

EFEKTIVITAS SOSIALISASI PAJAK DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK WONOCOLO SURABAYA

Widya Indah Nurmalasari

Program Studi Perpajakan Politeknik Ubaya;
Jalan Ngagel Jaya Selatan 169 Surabaya
widyaindah@staff.ubaya.ac.id

ABSTRACT

Taxpayer compliance is a key to the success of meeting a country's revenue target. The existence of taxes paid by taxpayers on a regular basis can help the state in carrying out sustainable development and the implementation of other state activities. To establish taxpayer compliance in paying taxes, the government conducts tax socialization to the public as taxpayers. The existence of tax socialization aims to provide direction and explanation of the obligation to pay taxes and how to pay taxes. In addition, the existence of tax sanctions applied aims to keep taxpayers in compliance with existing tax regulations and provide a deterrent effect to taxpayers who are late or do not pay taxes. The purpose of this study is to analyze the effectiveness of tax socialization and tax sanctions on taxpayer compliance in Wonocolo Surabaya residents. The data collection technique used in this research is the interview technique. The research population is the Pratama Wonocolo Tax Service Office Surabaya with a total sample of 140 respondents. The research analysis technique used multiple regression analysis with PLS. The testing technique used in this research is testing the outer model which includes the convergent validity, discriminant validity, composite reliability, Cronbach's Alpha test and inner model testing and hypothesis testing. The results of this study conclude that tax socialization and tax sanctions have a significant positive effect on taxpayer compliance.

Keywords: *tax socialization, tax sanctions, taxpayer compliance.*

ABSTRAK

Kepatuhan wajib pajak merupakan sebuah kunci keberhasilan pemenuhan target penerimaan suatu negara. Dengan adanya pajak yang dibayarkan oleh wajib pajak secara rutin dapat membantu negara dalam melaksanakan pembangunan berkelanjutan dan pelaksanaan aktivitas kenegaraan lainnya. Untuk membentuk kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, pemerintah melakukan sosialisasi pajak kepada masyarakat selaku wajib pajak. Adanya sosialisasi pajak bertujuan untuk memberikan arahan dan penjelasan akan kewajiban membayar pajak serta

bagaimana tata cara membayar pajak. Selain itu, adanya sanksi perpajakan yang diterapkan bertujuan untuk menjaga wajib pajak agar mematuhi peraturan pajak yang ada serta memberikan efek jera kepada wajib pajak yang terlambat atau tidak membayar pajak. Tujuan penelitian untuk menganalisa efektivitas sosialisasi pajak serta sanksi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak penduduk Wonocolo Surabaya. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik wawancara. Populasi penelitian adalah petugas Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonocolo Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden. Teknik analisis penelitian menggunakan analisa regresi berganda dengan PLS. Teknik pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian *outer* model yang meliputi uji *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, *Cronbach Alpha* dan pengujian *inner* model serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa sosialisasi pajak dan sanksi perpajakan mempunyai pengaruh signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak.

Kata kunci: sosialisasi pajak, sanksi perpajakan, kepatuhan wajib pajak.

PENDAHULUAN

Salah satu sumber utama penerimaan suatu negara adalah pajak. Pajak menjadi sumber penerimaan utama negara untuk mendanai Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Pajak merupakan pungutan negara yang tidak memberikan balas jasa secara langsung, sifatnya mengikat dan dapat dipaksakan, yang digunakan untuk kemakmuran rakyat (Wulandari dan Suyanto, 2014; Wardani dan Wati, 2018). Oleh karena itu kepatuhan wajib pajak berperan penting pada peningkatan penerimaan negara. Membayar pajak merupakan kegiatan sukarela serta kesadaran bahwa masyarakat perlu membayar pajak dalam pemenuhan kewajiban negara untuk pembangunan ekonomi nasional.

Upaya memaksimalkan penerimaan pajak didasarkan pada peraturan yang dikeluarkan oleh Dirjen Pajak, namun pemasukan pajak maksimal diperoleh dari kepatuhan wajib pajak. Indonesia memiliki persentase kecil kepatuhan wajib pajak pada penbayaran pajaknya. Kepatuhan wajib pajak didefinisikan keadaan wajib pajak dalam pemenuhan hak dan kewajiban perpajakan (Rahayu dalam Salindeho, 2021). Kepatuhan wajib pajak merupakan kunci keberhasilan pada pemenuhan target penerimaan negara. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa jika faktor-faktor penentu kepatuhan dapat ditingkatkan dengan baik, maka akan terjadi peningkatan penerimaan pajak.

Kepatuhan Wajib Pajak merupakan situasi wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakan. Kepatuhan wajib pajak dapat diukur dari pemahaman terhadap semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, mengisi formulir dengan lengkap dan jelas, menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar, membayar dan melaporkan pajak yang terutang tepat pada waktunya (Dahrani et al., 2021). Adanya kepatuhan wajib pajak ini merupakan hal yang penting bagi pemerintah dalam memenuhi target APBN setiap tahunnya. Kepatuhan wajib pajak dapat terbentuk dengan adanya sosialisasi pajak dan sanksi

perpajakan. Hasil penelitian Putri dan Nurhasanah (2019) menyatakan bahwa faktor yang berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan pajak adalah sosialisasi pajak dan sanksi perpajakan.

Sosialisasi pajak adalah suatu kegiatan yang dilakukan pemerintah dengan melakukan pemberian informasi melalui interaksi langsung maupun tidak langsung yang membahas mengenai kewajiban membayar pajak dan tata cara pembayarannya dengan harapan membentuk suatu pengetahuan wajib pajak. Pengetahuan wajib pajak tentang pajak adalah proses perubahan sikap dan tata laku seorang atau kelompok wajib pajak dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan melalui sosialisasi (Wardani dan Wati, 2018). Adanya pengetahuan perpajakan yang baik membantu untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak akan pentingnya membayar pajak, dan wajib pajak dapat membayar pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan. Wajib pajak tidak dapat menilai dengan baik tindakannya jika tidak memahami peraturan dan proses perpajakan. Semakin tinggi derajat sosialisasi perpajakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Sosialisasi perpajakan dimaksudkan agar wajib pajak menjadi lebih sadar akan pentingnya membayar pajak, sehingga memungkinkan wajib pajak orang pribadi untuk meningkatkan pengetahuannya dan mampu memenuhi kewajiban dan hak perpajakannya. Penelitian Anwar dan Syafiqurrahman (2016) membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap pengetahuan perpajakan dan kepatuhan perpajakan. Semakin banyak sosialisasi perpajakan maka orang yang mengetahui manfaat pajak akan lebih banyak, sehingga kepatuhan juga akan meningkat.

Sanksi perpajakan adalah sebuah hukuman yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat atau wajib pajak yang disebabkan oleh adanya keterlambatan atau ketidakmauan untuk membayar pajak. Sanksi perpajakan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak karena sanksi memaksa orang untuk mematuhi perjanjian atau peraturan. Apabila terjadi pelanggaran, wajib pajak akan dikenakan sanksi administratif atau pidana sesuai dengan kebijakan perpajakan. Sanksi perpajakan merupakan alat untuk mencegah wajib pajak melanggar peraturan perpajakan. Menurut penelitian Widowati (2015) sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Kemudian penelitian Purba (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Penelitian Kurniawan dan Daito (2021) menyatakan sanksi perpajakan berdampak signifikan pada kepatuhan wajib pajak badan. Hasil penelitian Salindeho (2021) menyebutkan sosialisasi perpajakan berdampak tidak signifikan pada kepatuhan wajib pajak. Sedangkan, penelitian Lesmana dan Setyadi (2020) menunjukkan sanksi pajak berdampak pada kepatuhan pajak pelaku UMKM. Sanksi menyebabkan pelaku UMKM merasa harus mematuhi pajak. Penelitian Syafira dan Nasution (2021) menyimpulkan sanksi perpajakan berdampak signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dilakukan penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa efektivitas sosialisasi pajak serta sanksi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak penduduk Wonocolo Surabaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepatuhan

Konsep kepatuhan mengasumsikan bahwa tingkat ketidakpatuhan yang begitu tinggi dapat dilihat dari sudut pandang ekonomi (Allingham dalam Kurniawan dan Daito, 2021). Teori tersebut meyakini bahwa tidak adanya individu yang mau membayar pajak dengan sukarela, sehingga individu selalu menolak membayar pajak. Faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak adalah pendapatan tetap, bea pajak, kemungkinan pemeriksaan serta besaran sanksi yang dikenakan. Individu dipandang mempunyai penghasilan tetap yang harus dilaporkan kepada pemerintah dalam penentuan besaran pajak yang dibayar.

Kepatuhan pajak dinyatakan sebagai ketaatan penjalanan seluruh kewajiban perpajakan. Kepatuhan menjadikan kewajiban pajak dilaksanakan dengan sukarela. Kunci keberhasilan sistem *self-assessment* adalah wajib pajak bertanggung jawab dalam penentuan kewajiban pajak dengan pembayaran dan pelaporan pajak tepat waktu.

Sosialisasi Pajak

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya Direktur Jenderal Pajak dalam pemberian wawasan ke masyarakat mengenai segala informasi tentang perpajakan, termasuk peraturan dan prosedur (Sugeng dalam Kurniawan dan Daito, 2021). Dimensi sosialisasi perpajakan adalah sosialisasi, pemasangan baliho, dan *website* Direktorat Jenderal Pajak sebagai media sosialisasi.

Menurut Savitri dan Musfialdy dalam Salindeho (2021) sosialisasi perpajakan adalah usaha petugas pajak dalam pemberian informasi, pemahaman, dan bimbingan ke masyarakat wajib pajak, tentang perpajakan dan peraturan terkait. Masyarakat diinginkan termotivasi dan meningkatkan kepatuhan pajak mereka. Indikator sosialisasi perpajakan adalah bimbingan ahli, mengadakan diskusi bersama wajib pajak serta tokoh masyarakat, penyampaian informasi oleh petugas pajak, dan memasang iklan layanan masyarakat tentang pentingnya membayar pajak.

Sanksi Perpajakan

Sanksi perpajakan adalah jaminan ketentuan peraturan pajak dapat dipatuhi. Sanksi perpajakan adalah alat pencegahan supaya masyarakat tidak melanggar aturan perpajakan (Mardiasmo dalam Kurniawan dan Daito (2021)). Jadi, sanksi perpajakan adalah cara untuk mencegah masyarakat melanggar aturan pajak.

Hubungan Pengaruh

Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

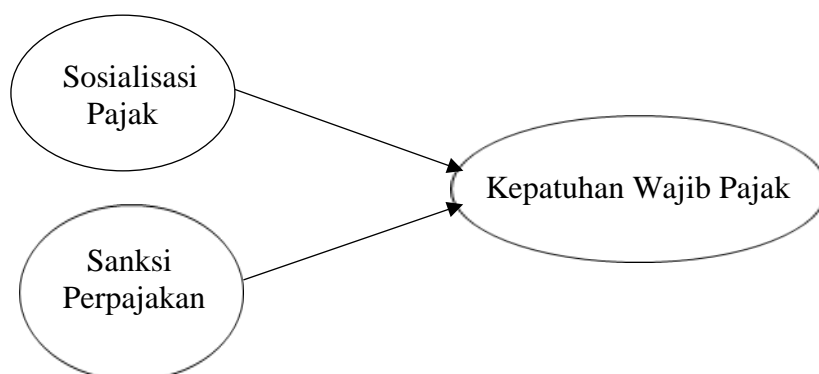
Penelitian Wardani dan Wati (2018) menyatakan kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor eksternal maupun faktor internal. Salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi adalah sosialisasi perpajakan, sedangkan faktor internalnya adalah pengetahuan perpajakan. Hal ini menunjang penelitian yang dilakukan Anwar (2015) yang menyatakan sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan perpajakan wajib pajak. Tanpa adanya sosialisasi yang efektif kepada

wajib pajak, maka wajib pajak akan mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Namun penelitian Salindeho (2021) membuktikan sosialisasi pajak berpengaruh tidak signifikan pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor di Kantor Bersama Samsat Karangploso. Artinya sosialisasi perpajakan yang diberikan tidak menciptakan kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Penelitian Salindeho (2021) membuktikan bahwa sanksi perpajakan berdampak signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak. Jika sanksi perpajakan semakin tinggi, maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak, karena sanksi pajak memberi efek jera bagi masyarakat apabila tidak melakukan pembayaran pajak. Penelitian Lesmana dan Setyadi (2020) menunjukkan sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pelaku UMKM. Hasil penelitian Syafira dan Nasution (2021) menyimpulkan sanksi perpajakan berdampak signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak.

Model Penelitian



Gambar 1
Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Ada 2 hipotesis yang diajukan di dalam penelitian ini yaitu:

H₁ : Sosialisasi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

H₂ : Sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai jenis pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei untuk pengumpulan datanya. Ciri dari metode survei adalah bersifat deskriptif. Metode kuantitatif digunakan karena telah sesuai dengan kaidah ilmiah yakni spesifik, objektif, terstruktur, dan sistematis melalui kuesioner (Sugiyono, 2016: 7).

Populasi penelitian adalah petugas Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonocolo Surabaya. Teknik analisa penelitian memakai *convenience sampling*, dengan sampel penelitian adalah petugas Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonocolo Surabaya berjumlah 140 orang. Penentuan sampel berdasarkan pada teori Hair et al. (2017) yang menyatakan kuantitas sampel harus berjumlah 100 ataupun lebih. Dengan peraturan, minimum ukuran sampel harus 5 kali kuantitas pertanyaan sehingga ukuran sampel 10: 1 dapat diterima. Terdapat 14 item pertanyaan pada penelitian ini, sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan minimal $14 \times 10 = 140$ sampel. Menurut Sugiyono (2016: 91) ukuran sampel yang sah pada penelitian adalah antara 30 dan 500, sehingga sampel penelitian sebanyak 140 responden dianggap layak. Data dikumpulkan dari data angket dengan menyebarkan kuesioner yang dijawab oleh responden.

Identifikasi variabel penelitian ada 2 variabel, yakni: (1) variabel independen, terdiri atas sosialisasi pajak serta sanksi perpajakan; (2) variabel dependen, yakni kepatuhan wajib pajak. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi perpajakan adalah upaya petugas pajak dalam pemberian informasi, pemahaman, serta bimbingan ke wajib pajak, mengenai perpajakan dan peraturan perundang-undangan. Indikator sosialisasi perpajakan (Salindeho, 2021), meliputi: (a) bimbingan ahli; (b) mengadakan diskusi dengan wajib pajak dan tokoh masyarakat; (c) penyampaian informasi oleh petugas pajak; (d) memasang iklan layanan masyarakat tentang pentingnya membayar pajak.
2. Sanksi perpajakan adalah penjamin kepatuhan pada ketentuan peraturan perpajakan. Menurut Yadyana dalam Lesmana dan Setyadi (2020) indikator sanksi perpajakan meliputi: (a) sanksi pidana bagi pelanggaran cukup berat; (b) sanksi administratif untuk pelanggaran pajak ringan; (c) pengenaan sanksi yang cukup berat sebagai sarana edukasi wajib pajak; (d) sanksi pajak harus dikenakan kepada pelanggar dan tidak akan ditoleransi; (e) sanksi pelanggaran pajak dapat dinegosiasikan
3. Kepatuhan wajib pajak adalah kemauan wajib pajak dalam pelaksanaan kewajibannya tanpa penelaahan, penyidikan yang seksama, peringatan atau ancaman, dan sanksi hukum. Menurut Syafira dan Nasution (2021) indikator kepatuhan wajib pajak meliputi: (a) aspek ketepatan waktu pelaporan SPT sesuai peraturan berlaku; (b) aspek *income* dari pembayaran Pajak Penghasilan sesuai ketentuan berlaku; (c) aspek penegakan sanksi, yakni kesediaan membayar utang pajak berdasarkan SKP (Surat Ketetapan Pajak) sebelum waktunya; (d) aspek pembayaran; (e) kewajiban pembukuan.

Analisis data penelitian menggunakan teknik regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yakni sosialisasi pajak dan sanksi perpajakan pada variabel terikat yakni kepatuhan dari wajib pajak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Convergent Validity

Jika keseluruhan indikator mempunyai *loading factor* $> 0,5$, penelitian bisa dilanjutkan. Apabila belum, dilaksanakan reduksi dengan melakukan iterasi hingga memperoleh nilai *loading factor* $> 0,5$ setiap indikator.

Tabel 1
Uji Validitas (*Convergent Validity*)

Variabel	Item	O	P-Val.	Hasil
Sosialisasi Pajak	X1.1	0,849	0.000	Sahih
	X1.2	0,797		
	X1.3	0,832		
	X1.4	0,673		
Sanksi Perpajakan	X2.1	0,840		
	X2.2	0,848		
	X2.3	0,846		
	X2.4	0,826		
	X2.5	0,742		
Kepatuhan Wajib Pajak	Y1	0,910		
	Y2	0,860		
	Y3	0,881		
	Y4	0,923		
	Y5	0,830		

Hasil pengujian seperti terlihat pada Tabel 1. Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil pengujian untuk keseluruhan indikator sah untuk digunakan karena mempunyai nilai *loading factor* > 0,5.

Discriminant Validity

Blok indikator dinyatakan valid jika nilai setiap indikator variabel konstruksinya lebih tinggi berpengaruh dibanding nilai indikator lainnya.

Tabel 2
Cross Loadings

Item	Sosialisasi Pajak (X1)	Sanksi Perpajakan (X2)	Kepatuhan Wajib Pajak (Y)
X1.1	0,849	0,635	0,711
X1.2	0,797	0,537	0,508
X1.3	0,832	0,539	0,542
X1.4	0,673	0,365	0,429
X2.1	0,590	0,840	0,701
X2.2	0,518	0,848	0,626
X2.3	0,588	0,846	0,658
X2.4	0,566	0,826	0,617
X2.5	0,479	0,742	0,439
Y1	0,597	0,645	0,910
Y2	0,625	0,595	0,860
Y3	0,673	0,695	0,881
Y4	0,618	0,686	0,923
Y5	0,610	0,685	0,830

Hasil pengujian nampak seperti terlihat pada Tabel 2. Dari hasil pengujian didapatkan keseluruhan konstruk pembentuk mempunyai diskriminan baik dengan korelasi indikator konstraknya lebih tinggi dibanding korelasi indikator konstruk lain. AVE berfungsi menetapkan variabel konstruk mempunyai nilai *discriminant validity* yang baik jika nilainya $> 0,5$. Data AVE nampak seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Nilai AVE

Variabel	AVE
Sosialisasi Pajak	0,626
Sanksi Perpajakan	0,675
Kepatuhan Wajib Pajak	0,777

Data pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai AVE semua indikator konstruk mempunyai *discriminant validity* $AVE > 0,5$.

Composite Reliability

Uji *composite reliability* blok indikator untuk mengukur konstruk. Jika nilai *composite reliability* $> 0,70$ ditafsirkan sangat memuaskan (Ghozali, 2012). Tabel 4 menunjukkan hasil dari *composite reliability*.

Tabel 4
Composite Reliability

Variabel	CR
Sosialisasi Pajak	0.869
Sanksi Perpajakan	0.912
Kepatuhan Wajib Pajak	0.946

Pada Tabel 4 nampak bahwa keseluruhan variabel mempunyai *composite reliability* dengan nilai $> 0,70$ sehingga dinyatakan memenuhi ketentuan.

Cronbach Alpha

Variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* $> 0,6$. Tabel 5 menunjukkan hasil dari *cronbach alpha*.

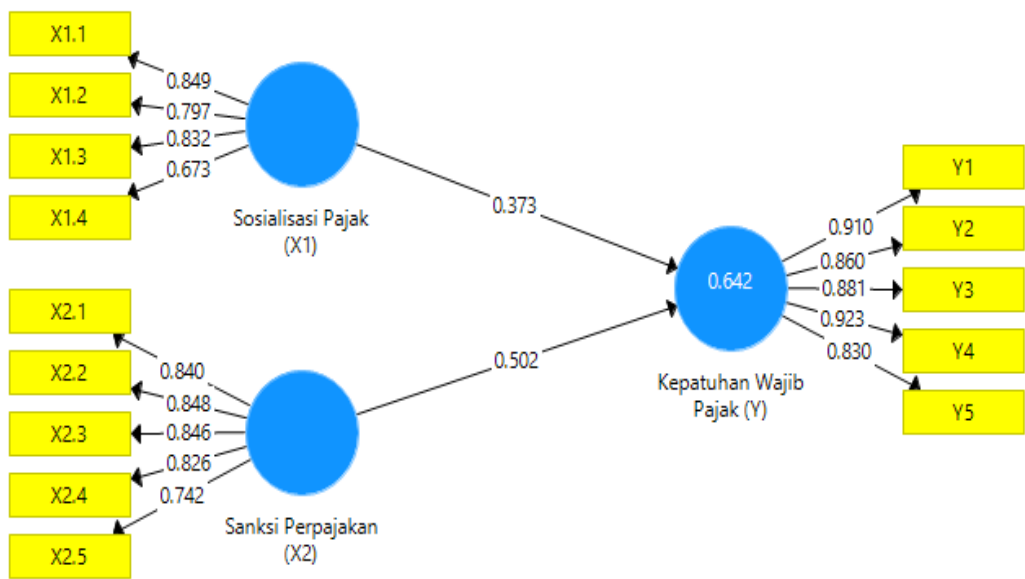
Tabel 5
Cronbach Alpha

Variabel	CA
Sosialisasi Pajak	0.801
Sanksi Perpajakan	0.880
Kepatuhan Wajib Pajak	0.928

Pada Tabel 5 nampak bahwa hasil pengujian dari nilai *cronbach alpha* keseluruhan variabel penelitian di atas 0,60, maka mempunyai tingkat reliabilitas tinggi.

Uji Inner Model

Untuk pengujian hipotesis digunakan analisa PLS yang hasilnya seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 1 Model PLS

Hasil nilai *inner weight*, menunjukan variabel Kepatuhan Wajib Pajak dibentuk oleh Sosialisasi Pajak dan Sanksi Perpajakan yang dapat dilihat pada persamaan berikut: $Y = 0,373 X_1 + 0,502 X_2$

Pengujian Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis akan dilihat nilai dari *t-statistic*. Nilai dari *t-statistic* seperti terlihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis

	O	M	SE	T-Stat
Sosialisasi Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	0.373	0.374	0.072	5.163
Sanksi Perpajakan -> Kepatuhan Wajib Pajak	0.502	0.501	0.080	6.246

Hasil pengujian hipotesis adalah:

- a. Sosialisasi Pajak berdampak signifikan positif pada Kepatuhan Wajib Pajak (T-statistik 5,163 > 1,96).

- b. Sanksi Perpajakan berdampak signifikan positif pada Kepatuhan Wajib Pajak (T-statistik $6,246 > 1,96$).

Pengujian Inner Model

Perubahan *R-square* berfungsi menganalisa pengaruh variabel laten independen dan dependen. Untuk variabel laten endogen dengan hasil R^2 senilai 0,75 menyatakan model “kuat”, R^2 senilai 0,50 “moderat” serta R^2 senilai 0,25 “lemah” (Ghozali, 2016).

Tabel 7
Nilai *R-Square*

	R Square
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,642

Variabel Sosialisasi Pajak serta Sanksi Perpajakan yang membentuk variabel Kepatuhan Wajib Pajak mempunyai nilai R^2 senilai 0,642 dengan interpretasi model “moderat” yang membentuk Kepatuhan Wajib Pajak senilai 64,2%. sementara sisanya senilai 35,8% dijelaskan faktor di luar penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian menunjukkan ada pengaruh signifikan positif sosialisasi pajak pada kepatuhan wajib pajak (sig. $0,000 < 0,05$), yang berarti hipotesis H_1 diterima. Semakin tinggi intensitas sosialisasi perpajakan yang dilakukan, maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Dengan adanya sosialisasi pajak berarti wajib pajak akan lebih mengetahui mengenai arti pentingnya membayar pajak sehingga pengetahuan wajib pajak orang pribadi akan bertambah serta dapat melaksanakan kewajiban dan hak perpajakannya. Hal ini didukung penelitian Wardani dan Wati (2018) yang menyatakan sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, dan penelitian Purba (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian menunjukkan ada pengaruh signifikan positif sanksi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak (sig. $0,000 < 0,05$), yang berarti hipotesis H_2 diterima. Hal ini menunjukkan kepatuhan wajib pajak yang tinggi bisa dibentuk dari sanksi perpajakan yang tegas. Hasil penelitian mendukung temuan Salindeho (2021) serta Syafira dan Nasution (2021) yang membuktikan sanksi perpajakan berdampak signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak.

SIMPULAN

Sosialisasi pajak dan sanksi perpajakan berdampak signifikan positif pada kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu untuk meningkatkan kepatuhan dari wajib pajak, Direktorat Jenderal Pajak perlu melakukan sosialisasi pajak ke masyarakat luas dan menerapkan sanksi perpajakan dengan tegas dan terukur.

SARAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan terkait dengan jumlah variabel bebas yang digunakan yaitu hanya 2 variabel bebas. Karena itu perlu untuk penelitian berikutnya memperluas jumlah variabel bebas yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R. A. dan M. Syafiqurrahman. 2016. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Perpajakan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Surakarta Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Pemediasi. *InFestasi*, Vol. 12, No. 1, pp. 66-74. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v12i1.1801>.
- Dahrani, D., M. Sari, F. Saragih, dan J. Jufrizen. 2021. Model Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak yang Melakukan Usaha di Kota Medan). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, Vol. 21, No. 02, pp. 379–389, <https://doi.org/10.29040/jap.v21i02.1513>.
- Ghozali, I. 2012. *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair, J. F., G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. (3rd ed.). SAGE Publications Ltd.
- Kurniawan, I. and A. Daito. 2021. The Effect of Tax Sanctions and Tax Authorities Services on Tax Compliance and Taxpayer Awareness As Moderation Variable (Survey on Corporate Taxpayers Domiciled in Tangerang). *Dinasti International Journal of Management Science*, Vol. 2, No. 3, pp. 371–380. <https://doi.org/10.31933/dijms.v2i3.699>.
- Lesmana, A. L. dan B. Setyadi. 2020. Pengaruh Pemeriksaan, Pengetahuan Wajib Pajak, Sanksi, dan Moral terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 17, No. 01, pp. 1–15. <https://doi.org/DOI:10.36406/jam.v17i01.323>.
- Purba, B. P. 2016. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Pelayanan Fiskus Sebagai Variabel Moderating di Kantor Pelayanan Pajak Jakarta Kembangan. *Akuntansi Perpajakan*, Vol. 1, No. 2, pp. 29–43.
- Putri, N. E. dan Nurhasanah. 2019. Sosialisasi Pajak, Tingkat Pendidikan, dan Sanksi Pajak Terkait Dengan Kepatuhan Wajib Pajak UKM (Studi Kasus: Pengusaha UKM Kecamatan Manggar Belitung Timur). *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol. 28, No. 2, pp. 213–232.

- Salindeho, V. A. 2021. *The Effect of Tax Awareness, Tax Socialization, Tax Sanctions, and Service Quality on Motor Vehicles Taxpayer Compliance (A Case Study At Kantor Bersama Samsat Karangploso)*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Sugiyono. 2006. *Statistika untuk Penelitian*. (29th ed.). CV. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta. Bandung.
- Syafira, E. Z. A. dan R. Nasution. 2021. Pengaruh Sanksi Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *El Muhasaba Jurnal Akuntansi*, Vol. 12, No. 1, pp. 79–91. <https://doi.org/10.18860/em.v12i1.10256>.
- Wardani, D. K. dan E. Wati. 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*, Vol. VII, No. 1, pp. 33-54. <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358>.
- Widowati, R. 2015. Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Pengetahuan Pajak, dan Pelayanan Fiskus. *Jurnal Universitas Dian Nuswantoro*, Vol. 1, No. 2, pp. 1–16.
- Wulandari, T. dan Suyanto. 2014. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Tingkat Pendidikan, dan Sanksi Administrasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Melakukan Pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan (Studi Kasus Pada Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Sleman). *Jurnal Akuntansi*. Vol. 2, No. 2, pp. 94–102.