SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: p-ISSN 2615-3009
Economic, Accounting, Management and Business e-ISSN 2621-3389
Vol. 9, No. 2, April 2026

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kecamatan Karawaci Kota Tangerang

Adinda Nurhaliza Azzahra[1], Maman Darmansyah[2]
Universitas Pamulang, Indonesia
Dosen01129@unpam.ac.id[2]
E-mail Korespondensi : adindanurhaliza3@gmail.com

Submitted: 17th January 2026 | **Edited**: 18th February 2026 | **Issued**: 01st April 2026

Cited on: Azzahra, A. N., & Darmansyah, M. (2026). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kecamatan Karawaci Kota Tangerang. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, *9*(2), 535-544.

ABSTRACT

Tax compliance among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) remains a persistent challenge in Indonesia, particularly due to low awareness, limited tax socialization, and inadequate understanding of tax regulations. This condition contributes to the gap between potential and actual tax revenue from the MSME sector. This study aims to examine the effect of taxpayer awareness, tax socialization, and tax understanding on MSME taxpayer compliance in Karawaci District, Tangerang City. The research employs a quantitative explanatory approach using primary data collected through structured questionnaires. A total of 104 MSME taxpayers were selected as respondents based on purposive sampling criteria. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 27, supported by descriptive statistics, data quality tests, classical assumption tests, and hypothesis testing. The results reveal that taxpayer awareness, tax socialization, and tax understanding each have a positive and significant effect on MSME taxpayer compliance, both individually and simultaneously. These findings indicate that improving tax literacy through effective education programs, consistent tax socialization, and strengthening taxpayers' internal awareness can enhance voluntary tax compliance among MSMEs.

Keywords: Tax Awareness, Tax Socialization, Tax Understanding, MSME Compliance, Taxpayer Behavior

PENDAHULUAN

ajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama negara yang berperan strategis dalam mendukung pembiayaan pembangunan nasional. Dalam struktur Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), penerimaan pajak memberikan kontribusi terbesar dibandingkan dengan sumber penerimaan lainnya. Oleh karena itu, keberhasilan sistem perpajakan sangat ditentukan oleh tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela dan berkelanjutan. Namun demikian, tingkat kepatuhan wajib pajak di Indonesia hingga saat ini masih menjadi tantangan, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Meskipun demikian, kontribusi sektor UMKM terhadap penerimaan pajak masih relatif rendah apabila dibandingkan dengan jumlah dan potensi ekonominya (Direktorat Jenderal Pajak, 2023). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi pajak UMKM dan realisasi kepatuhan perpajakan, yang pada akhirnya berdampak pada belum optimalnya penerimaan negara dari sektor tersebut.

Fenomena rendahnya kepatuhan pajak UMKM tercermin dari data Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Tangerang Barat selama periode 2019–2024. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah wajib pajak UMKM yang terdaftar di Kecamatan Karawaci mengalami peningkatan setiap tahunnya. Namun, peningkatan jumlah wajib pajak tersebut tidak diikuti oleh kenaikan jumlah wajib pajak yang melaporkan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT). Bahkan, tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM cenderung mengalami penurunan, dari 50,78% pada tahun 2019 menjadi 31,05% pada tahun 2024. Rata-rata tingkat kepatuhan selama periode tersebut hanya mencapai 38,83%, yang mengindikasikan bahwa lebih dari separuh wajib pajak UMKM belum menjalankan kewajiban pelaporan pajaknya secara konsisten. Kondisi ini menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah wajib pajak UMKM belum sejalan dengan peningkatan kesadaran dan kepatuhan perpajakan.

Menurunnya tingkat kepatuhan tersebut mengindikasikan adanya permasalahan struktural dan perilaku dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan UMKM. Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa rendahnya kepatuhan pajak UMKM dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, antara lain kesadaran wajib pajak, efektivitas sosialisasi perpajakan, serta tingkat pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perpajakan (Anugrah & Fitriandi, 2022; Widyanti et al., 2021). Kesadaran wajib pajak mencerminkan sikap internal dan tanggung jawab moral individu dalam memenuhi kewajiban pajak, sedangkan sosialisasi perpajakan berfungsi sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan informasi dan kebijakan perpajakan kepada masyarakat. Di sisi lain, pemahaman perpajakan menjadi faktor krusial mengingat kompleksitas regulasi pajak sering kali menjadi hambatan bagi pelaku UMKM dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya secara benar.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang belum konsisten. Beberapa studi menyimpulkan bahwa kesadaran dan pemahaman perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, sementara penelitian lain menemukan bahwa faktor-faktor tersebut tidak selalu berpengaruh secara parsial, terutama pada wilayah dengan karakteristik sosial dan ekonomi tertentu (Nasiroh & Afiqoh, 2023; Yulianti, 2022). Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan adanya celah penelitian (research gap) yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada konteks lokal UMKM di Kecamatan Karawaci yang memiliki dinamika kepatuhan pajak tersendiri.

Berdasarkan fenomena empiris dan perbedaan temuan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Karawaci, Kota Tangerang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan kajian perpajakan UMKM serta menjadi dasar pertimbangan bagi otoritas perpajakan dalam merancang strategi peningkatan kepatuhan pajak yang lebih efektif, khususnya melalui pendekatan edukatif dan peningkatan literasi perpajakan.

LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behavior

Penelitian ini didasarkan pada Theory of Planned Behavior (TPB) yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat berperilaku yang terbentuk dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 2020). Dalam konteks perpajakan, TPB relevan untuk menjelaskan keputusan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya karena kepatuhan pajak merupakan bentuk perilaku yang disengaja dan dipengaruhi oleh faktor psikologis serta sosial.

Kesadaran wajib pajak mencerminkan sikap positif individu terhadap pajak sebagai kewajiban dan kontribusi bagi negara. Norma subjektif tercermin melalui pengaruh lingkungan sosial dan sosialisasi perpajakan yang membentuk persepsi bahwa kepatuhan pajak merupakan perilaku yang diharapkan secara sosial (Simanjuntak & Siregar, 2022). Sementara itu, persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan kemampuan wajib pajak dalam memahami dan melaksanakan aturan perpajakan, yang tercermin melalui tingkat pemahaman perpajakan yang dimiliki (Kahar, 2022). Dengan demikian, TPB memberikan kerangka teoritis yang kuat dalam menjelaskan keterkaitan antara kesadaran, sosialisasi, pemahaman perpajakan, dan kepatuhan wajib pajak UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja. Namun, karakteristik UMKM yang umumnya memiliki keterbatasan dalam aspek administrasi dan pengetahuan perpajakan menyebabkan tingkat kepatuhan pajak sektor ini masih relatif rendah (Putri & Hidayat, 2021). Kondisi tersebut menuntut adanya pendekatan perpajakan yang tidak hanya menekankan pada aspek penegakan hukum, tetapi juga pembinaan dan edukasi yang berkelanjutan.

Pajak

Pajak merupakan kontribusi wajib yang dipungut oleh negara berdasarkan peraturan perundang-undangan dan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara demi kesejahteraan masyarakat. Dalam sistem perpajakan modern, keberhasilan pemungutan pajak tidak hanya ditentukan oleh besarnya tarif atau sanksi, tetapi juga oleh tingkat kepatuhan sukarela wajib pajak (Ardiansyah & Prasetyo, 2021). Oleh karena itu, pembangunan sistem perpajakan yang adil, transparan, dan mudah dipahami menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan pajak, khususnya bagi pelaku UMKM.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan kondisi di mana wajib pajak melaksanakan seluruh kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku, baik dari aspek administratif maupun material. Kepatuhan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti sanksi, tetapi juga oleh faktor internal seperti kesadaran, pemahaman, dan kepercayaan terhadap sistem perpajakan (Wicaksari & Wulandari, 2023). Dalam konteks UMKM, kepatuhan pajak cenderung meningkat apabila wajib pajak merasa bahwa sistem perpajakan bersifat adil dan mudah dipahami.

Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak mencerminkan sikap dan kemauan individu untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela tanpa adanya paksaan. Wajib pajak yang memiliki tingkat kesadaran tinggi cenderung memandang pembayaran pajak sebagai tanggung jawab moral dan bentuk partisipasi dalam pembangunan negara (Indriastuti et al., 2022). Oleh karena itu, peningkatan kesadaran wajib pajak menjadi

faktor kunci dalam mendorong kepatuhan pajak yang berkelanjutan, khususnya pada sektor UMKM.

Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya yang dilakukan oleh otoritas pajak untuk menyampaikan informasi terkait peraturan, prosedur, dan kebijakan perpajakan kepada masyarakat. Sosialisasi yang dilakukan secara efektif dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak, sehingga berdampak positif terhadap kepatuhan pajak (Febriani & Noviari, 2023). Frekuensi sosialisasi, kejelasan materi, serta penggunaan media yang sesuai dengan karakteristik UMKM menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan sosialisasi perpajakan.

Pemahaman Perpajakan

Pemahaman perpajakan merupakan kemampuan wajib pajak dalam memahami aturan, prosedur, serta hak dan kewajiban perpajakan yang berlaku. Tingkat pemahaman yang baik memungkinkan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajaknya secara tepat dan benar, sehingga mengurangi risiko kesalahan pelaporan pajak (Karlina & Ethika, 2020). Bagi UMKM, peningkatan pemahaman perpajakan melalui edukasi dan pendampingan menjadi strategi penting dalam meningkatkan kepatuhan pajak secara sukarela (Kahar, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori (explanatory research) yang bertujuan untuk menganalisis hubungan kausal antara variabel kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengujian hipotesis secara objektif melalui analisis statistik (Sugiyono, 2023). Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner terstruktur kepada pelaku UMKM di Kecamatan Karawaci, Kota Tangerang. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk mengukur persepsi responden terhadap masing-masing variabel penelitian (Sekaran & Bougie, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang terdaftar di Kecamatan Karawaci dengan jumlah sebanyak 6.204 unit usaha. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, antara lain pelaku UMKM yang telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan memiliki omzet usaha tidak melebihi Rp4,8 miliar per tahun sesuai ketentuan perpajakan UMKM. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin untuk memperoleh ukuran sampel yang representatif, sehingga diperoleh sebanyak 104 responden (Sugiyono, 2023). Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa sampel penelitian benar-benar sesuai dengan tujuan penelitian dan karakteristik populasi yang diteliti.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda melalui bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas sebelum pengujian hipotesis dilakukan (Ghozali, 2021). Seluruh responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian dan dijamin kerahasiaan identitasnya sebagai bentuk penerapan etika penelitian sosial, sehingga partisipasi

responden dilakukan secara sukarela dan bertanggung jawab (Creswell & Creswell, 2020).

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner yang disebarkan kepada 104 responden dengan jumlah item sebanyak 20 pernyataan. Pernyataan untuk variabel independen kesadaran wajib pajak (X1) sebanyak 5 item pernyataan, pernyataan untuk variabel independen sosialisasi perpajakan (X2) sebanyak 5 item pernyataan, pernyataan variabel independen pemahaman perpajakan (X3) sebanyak 5 item pernyataan. Kemudian pernyataan untuk variabel dependen kepatuhan wajib pajak (Y) sebanyak 5 item pernyataan.

Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 104 responden. Variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai minimum sebesar 18 dan nilai maksimum sebesar 25, yang menunjukkan bahwa seluruh responden berada pada rentang jawaban menengah hingga tinggi. Nilai rata-rata (mean) yang diperoleh sebesar 220,288 dengan standar deviasi sebesar 216,529, yang mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap kesadaran wajib pajak relatif homogen dan tidak menunjukkan variasi yang ekstrem.

Variabel sosialisasi perpajakan juga menunjukkan nilai minimum 18 dan maksimum 25, dengan nilai mean sebesar 221,154 dan standar deviasi sebesar 216,462. Hasil ini menggambarkan bahwa responden pada umumnya memiliki persepsi yang cukup baik terhadap pelaksanaan sosialisasi perpajakan yang diterima, serta menunjukkan tingkat keseragaman jawaban yang relatif tinggi antarresponden.

Selanjutnya, variabel pemahaman perpajakan memiliki nilai minimum 17 dan maksimum 25, dengan nilai rata-rata sebesar 220,769 dan standar deviasi sebesar 233,043. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman perpajakan responden cenderung berada pada kategori sedang hingga tinggi, meskipun terdapat sedikit variasi jawaban dibandingkan variabel lainnya. Sementara itu, variabel kepatuhan wajib pajak memiliki nilai minimum 18 dan maksimum 25, dengan mean sebesar 219,038 dan standar deviasi sebesar 247,911. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menunjukkan tingkat kepatuhan yang relatif baik, dengan variasi jawaban yang masih dalam batas wajar.

Secara keseluruhan, hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata masing-masing variabel lebih besar dibandingkan standar deviasinya, yang menandakan bahwa data cenderung terdistribusi secara merata dan jawaban responden relatif konsisten. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memiliki persepsi yang hampir seragam terhadap kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan kepatuhan wajib pajak, sehingga data layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan kepatuhan wajib pajak memiliki nilai koefisien korelasi (r hitung) yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,193. Pada variabel kesadaran wajib pajak, nilai r hitung berkisar antara 0,678 hingga 0,917, yang menunjukkan bahwa seluruh indikator mampu merepresentasikan konstruk kesadaran wajib pajak secara baik. Demikian pula pada variabel sosialisasi perpajakan dan

pemahaman perpajakan, seluruh item pernyataan memiliki nilai korelasi yang melebihi r tabel, sehingga dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Selain itu, item pernyataan pada variabel kepatuhan wajib pajak juga menunjukkan nilai r hitung yang tinggi, yaitu antara 0,728 hingga 0,890, yang mengindikasikan bahwa setiap indikator mampu mengukur aspek kepatuhan wajib pajak secara konsisten. Dengan demikian, hasil uji validitas ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi kriteria validitas, sehingga dapat digunakan untuk mengumpulkan data dan dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4, seluruh variabel penelitian menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari batas minimum 0,60. Variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,845, sosialisasi perpajakan sebesar 0,809, pemahaman perpajakan sebesar 0,781, dan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,860. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dalam mengukur masing-masing variabel.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat reliabel atau handal. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila digunakan pada kondisi yang sama, sehingga data yang diperoleh layak untuk digunakan dalam analisis statistik lanjutan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual pada model regresi terdistribusi secara normal. Berdasarkan hasil uji One Sample Kolmogorov–Smirnov, diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,135, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa residual model regresi tidak menyimpang dari distribusi normal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas dalam penelitian ini telah terpenuhi. Terpenuhinya asumsi ini menandakan bahwa data layak digunakan untuk analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis pada tahap selanjutnya.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance $\geq 0{,}10$ dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) ≤ 10. Variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai tolerance sebesar 0,168 dengan VIF 5,959, sosialisasi perpajakan memiliki nilai tolerance sebesar 0,203 dengan VIF 4,918, dan pemahaman perpajakan memiliki nilai tolerance sebesar 0,304 dengan VIF 3,291.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam model penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah multikolinearitas, sehingga setiap variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara independen dan model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 7, diketahui bahwa variabel kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan pemahaman

perpajakan tidak menunjukkan adanya pola hubungan yang signifikan terhadap nilai residual. Hal ini mengindikasikan bahwa varians residual bersifat konstan pada seluruh tingkat variabel independen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Terpenuhinya asumsi ini menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan untuk analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis pada tahap selanjutnya, karena estimasi parameter yang dihasilkan bersifat efisien dan tidak bias.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-2.082	1.068	
	Kesadaran Wajib Pajak	0,355	0,113	0,310
	Sosialisasi Perpajakan	0,449	0,103	0,392
	Pemahaman Perpajakan	0,282	0,078	0,265

Sumber : Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil diperoleh persamaan :

$$Y = -2,082 + 0,355X_1 + 0,449X_2 + 0,282X_3 + e$$

Menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak (X_1), sosialisasi perpajakan (X_2), dan pemahaman perpajakan (X_3) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Nilai konstanta sebesar -2,082 mengindikasikan bahwa tanpa adanya pengaruh ketiga variabel independen, tingkat kepatuhan wajib pajak berada pada nilai negatif. Koefisien regresi kesadaran wajib pajak sebesar 0,355 menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran wajib pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak, sementara sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh paling dominan dengan koefisien sebesar 0,449. Selanjutnya, pemahaman perpajakan juga berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dengan koefisien sebesar 0,282.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 9, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,831. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan pemahaman perpajakan secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 83,1% variasi pada variabel kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, sisanya sebesar 16,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model regresi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai Adjusted R Square yang relatif tinggi mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki daya jelaskan yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen dalam penelitian ini merupakan faktor penting dalam menjelaskan tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Karawaci, sehingga model penelitian dinilai layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji F

Tabel 2. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	529.133	3	176.378	169.748	<.001[b]
Residual	103.906	100	1.039		
Total	633.038	103			

Sumber : Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 2, diperoleh nilai F hitung sebesar 169,748 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Nilai signifikansi tersebut menunjukkan bahwa secara simultan variabel kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan pemahaman perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Hasil ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak atau fit untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan demikian, model penelitian dapat digunakan untuk pengujian hipotesis secara parsial pada tahap analisis selanjutnya.

Uji Signifikansi Variabel (Uji T)

Tabel 3. Ringkasan hasil pengujian hipotesis

Hipotesis	Beta (unstandarized coefficients)	Nilai Signifikan	Kesimpulan
Hipotesis 1 (H1)	0,310	0,002	Diterima
Hipotesis 2 (H2)	0,103	0,001	Diterima
Hipotesis 3 (H3)	0,078	0,001	Diterima

Sumber : Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan ringkasan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 3, seluruh variabel independen dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Variabel kesadaran wajib pajak (H1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 dengan koefisien regresi positif sebesar 0,310, sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Indriastuti et al. (2022), Widaastuti et al. (2024), serta Karlina dan Ethika (2020) yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan pajak. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Nilla dan Widyawati (2021) yang menemukan bahwa kesadaran pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan, yang kemungkinan disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Selanjutnya, pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 dan koefisien regresi sebesar 0,103. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin intensif dan efektif sosialisasi perpajakan yang dilakukan, maka tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM akan semakin meningkat. Temuan ini mendukung penelitian Febriani dan Noviari (2023) serta Simanjuntak dan Siregar (2022) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan, baik dari sisi frekuensi, media, maupun kejelasan informasi, berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Namun demikian, hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Yosi Yulia et al. (2020) yang menyimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan, yang dapat disebabkan oleh pelaksanaan sosialisasi yang bersifat formalitas dan kurang sesuai dengan kebutuhan wajib pajak.

Pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 dan koefisien regresi sebesar 0,078. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman perpajakan yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin tinggi tingkat kepatuhan mereka dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kahar (2022) serta Lestari

dan Widodo (2022) yang menyatakan bahwa pemahaman perpajakan berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan pajak UMKM, khususnya di era digital. Perbedaan hasil dengan penelitian Yulia et al. (2020) dan Nasiroh dan Afiqoh (2023) dapat disebabkan oleh kompleksitas peraturan perpajakan serta faktor ekonomi dan tingkat kepercayaan terhadap pemerintah yang memengaruhi perilaku kepatuhan wajib pajak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan pemahaman perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Karawaci, Kota Tangerang. Hasil ini menunjukkan bahwa kepatuhan pajak UMKM tidak hanya ditentukan oleh kewajiban formal semata, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor internal berupa kesadaran dan pemahaman wajib pajak, serta faktor eksternal berupa intensitas dan efektivitas sosialisasi perpajakan yang diberikan oleh otoritas pajak.

Model penelitian yang digunakan terbukti memiliki daya jelaskan yang kuat, sehingga dapat menggambarkan secara komprehensif hubungan antara variabel independen dan kepatuhan wajib pajak UMKM. Temuan ini menegaskan pentingnya upaya berkelanjutan dalam meningkatkan literasi perpajakan melalui program sosialisasi yang tepat sasaran, penyederhanaan informasi perpajakan, serta penguatan kesadaran wajib pajak sebagai bagian dari tanggung jawab warga negara. Dengan demikian, peningkatan kepatuhan pajak UMKM diharapkan dapat berkontribusi secara optimal terhadap penerimaan pajak dan pembangunan nasional.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (2020). *The theory of planned behavior: Frequently asked questions*. Human Behavior and Emerging Technologies, 2(4), 314-324.

Anugrah, R. A., & Fitriandi, F. (2022). Pengaruh kesadaran pajak, keadilan pajak, dan kepercayaan kepada pemerintah terhadap kepatuhan pajak UMKM. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(2), 109-120.

Ardiansyah, R., & Prasetyo, E. (2021). Determinan kepatuhan pajak UMKM: Perspektif perilaku wajib pajak. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 12(3), 567-582.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2020). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.

Direktorat Jenderal Pajak. (2023). *Laporan tahunan Direktorat Jenderal Pajak 2023*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Febriani, N. P. R., & Noviari, N. (2023). Efektivitas sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(1), 45-59.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hafsah, H., & Khopipah, S. (2023). Persepsi wajib pajak pelaku usaha mikro kecil dan menengah atas kepatuhan sebagai wajib pajak. *Prosiding Konferensi Ilmiah Akuntansi*, 10, 1-10.

Indriastuti, R., Pratama, A., & Hidayat, W. (2022). Pengaruh kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 14(2), 101-112.

Kahar, A. (2022). Pemahaman pajak dan kepatuhan UMKM pada sistem perpajakan digital. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 9(1), 67-79.

Karlina, L., & Ethika, E. (2020). Kesadaran wajib pajak sebagai determinan kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(3), 567-580.

Lestari, A., & Widodo, B. (2022). Pemahaman perpajakan UMKM di era digital dan implikasinya terhadap kepatuhan pajak. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 14(3), 233-247.

Madjodjo, F., & Baharuddin, I. (2022). Pengaruh kesadaran wajib pajak dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 50-67.

Nasiroh, S., & Afiqoh, N. (2023). Pengaruh pengetahuan dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 15(2), 101-112.

Nilla, R., & Widyawati, D. (2021). Kesadaran membayar pajak dan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 10(6), 1-15.

Putri, D. A., & Hidayat, R. (2021). Pendekatan perilaku dalam kepatuhan pajak UMKM. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 145-158.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.

Simanjuntak, R., & Siregar, S. (2022). Peran sosialisasi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 15(2), 120-132.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Utari, F. N., & Sofya, R. (2023). Pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 299-312.

Wicaksari, A. R., & Wulandari, T. (2023). Kepatuhan wajib pajak UMKM dalam perspektif perilaku terencana. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 15(1), 33-47.

Widaastuti, E., Rahmawati, T., & Saputra, D. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak UMKM di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 12(1), 67-79.

Widyanti, Y., Erlansyah, D., Butar, S. D. R. B., & Maulidya, Y. N. (2021). Pengaruh tingkat pemahaman, sanksi, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *MBIA*, 20(3), 285-294.

Yosi Yulia, Y., Putri, R., & Ramadhani, A. (2020). Efektivitas sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 55-66.

Yulia, Y., Andri, A., Permata, R., & Adawi, M. (2020). Pengetahuan perpajakan dan kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 20(2), 210-220.

Yulianti, L. N. (2022). Pengaruh sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan pemahaman insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 46-53.