pajak dengan pengetahuan mahasiswa mengenai pajak berperan sebagai pemoderasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dan pengumpulan data primer melalui kuesioner. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 70 mahasiswa jurusan akuntansi di Universitas Advent Indonesia, dipilih menggunakan metode stratified random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap keinginan untuk patuh pajak, dan pengetahuan mahasiswa tentang pajak memperkuat dampak positif sosialisasi terhadap keinginan untuk patuh pajak.

Kata kunci: Sosialisasi Perpajakan, Keinginan Untuk Patuh Pajak, Pengetahuan Pajak

Pendahuluan

Pajak merupakan kewajiban pembayaran yang harus dipenuhi dan dilaporkan oleh seluruh masyarakat atau wajib pajak dan dilakukan sesuai dengan peraturan hukum yang telah ditetapkan, bertujuan mendukung kemajuan nasional tanpa menerima kompensasi langsung (Hertati, 2021). Pajak memiliki peran vital di dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi dominan dalam pemasukan negara yang diimplementasikan untuk kemakmuran rakyat. Penerimaan pajak negara sangat ditentukan oleh kepatuhan masyarakat dalam membayar dan melaporkan pajaknya (Pratama & Mulyani, 2019).

Menurut Ilhamsyah et al (2016) Kepatuhan pajak adalah perilaku wajib pajak yang melaksanakan kewajiban perpajakan secara sadar dan bertanggung jawab sesuai dengan aturan hukum perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Salah satu tolak ukur yang dapat menilai apakah masyarakat sudah cukup patuh memenuhi kewajiban pajak adalah rasio kepatuhan pajak. Rasio kepatuhan merupakan perbandingan antara jumlah SPT tahunan PPh yang diterima dalam suatu tahun pajak tertentu dengan jumlah wajib pajak terdaftar wajib SPT pada awal tahun. Rasio ini memberikan gambaran tentang tingkat kepatuhan masyarakat terhadap peraturan pajak yang berlaku di suatu negara.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Tabel 1

» Rasio Kepatuhan Penyampaian SPT Tahunan PPh, 2017—2021

Uraian	2021	2020	2019	2018	2017
Wajib Pajak Terdaftar Wajib SPT	19.002.585	19.006.794	18.334.683	17.653.046	16.598.887
a. Badan	1.652.251	1.482.500	1.472.217	1.451.512	1.188.488
b. Orang Pribadi Karyawan	13.279.644	14.172.999	13.819.918	13.748.881	13.446.068
c. Orang Pribadi Nonkaryawan	4.070.690	3.351.295	3.042.548	2.452.653	1.964.331
SPT Tahunan PPh	15.976.387	14.755.255	13.394.502	12.551.444	12.047.967
a. Badan	1.012.302	891.877	963.814	854.354	774.188
b. Orang Pribadi Karyawan	13.110.613	12.105.833	10.120.426	9.875.321	10.065.056
c. Orang Pribadi Nonkaryawan	1.853.472	1.757.545	2.310.262	1.821.769	1.208.723
Rasio Kepatuhan	84,07%	77,63%	73,06%	71,10%	72,58%
a. Badan	61,27%	60,16%	65,47%	58,86%	65,14%
b. Orang Pribadi Karyawan	98,73%	85,41%	73,23%	71,83%	74,86%
c. Orang Pribadi Nonkaryawan	45,53%	52,44%	75,93%	74,28%	61,53%

Sumber: (Laporan Tahunan Direktorat Jenderal Pajak, 2021)

Berdasarkan informasi data dari tabel rasio kepatuhan penyampaian SPT tahunan PPh periode 2017 hingga 2021 diatas, dapat diketahui secara garis besar rasio kepatuhan pajak memang mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun jika diselidiki secara terperinci terdapat subjek pajak yang memiliki rasio kepatuhan yang mengalami penurunan cukup drastis, yaitu wajib pajak orang pribadi nonkaryawan. Hal ini terlihat dari penurunan rasio kepatuhan dari tahun 2019 di angka 75,93% turun menjadi 52,44% di tahun 2020 dan semakin turun di tahun 2021 menjadi 45,53%. Informasi dari data diatas menyatakan bahwa wajib pajak orang pribadi khususnya nonkaryawan kurang patuh pajak. Realisasi kepatuhan juga tidak pernah mencapai target tahunan yang telah ditentukan serta masih memiliki selisih yang cukup besar dan belum mencapai target maksimal. Hal ini mengindikasikan bahwa kepatuhan pajak masih perlu ditingkatkan khususnya bagi wajib pajak orang pribadi.

Hasil survei wawancara yang dilakukan kepada 30 mahasiswa akuntansi Universitas Advent Indonesia mengenai kepatuhan pajak, terdapat fenomena bahwa mahasiswa cenderung belum memahami sepenuhnya sistematika dan regulasi pajak yang berlaku. Walaupun para mahasiswa pernah atau sering mengikuti kegiatan sosialisasi seperti kelas mata kuliah pajak, webinar, dan workshop hal itu cukup memberikan pengetahuan dan menumbuhkan kesadaran pentingnya pajak, namun dalam hal pemahaman masih dinilai kurang dan perlu disosialisakan secara terus menerus agar semakin paham. Persepsi belum memiliki penghasilan tetap menjadi faktor utama mengapa mahasiswa belum memiliki rasa tanggung jawab untuk patuh pajak.

Terkait dengan fenomena-fenomena tersebut, kepatuhan pajak masih menjadi permasalahan yang perlu dibenahi dan disosialisasikan sejak dini oleh pemerintah. Hardiningsih & Yulianawati (2011) menyatakan salah satu aspek fundamental yang penting dan sering teraibaikan adalah bahwa masyarakat belum matang dalam hal pajak dan belum terbentuknya masyarakat melek pajak di Indonesia, sehingga keinginan untuk berkontribusi, memiliki rasa tanggungjawab, dan inisiatif untuk patuh dalam melakukan kewajiban pajak masih jauh dari harapan. Isu kepatuhan pajak sangatlah penting karena ketidakpatuhan dalam memenuhi kewajiban pajak akan menimbulkan ketimpangan ekonomi dan berdampak pada berkurangnya setoran dana pajak ke kas negara (Rahayu, 2017). Masalah kepatuhan ini juga dapat dipicu karena kurangnya sosialisasi kepada masyarakat yang berdampak kepada kurangnya pengetahuan mengenai aturan dan ketentuan pajak sehingga

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 3 | Nomor 3 | November 2023 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v3n3.3264

masyarakat enggan untuk membayar pajak. Mensosialisasikan pajak kepada masyarakat adalah salah satu tindakan pemerintah yang dapat mempengaruhi dan memberikan dampak kepada kepatuhan terhadap pajak. Adapun faktor sosialisasi terbukti bisa mempengaruhi tingkat kepatuhan terhadap pajak, seperti penelitian yang telah dibuktikan oleh (Ananda et al., 2015).

Kegiatan dari pemerintah yang bertujuan memberi informasi, pemahaman, dan pembinaan tentang aspek-aspek perpajakan dan hukum pajak kepada masyarakat luas disebut sosialisasi pajak (Dharma & Suardana, 2014). Sosialisasi pajak harus ditujukan kepada setiap golongan yang ada di masyarakat termasuk peserta didik dan mahasiswa. Menumbuhkan rasa pentingnya pajak sejak dini melalui sosialisasi harus menjadi salah satu fokus pemerintah demi generasi bangsa yang patuh pajak dan peduli terhadap kesejahteraan bersama. Sosialisasi pajak ke perguruan tinggi atau *tax goes to campus* dan sosialisasi ke sekolah dengan program pajak bertutur merupakan program pemerintah yang harus dilakukan secara intens dan berkelanjutan. Program edukasi pajak kepada peserta didik di sekolah, perguruan tinggi, dan universitas merupakan langkah yang efektif dan efisien untuk mendorong keinginan untuk patuh serta meningkatkan pengetahuan mengenai pajak.

Pengetahuan pajak menurut Kartikasari & Yadnyana (2021) merujuk pada informasi yang dimiliki wajib pajak tentang perpajakan, dan dipakai sebagai pedoman dalam bertindak, pengambilan keputusan, serta merancang langkah strategis dalam melaksanakan hak dan kewajiban dalam ranah perpajakan. Keinginan untuk patuh dalam membayar pajak dimulai dari pemahaman yang dibangun melalui sosialisasi dan literasi pajak. Masyarakat yang memiliki pengetahuan perpajakan yang memadai cenderung lebih patuh membayar pajak. Pengetahuan yang baik mengenai perpajakan sangat berguna bagi wajib pajak karena memberikan pengertian serta pemahaman dari manfaat pajak bagi kesejahteraan diri sendiri dan kemajuan negara.

Banyak penelitian sudah dilakukan untuk mengkaji kepatuhan bagi wajib pajak. Penelitian terdahulu menunjukkan kepatuhan wajib pajak merupakan faktor penting untuk meningkatkan penerimaan bagi pajak. Akan tetapi, masih adanya perbedaan hasil terhadap penelitian terdahulu yang menimbulkan kesenjangan hasil penelitian atau *research gap* hingga perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian mengenai kepatuhan wajib pajak perlu dilakukan secara lebih mendalam dan komprehensif, supaya hal ini bisa memberi hasil lebih tepat dan konsisten.

Hasil studi Wardani & Wati (2018), menunjukkan sosialisasi pajak dapat meningkatkan pengetahuan bagi wajib pajak. Pengetahuan yang meningkat tersebut kemudian berdampak positif kepada kepatuhan pajak. Penelitian tersebut menghasilkan pernyataan bahwa sosialisasi pajak dapat memengaruhi kepatuhan dari wajib pajak secara tidak langsung, salah satunya yaitu melalui peningkatan pengetahuan tentang pajak. Berbeda dengan hasil kajian Ainul & Susanti (2021), menemukan bahwa sosialisasi pajak tidak memiliki dampak maupun hubungan yang signifikan dengan kepatuhan wajib pajak. Kajian tersebut diperkuat oleh hasil studi peneliti lain yaitu Yulia et al (2020) menyimpulkan bahwa adanya pengetahuan tentang pajak dan upaya sosialisasi pajak tidak memberikan dampak signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak secara parsial.

Berdasarkan kesenjangan penelitian atau *research gap* dan Perbedaan hasil akhir dari beberapa penelitian sebelumnya mengenai kepatuhan wajib pajak, penulis tertarik untuk mengarahkan penelitian lebih lanjut dengan fenomena yang terjadi di lingkungan pendidikan yang berfokus di kampus Universitas Advent Indonesia dengan judul "Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap keinginan untuk patuh pajak dengan pengetahuan pajak sebagai variabel moderasi (Mahasiswa Akuntansi Universitas Advent Indonesia sebagai calon wajib pajak)"

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 3 | Nomor 3 | November 2023 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v3n3.3264

Studi Literatur

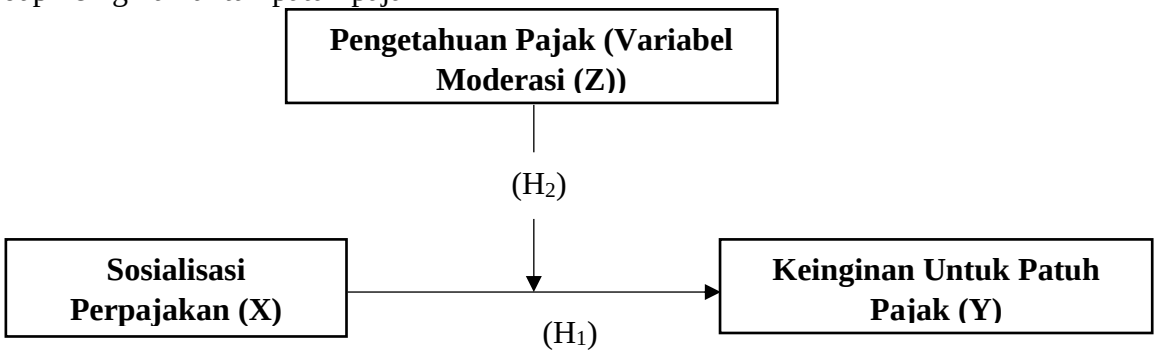
Penelitian ini mengacu pada dua teori utama yang menjadi dasar dari pemecahan masalah yaitu teori atribusi dan teori perilaku terencana.

Teori atribusi *(atribution theory)* merupakan teori yang mengkaji penyebab perilaku individu dalam suatu situasi tertentu dan berupaya memberikan asumsi atau alasan yang mendasari atas tindakan seseorang (Romadhon & Diamastuti, 2020). Berdasarkan konsep penyebab perilaku teori ini dibagi dalam kategori yang berbeda. Atribusi internal menjelaskan sikap individu dengan mengacu pada karakter dari individu tersebut seperti kepribadian, kesadaran dan kemampuan. Sedangkan atribusi eksternal menjelaskan perilaku indvidu dengan acuan terhadap faktor dari luar individu seperti situasi, pengaruh sosial dan tekanan dari lingkungan (Maretaniandini et al., 2023). Alasan dipilihnya teori ini adalah ketersediaan masyarakat untuk bertanggungjawab dengan kewajiban pajaknya berkaitan dengan persepsi dalam menilai seberapa penting pajak dalam perekonomian negara. Persepsi seseorang terhadap sesuatu dibentuk oleh faktor internal dan eksternal yang memengaruhi individu tersebut.

Teori perilaku terencana merupakan teori kajian yang menjelaskan hubungan antara keyakinan dan perilaku individu. Teori ini juga mengungkapkan bahwa keinginan seseorang untuk melaksanakan suatu tindakan dipengaruhi oleh sikap terhadap tindakan, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku (Yasa et al., 2019). Teori ini mengacu pada norma subyektif yang ada di lingkungan masyarakat karena lingkungan seseorang atau wajib pajak seperti keluarga, kerabat, masyarakat, konsultan atau petugas pajak bisa memotivasi seseorang berkeinginan untuk patuh dan taat terhadap pajak(Yasa & Prayudi, 2019). Teori perilaku terencana dapat menilai dorongan seseorang dalam memenuhi kewajiban pajaknya. Konsep komitmen normatif yang termasuk dalam kerangka kerja teori perilaku terencana relevan menjelaskan sejauh mana seseorang merasa berkewajiban atau terikat untuk mematuhi hukum dan norma-norma sosial dalam mengambil suatu tindakan untuk patuh pajak.

Pengetahuan Pajak Memoderasi Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Keinginan Untuk Patuh Pajak

Pemahaman yang diperoleh melalui sosialisasi perpajakan menjadi dasar pertimbangan untuk bertindak patuh atau tidak patuh pajak. Meningkatnya pengetahuan tentang pajak diharapkan timbul rasa inisiatif dan keinginan untuk patuh terlaksana secara sukarela (Wardani & Wati, 2018). Keberadaan variabel pengetahuan pajak sebagai pemoderasi diyakini dapat mendukung atau memperkuat pengaruh positif terhadap keinginan untuk patuh pajak, Supriadi (2018) dalam hasil penelitiannya mengatakan bahwasanya sosialisasi pajak memiliki pengaruh terhadap niat atau keinginan untuk patuh pajak yang dimoderasi oleh pengetahuan perpajakan. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis yaitu "Pengetahuan pajak memperkuat pengaruh positif sosialisasi perpajakan terhadap keinginan untuk patuh pajak"



Gambar 1. Konsep Pemikiran

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Metode Penelitian

Peneliti menerapkan metode penelitian kuantitatif, mengandalkan data primer dari tanggapan responden sebagai sumber utama dalam proses pengolahan data. Populasi yang dipilih yaitu mahasiswa aktif jurusan akuntansi Universitas Advent Indonesia. Sedangkan sampel diambil dari mahasiswa akuntansi angkatan 2020-2022. Mahasiswa akuntansi angkatan 2023 tidak diikutsertakan menjadi objek dalam penelitian ini karena belum memiliki pemahaman dasar mengenai pajak dan belum mengikuti mata kuliah dasar-dasar perpajakan.

Tabel 2
Data Mahasiswa Akuntansi UNAI Angkatan 2020-2022

Angkatan	Populasi	Sampel
2020	87	24
2021	82	23
2022	83	23
Total	**252**	**70**

Sumber: BAA UNAI

Total populasi mahasiswa akuntansi angkatan 2020-2022 berjumlah 252 mahasiswa. Sampel yang didapat sebanyak 70 responden dan semua adalah mahasiswa akuntansi yang mewakilkan dari setiap angkatan. Pemilihan sampel dilakukan dengan menerapkan metode pengambilan sampel acak stratifikasi bertingkat atau metode stratified random sampling. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang dikembangkan berdasarkan literatur terkait dan terdiri dari pernyataan terstruktur yang mencakup variabel penelitian. Prosedur pengumpulan sampel dilakukan melalui kuesioner online yang kemudian disebar ke setiap responden lewat google form. Dalam penelitian ini, digunakan skala likert untuk menilai sejauh mana tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan kuesioner yang berkaitan dengan setiap variabel.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Sosialisasi Perpajakan (X)

Adalah usaha untuk memberikan dukungan kepada wajib pajak dan kelompok masyarakat yang belum termasuk wajib pajak, agar dapat memahami dan lebih mendalami pengetahuan dari informasi yang telah disediakan oleh otoritas pajak tentang perpajakan (Wardani & Wati, 2018). Indikator yang digunakan dalam mengukur variabel sosialisasi adalah partisipasi sosialisasi, manfaat sosialisasi, dan tingkat kesadaran.

Keinginan Untuk Patuh Pajak (Y)

Keinginan atau niat patuh pajak merupakan dorongan internal atau tindakan sukarela yang dimiliki seorang wajib pajak untuk mematuhi peraturan dan ketentuan pajak yang berlaku (Suryani & Yushita, 2017). Berikut merupakan indikator yang digunakan dalam mengukur variabel keinginan untuk patuh pajak adalah bertanggung jawab, kepuasan berkontribusi, dan keputusan untuk taat pajak.

Pengetahuan Pajak (Z)

Pengetahuan perpajakan adalah penguasaan wajib pajak atas berbagai informasi seputar aspek perpajakan, yang digunakan sebagai landasan untuk menjalankan hak dan kewajibannya dalam ranah

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

perpajakan secara tepat juga benar (Wijayanti & Ekowati, 2022). Parameter yang diterapkan untuk menilai variabel ini mencakup hak juga kewajiban wajib pajak, fungsi pajak, kesadaran konsekuensi.

Hasil

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Deviation standart
Sosialisasi Perpajakan (X)	70	5.00	25.00	19.5143	4.06378
Keinginan Untuk Patuh Pajak (Y)	70	5.00	25.00	20.9143	3.78687
Pengetahuan Pajak (Z)	70	5.00	25.00	19.3857	4.01191
Valid N (listwise)	70				

Sumber: Olah data primer, 2023, SPSS

Berdasar tabel 3 diatas bisa terlihat bahwa nilai minimum dan maksimum setiap variabel X, Y dan Z bernilai sama yaitu nilai 5.00 untuk minimum dan nilai 25.00 untuk maksimum. Namun nilai rata-rata dan deviasi standar dari masing-masing variabel berbeda satu dengan lain. Sosialisasi perpajakan punya nilai rata-rata 19.5143 dengan deviasi standar 4.06378. Variabel keinginan untuk patuh pajak punya nilai rata-rata 20.9143 dengan deviasi standar 3.78687. Variabel pengetahuan pajak punyai nilai rata-rata 19.3857 dengan deviasi standar 4.01191.

2. Uji Kualitas Data

A. Uji Reliabilitas

Table 4
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Batasan	Keterangan
1.	Sosialisasi Perpajakan (X)	0,937	0,7	Reliabel
2.	Keinginan Untuk Patuh Pajak (Y)	0,937	0,7	Reliabel
3.	Pengetahuan Pajak (Z)	0,937	0,7	Reliabel

Sumber: SPSS Data Primer, 2023

Berdasar dari table 4 bahwa semua variabel dalam uji reliabilitas dinyatakan reliabel. Terbukti dari nilai *cronbach alpha* yang lebih besar dibanding nilai batas yaitu 0,7. Berdasarkan output pengujian reliabilitas diperoleh nilai sebesar 0,937 untuk setiap variabel. Dengan demikian semua variabel dapat dinyatakan reliabel.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

B. Uji Validitas

Tabel 5
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r-Tabel	r-Hitung	Keterengan
1	Sosialisasi Perpajakan			
	X1	0,235	0,586	Valid
	X2	0,235	0,783	Valid
	X3	0,235	0,667	Valid
	X4	0,235	0,820	Valid
	X5	0,235	0,836	Valid
2	Keinginan Untuk Patuh Pajak			
	Y1	0,235	0,726	Valid
	Y2	0,235	0,650	Valid
	Y3	0,235	0,714	Valid
	Y4	0,235	0,733	Valid
	Y5	0,235	0,841	Valid
3	Pengetahuan Pajak			
	Z1	0,235	0,749	Valid
	Z2	0,235	0,680	Valid
	Z3	0,235	0,803	Valid
	Z4	0,235	0,704	Valid
	Z5	0,235	0,745	Valid

Sumber: SPSS Data primer, 2023

Hasil evaluasi uji validitas menunjukkan bahwa semua aspek pernyataan terbukti valid. Kesimpulan ini didasarkan pada data nilai korelasi Pearson atau r-hitung yang melebihi nilai standar r-tabel, yaitu 0,235, dengan tingkat signifikansi 0,05.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

3. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Tabel 6
Hasil Uji Normalitas
Tes Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel

		Residual Tidak Berstandar
N		70
Normal Parameter[a,b]	Rata-rata	.0000000
	Standar deviasi	2.86584813
Most Extreme Differences	Mutlak	.094
	Positif	.063
	Negatif	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.783
Asymp. Sig. (2-tailed)		.572

a. Distribusi tes normal.

b. Dihitung dari data.

Sumber : Data primer, 2023, SPSS

Hasil pengujian normalitas, sebagaimana terlihat dalam Tabel 6 di atas, menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2 tailed) sebesar 0,572. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,572 melebihi batas nilai 0,05, menunjukkan bahwa data tersebut dapat dianggap sebagai data yang bersifat normal.

B. Uji Multikolinearitas

Tabel 7

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Sosialisasi Perpajakan	.315	3.175
	Pengetahuan Pajak	.315	3.175

a. Variabel Dependen : Keinginan Untuk Patuh Pajak

Sumber : Data primer, 2023, SPSS

Berdasarkan hasil analisis multikolinearitas, Tabel 7 menyajikan bahwa tidak terdapat isu multikolinearitas. Toleransi variabel sosialisasi perpajakan dan pengetahuan pajak mencapai 0,315, melebihi nilai batas standar 0,10, dan nilai faktor inflasi varian (VIF) adalah 3,175, lebih rendah dari batas standar 10,00. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam data.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

C. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.308	.881		8.295	.000
	Sosialisasi Perpajakan	-.142	.075	-.330	-1.882	.064
	Pengetahuan Pajak	-.125	.076	-.289	-1.645	.105

a. Variabel Dependen : RES2

Sumber : SPSS data primer, 2023

Hasil evaluasi heteroskedastisitas pada Tabel 8 mengindikasikan bahwa nilai signifikansi untuk setiap variabel independen melebihi 0,05. Signifikansi sosialisasi perpajakan adalah 0,064, sementara signifikansi pengetahuan pajak adalah 0,105. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada kecenderungan heteroskedastisitas pada data tersebut.

D. Uji Autokorelasi

Tabel 9
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.687[a]	.472	.456	2.79293	2.149

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Pajak, Sosialisasi Perpajakan

b. Dependent Variable: Keinginan Untuk Patuh Pajak

Sumber : Data primer, 2023, SPSS

Dari hasil uji autokorelasi pada tabel 9 diatas didapati bahwa nilai Durbin-Watson adalah 2.149. Dengan dasar pengambilan keputusan jika dU < d < 4-dU yang artinya tidak terdapat autokorelasi, maka data penelitian tidak terdapat autokorelasi hal ini terbukti dengan nilai 1,671 < 2,149 < 2,329. Kesimpulannya tidak terdapat autokorelasi.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

4. Analisis Regresi Linear Berganda

A. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Tabel 10
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687[a]	.472	.456	2.793

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Pajak, Sosialisasi Perpajakan
Sumber : Data primer, 2023, SPSS

Dari informasi yang terdapat pada Tabel 10, dapat disimpulkan bahwa dampak variabel independen, yakni sosialisasi perpajakan, bersama dengan pengetahuan pajak sebagai pemoderator, memiliki efek sebesar 0,456 atau 45,6% terhadap variabel keinginan untuk patuh pajak. Sementara itu, sekitar 54,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini.

B. Uji F

Tabel 11
Hasil Uji F
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	466.855	2	233.427	29.925	.000[b]
	Residual	522.631	67	7.800		
	Total	989.486	69			

a. Dependent Variable: Keinginan Untuk Patuh Pajak
b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Pajak, Sosialisasi Perpajakan
Sumber : Data primer, 2023, SPSS

Tabel 11 mencerminkan bahwa variabel independen, yakni sosialisasi perpajakan yang dimoderasi oleh pengetahuan pajak, berdampak secara simultan terhadap keinginan untuk patuh pajak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,0000 lebih kecil dibandingkan dengan batas standar 0,05, dan nilai f hitung 29,925 melebihi nilai f tabel 3,132.

C. Uji T

Tabel 12
Hasil Uji T
Koefisien[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.807	1.727		4.521	.000
	Sosialisasi Perpajakan	.319	.147	.342	2.164	.034
	Pengetahuan Pajak	.355	.149	.376	2.377	.020

a. Variabel Dependen : Keinginan Untuk Patuh Pajak

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Sumber : Data primer, 2023, SPSS

Dari informasi pada Tabel 12, hasil analisis uji T menyatakan bahwa variabel independen, yaitu sosialisasi perpajakan memberikan pengaruh positif terhadap keinginan untuk patuh pajak. Hal ini terkonfirmasi dengan nilai signifikansi sebesar 0,034 yang lebih rendah daripada nilai batas 0,05, nilai t-hitung sebesar 2,164 yang melebihi nilai t-tabel 1,996, dan nilai standar koefisien beta sebesar 0,342. Hasil uji T diatas juga menyatakan bahwa variabel moderasi yaitu pengetahuan pajak memiliki pengaruh positif dalam memoderasi keinginan untuk patuh pajak, yang dibuktikan dengan nilai signifikan = 0.020 < 0.05, nilai t-hitung dan nilai t-tabel = 2.377 > 1.996, dengan nilai koefisien beta sebesar 0.376.

Pembahasan

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Keinginan Untuk Patuh Pajak

Hipotesis utama yang diajukan pada penelitian ini menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki efek positif terhadap keinginan untuk patuh pajak. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memang berpengaruh positif terhadap keinginan untuk patuh pajak. Fakta ini dapat diperkuat dengan nilai t-hitung sebesar 2.164 yang melebihi nilai t-tabel 1.996, signifikansi sebesar 0.034 yang lebih kecil dari 0.05, dan nilai standar koefisien beta sebesar 0.342. Oleh karena itu, berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 dapat diterima.

Hasil ini membuktikan sosialisasi perpajakan punya dampak dan pengaruh yang positif bagi keinginan untuk patuh pajak di lingkungan pendidikan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa upaya pemerintah dalam mensosialisasikan pajak di kalangan mahasiswa dengan berbagai program seperti "*tax goes to campus"* dan "program pajak bertutur" cukup berhasil memberikan pemahaman dan mendorong keinginan mahasiswa untuk berkontribusi dan patuh dalam melaksanakan kewajiban pajaknya di masa sekarang dan di masa mendatang. Temuan dalam penelitian ini seiring dengan hasil studi yang dilakukan oleh (Ramadhan et al., 2021) yang mencatat bahwa adanya dampak positif antara sosialisasi perpajakan dan keinginan untuk mematuhi kewajiban perpajakan.

Pengetahuan Pajak Memoderasi Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Keinginan Untuk Patuh Pajak

Hasil analisis hipotesis kedua menunjukkan adanya korelasi positif antara sosialisasi perpajakan dan keinginan untuk mematuhi kewajiban perpajakan, serta hubungan ini menjadi lebih kuat dengan pengetahuan pajak. Pernyataan tersebut terbukti melalui nilai t-hitung sebesar 2.377, yang melebihi nilai t-tabel 1.996, signifikansi sebesar 0.020 yang lebih kecil dari 0.05, dan nilai standar koefisien beta sebesar 0.376. Oleh karena itu, berdasarkan hasil evaluasi hipotesis ini, dapat disimpulkan bahwa H2 dapat diterima.

Pengetahuan dan pemahaman yang memadai mengenai pajak yang didapatkan dari sosialisasi perpajakan dapat memperkuat keinginan untuk patuh pajak. Hal ini didukung oleh teori perilaku terencana yang menjelaskan bahwa keputusan seseorang dalam mengambil tindakan untuk patuh dapat didasarkan atas hal yang sudah didapatkan baik dari faktor eksternal maupun internal. Sosialisasi yang adalah faktor dari luar dan pengetahuan pajak sebagai faktor dari dalam dapat berpengaruh terhadap keinginan atau niat seseorang dalam membuat keputusan untuk patuh terhadap kewajiban pajak. Dengan demikian semakin banyak pengetahuan mahasiswa tentang perpajakan maka semakin besar pula kemungkinan potensi untuk taat dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Temuan dari penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh (Sumule & Erawati, 2023), yang menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

pengetahuan pajak yang diperoleh melalui sosialisasi perpajakan dan keinginan untuk mematuhi kewajiban perpajakan.

Kesimpulan

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa prodi akuntansi Universitas Advent Indonesia, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki dampak positif terhadap niat untuk patuh pajak, yang kemudian diperkuat oleh keberadaan pengetahuan perpajakan sebagai variabel moderator. Adanya pengetahuan perpajakan sebagai moderator hanyalah salah satu faktor lagi yang bisa memperkuat pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap keinginan patuh pajak.

Saran

Peneliti selanjutnya boleh saja memasukkan variabel baru atau variabel yang belum ada di penelitian ini. Bagi penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat memasukkan lebih banyak sampel sehingga memperluas cakupan penelitian.

Daftar Pustaka

Ainul, N. K. K., & Susanti. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi perpajakan, dan Penerapan Sistem E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Wonocolo. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu …*, *15*, 9–19. https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.18004

Ananda, P. R. D., Kumadji, S., & Husaini, A. (2015). *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. *6*(2), 1–9. https://www.academia.edu/download/96567156/296878472.pdf

Dharma, G., & Suardana, K. (2014). Pengaruh kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan pada kepatuhan wajib pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, *6*(1), 340–353.

Hafiz, M., & Saryadi. (2018). *Pengaruh Sosialisasi Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Pemahaman Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Kebijakan Amnesti Pajak pada UMKM di KPP Pratama Semarang Tengah Dua)*.

Hardiningsih, P., & Yulianawati, N. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak. *Dinamika Keuangan Dan Perbankan*, *3*(1), 126–142. https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe1/article/view/472/328

Hertati, L. (2021). Pengaruh Tingkat Pengetahuan Perpajakan Dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, *7*(2), 59–70. https://doi.org/10.38204/jrak.v7i2.560

Ilhamsyah, R., Endang, M. G. W., & Dewantara, R. Y. (2016). Pengaruh Pemahaman Dan Pengetahuan Wajib Pajak Tentang Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Samsat Kota Malang). *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, *8*(1), 1–9. http://perpajakan.studentjournal.ub.ac.id/index.php/perpajakan/article/view/219

Kartikasari, N. L. G. S., & Yadnyana, I. K. (2021). *pengetahuan perpajakan, sanksi pajak kesadaran wajib pajak dan kepatuhan WPOP sektor UMKM*. *31*, 925–936. https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i04.p10

Maretaniandini, S. T., Wicaksana, R., Tsabita, Z. A., & Firmansyah, A. (2023). *POTENSI KEPATUHAN PAJAK UMKM SETELAH KENAIKAN TARIF PAJAK PERTAMBAHAN NILAI : SEBUAH PENDEKATAN TEORI ATRIBUSI*. *3*(1), 42–55.

Naufal, M. F., & Setiawan, P. E. (2018). *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Prosedur*

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Perpajakan, Umur, Jenis Pekerjaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *25*, 241–271.

Pajak, L. T. D. J. (2021). *Laporan Tahun 2021: Berkontribusi Bersama Dalam Pemulihan Ekonomi Nasional*. https://pajak.go.id/id/tahunan-page

Pratama, R. A., & Mulyani, E. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan petugas pajak, sanksi perpajakan, dan biaya kepatuhan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak umkm di kota padang 1). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, *1*(3), 1293–1306. http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/article/view/143

Rahayu, N. (2017). *Pengaruh pengetahuan perpajakan, ketegasan sanksi pajak, dan tax amnesty terhadap kepatuhan wajib pajak*. *1*(1), 211–226.

Ramadhan, S., Wardani, D. K., & Primastiwi, A. (2021). *PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP NIAT UNTUK MEMATUHI KEWAJIBAN PERPAJAKAN CALON WAJIB PAJAK DENGAN KESADARAN PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. *8*(1).

Romadhon, F., & Diamastuti, E. (2020). Kepatuhan Pajak: Sebuah Analisis Teoritis Berdasarkan Perspektif Teori Atribusi. *Jurnal Ilmiah ESAI*, *14*(1), 17–35. https://doi.org/10.25181/esai.v14i1.2382

Sumule, K. A., & Erawati, T. (2023). *Pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi pajak, dan tax morale terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak*. *11*(3), 273–280.

Supriadi, A. (2018). *Pengaruh Law Enforcement, Sosialisasi Perpajakan dan Motivasi Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak dengan Pengetahuan tentang Perpajakan Sebagai variabel Moderating*. *2*(2), 349–367.

Suryani, L., & Yushita, A. N. (2017). *Pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di daerah istimewa yogyakarta dengan niat mematuhi pajak sebagai variabel pemoderasi*. *986*(5), 1–20. https://journal.student.uny.ac.id/index.php/profita/article/download/9768/9422

Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *7*(1). https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358

Wijayanti, A., & Ekowati, L. (2022). *Pengaruh Pendidikan Pajak dan Pengetahuan Pajak terhadap Persepsi Mahasiswa tentang Kepatuhan Perpajakan (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta)*. https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5701/2726

Yasa, I. N. P., Martadinata, I. P. H., & Astawa, I. G. P. B. (2019). *PERAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR DAN NILAI KEARIFAN LOKAL TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK : SEBUAH KAJIAN EKSPERIMEN*. *3*(2), 149–167. https://doi.org/10.24034/j25485024.y2019.v3.i2.4082

Yasa, I. N. P., & Prayudi, M. A. (2019). *Nilai-nilai etika berbasis kearifan lokal dan perilaku kepatuhan perpajakan*. *22*(2), 361–390.

Yulia, Y., Wijaya, R. A., Sari, D. P., & Adawi, M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendidikan dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada UMKM di Kota Padang. *Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, *1*(4), 305–310. https://doi.org/10.31933/JEMSI

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License