

Analisis Pengaruh Pengetahuan Peraturan Perpajakan, Pelayanan Perpajakan, Dan Sosialisasi Perpajakan, Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Medan Kota)

Amran Manurung

Universitas HKBP Nommensen Medan

tambunanbonifasius@gmail.com

Bonifasius H. Tambunan

Universitas HKBP Nommensen Medan

tambunanbonifasius@gmail.com

Andalkris Laia

Universitas HKBP Nommensen Medan Medan

tambunanbonifasius@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.30596/14352>

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of knowledge of tax regulations, tax services, and tax socialization on taxpayer compliance with sanctions as a moderating variable at the Medan City Tax Service Office. The type of research used is causality. The population in this study are individual taxpayers who are registered at the Medan City Tax Service Office. The sampling method used in this study is non-probability sampling, namely incidental sampling. The type of data used in this research is primary data. The analytical method used is multiple linear regression analysis and interaction test. The results of this study indicate that knowledge of tax regulations, tax services, and tax socialization simultaneously have a significant effect on taxpayer compliance. Knowledge of tax regulations has a positive and significant effect on taxpayer compliance. Tax services have a positive and significant effect on taxpayer compliance. Tax socialization has a negative effect on taxpayer compliance.

Keyword: Knowledge of Tax Regulations, Tax Service, Tax Dissemination, Taxpayer Compliance.

Cara Sitasi: Manurung, A., Tambunan, B.H., Laia, A. (2023). Analisis Pengaruh Pengetahuan Peraturan Perpajakan, Pelayanan Perpajakan, Dan Sosialisasi Perpajakan, Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Medan Kota). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, vol 23(1), 1-10 <https://doi.org/10.30596/14352>

PENDAHULUAN

Pajak merupakan kontribusi yang wajib dan bersifat memaksa oleh orang pribadi atau badan kepada negara, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung namun untuk keperluan pelaksanaan pembangunan Negara di segala bidang dan digunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pemerintah terus berusaha menaikkan target penerimaan pajak dari tahun ke tahun agar program-program pemerintah dalam menjalankan

roda pemerintahan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Setiap tahun target penerimaan pajak terus mengalami peningkatan yang signifikan, pemerintah membuat upaya dan kebijakan untuk meningkatkan penerimaan pajak. Salah satu upaya pemerintah dalam memaksimalkan penerimaan pajak adalah dengan cara menerapkan sistem *self assessment* yaitu kepercayaan penuh dari pemerintah yang diberikan kepada wajib pajak untuk mendaftarkan diri, menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri berapa jumlah pajak yang harus dibayarkan. Sistem *self assessment* juga memiliki konsekuensi dalam penerapannya, yaitu membuat penerimaan pajak sangat bergantung kepada patuhnya wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak merupakan masalah klasik dihadapi oleh negara yang menerapkan sistem *self assessment*. Kepatuhan wajib pajak dapat didefinisikan sebagai suatu perilaku dari wajib pajak yang melaksanakan semua kewajiban perpajakannya dan menikmati semua hak perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku (James, 2002). Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Medan kota selalu berupaya meningkatkan pengetahuan dan pemahaman wajib pajak tentang dunia perpajakan. Wajib pajak dihimbau agar dapat aktif dalam mengurus pajaknya sendiri. Upaya yang dilakukan Kantor Pelayanan Pajak Medan kota adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman wajib pajak akan hak dan kewajibannya dengan memberikan sosialisasi perpajakan misalnya sosialisasi langsung dengan mendatangi sekolah-sekolah, perkantoran, dan bendahara SKPD di wilayah kerja KPP Medan kota. Upaya tersebut dilakukan dengan harapan wajib pajak patuh akan hak dan kewajibannya yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai sistem dan peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia. Sebab, dampak ketidakpatuhan wajib pajak dapat menimbulkan niat untuk melakukan praktik penghindaran pajak yang akan berdampak pada penerimaan negara.

Menurut (Sulasmiyati, 2015) pengetahuan pajak adalah informasi pajak yang dapat digunakan wajib pajak sebagai dasar untuk bertindak, mengambil keputusan dan untuk menempuh arah atau strategi tertentu sehubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajibannya di bidang perpajakan. Penguasaan terhadap peraturan perpajakan bagi wajib pajak akan meningkatkan kepatuhan kewajiban perpajakan. Wajib pajak akan berusaha menjalankan kewajibannya agar terhindar dari sanksi-sanksi yang berlaku dalam peraturan perpajakan (Zain, 2005). Adanya sosialisasi perpajakan diharapkan dapat menciptakan partisipasi yang efektif di masyarakat dalam memenuhi hak dan kewajiban sebagai wajib pajak. Selain dengan melakukan sosialisasi mengenai perpajakan pemerintah juga memberikan pelayanan perpajakan kepada wajib pajak dengan maksimal dengan tidak hanya memberikan pelayanan secara langsung namun juga secara *online*.

KAJIAN TEORI

Teori Atribusi

Teori atribusi dapat didefinisikan dengan mengenai persepsi seseorang dalam membuat penilaian tentang orang lain dan sangat dipengaruhi oleh kondisi internal maupun eksternal orang tersebut. Termasuk mengenai kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak akan berkaitan dengan sikap wajib pajak dalam membuat penilaian terhadap pajak itu sendiri. Pada dasarnya, teori atribusi menyatakan bahwa bila individu-individu mengamati perilaku seseorang, mereka mencoba untuk menentukan apakah itu ditimbulkan secara internal atau eksternal (Robbins, 2015). Perilaku yang disebabkan secara internal adalah perilaku yang diyakini berada di bawah kendali pribadi individu itu sendiri, sedangkan perilaku yang

disebabkan secara eksternal adalah perilaku yang dipengaruhi dari luar, artinya individu akan terpaksa berperilaku karena situasi.

Dalam penelitian ini teori atribusi relevan digunakan, karena menjelaskan faktor pengetahuan peraturan perpajakan, pelayanan perpajakan dan sosialisasi perpajakan dalam mempengaruhi peningkatan kepatuhan wajib pajak. Pelayanan dan Sosialisasi yang dilakukan oleh instansi perpajakan dapat memberikan persepsi dari dalam diri Wajib Pajak maupun kesan yang terbentuk dari lingkungan sekitar kepada instansi perpajakan yang tentunya akan mempengaruhi penilaian pribadi terhadap pajak itu sendiri. Kesan tersebut kemudian akan diwujudkan seseorang melalui tindakan apakah menjadi patuh atau tidak (Yahya et al., 2020).

Kepatuhan Wajib Pajak

Direktur Jenderal Pajak menjelaskan bahwa wajib pajak akan dianggap patuh apabila telah memenuhi kriteria tertentu (Fidel, 2010), yaitu;

1. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan, meliputi:
 - a. Surat Pemberitahuan Tahunan disampaikan tepat waktu dalam 3 (tiga) tahun terakhir;
 - b. Surat Pemberitahuan Masa yang penyampaian terlambat dalam tahun terakhir untuk Masa Pajak Januari sampai November tidak lebih dari 3 (tiga) Masa Pajak untuk setiap jenis pajak dan tidak berturut-turut; dan
 - c. Penyampaian Surat Pemberitahuan Masa yang terlambat sebagaimana dimaksud pada butir b) tidak lewat dari batas waktu Penyampaian Surat Pemberitahuan Masa Pajak berikutnya.
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak, meliputi keadaan pada 31 Desember tahun sebelum penetapan sebagai Wajib Pajak Patuh dan tidak termasuk utang pajak yang belum melewati batas akhir pelunasan. Laporan kondisi keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau Lembaga Pengawasan Kondisi keuangan Pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama 3 (tiga) tahun berturut-turut, dengan ketentuan;
 - a. Laporan Kondisi keuangan yang diaudit harus disusun dalam bentuk panjang (*Long form report*) dan menyajikan rekonsiliasi laba rugi komersial dan fiskal bagi wajib pajak yang wajib menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan; dan
 - b. Pendapat Akuntan atas Laporan Kondisi keuangan yang diaudit ditandatangani oleh.
 - c. Akuntan Publik yang tidak sedang dalam pembinaan lembaga pemerintah pengawas Akuntan Publik.
3. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bagian perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir.

Pengetahuan Peraturan Perpajakan

Pengetahuan dan pemahaman akan perpajakan merupakan proses di mana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan tersebut untuk membayar pajak. Wajib pajak mampu mengerti dan memahami tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan (KUP) meliputi tentang cara menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT), pembayaran, tempat pembayaran, denda dan batas waktu pembayaran atau pelaporan

SPT. Pengetahuan dan pemahaman wajib pajak mengenai peraturan perpajakan berkaitan dengan persepsi wajib pajak dalam menentukan perilakunya (*perceived control behavior*) dalam kepatuhan untuk membayar pajak. Semakin tinggi pengetahuan dan pemahaman wajib pajak, maka wajib pajak dapat menentukan perilakunya dengan lebih baik dan sesuai dengan ketentuan perpajakan sehingga wajib pajak memiliki tingkat kepatuhan yang tinggi. Namun, jika wajib pajak tidak mengerti mengenai peraturan dan proses perpajakan, maka wajib pajak tidak dapat menentukan perilakunya dengan tepat sehingga kepatuhan yang dimiliki wajib pajak rendah.

Pelayanan Perpajakan

Pelayanan adalah cara melayani (membantu mengurus atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang. Sementara pelayanan fiskus dapat diartikan sebagai cara petugas pajak dalam membantu mengurus atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang yang dalam hal ini adalah wajib pajak (Jatmiko, n.d.) Wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya membayar pajak tergantung pada bagaimana petugas pajak memberikan mutu pelayanan yang terbaik kepada wajib pajak. Fiskus diharapkan memiliki kompetensi dalam arti memiliki keahlian (*skill*), pengetahuan (*knowledge*) dan pengalaman (*experience*) dalam hal kebijakan perpajakan, administrasi pajak dan perundang-undangan perpajakan. Wajib pajak cenderung akan melaksanakan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku, jika wajib pajak merasa puas atas pelayanan yang diberikan kepadanya. Pelayanan publik hendaknya selalu memiliki kompetensi dalam artian memiliki keahlian, pengetahuan dan pengalaman dalam hal kebijakan, administrasi dan perundang-undangan perpajakan (Ayu & Sari, 2017).

Theory of Planned Behaviour

Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa perilaku wajib pajak yang tidak patuh (*noncompliance*) sangat dipengaruhi oleh variabel dari sikap, norma subjektif, serta kontrol perilaku yang dipersepsikan. Perilaku yang ditimbulkan oleh individu muncul karena adanya niat untuk berperilaku (Anjani & M.M.D, 2016). Theory of planned behavior yang dikemukakan oleh Ajzen menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung (melalui niat) terhadap perilaku (Hidayat, Widi Nugroho, 2010). Perilaku yang dimunculkan oleh individu timbul karena adanya niat untuk berperilaku. Sedangkan munculnya niat berperilaku ditentukan oleh 3 faktor penentu, yaitu *behavioral beliefs*, *normative beliefs*, dan *control beliefs*. Secara berurutan, *behavioral beliefs* menghasilkan sikap dan niat terhadap perilaku positif atau negatif, *normative beliefs* menghasilkan tekanan sosial yang dipersepsikan dan *control beliefs* menghasilkan kontrol perilaku yang dipersepsikan (Anjani & M.M.D, 2016). Kepatuhan menunaikan kewajiban bagi Wajib pajak Orang Pribadi merupakan perilaku individu. Dalam theory of planned behavior (TPB) yang diperkenalkan oleh Ajzen pada tahun 1988, menjelaskan bahwa perilaku seseorang sebagai fungsi dari niat (*intention*). Niat (*intention*) seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikapnya terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*) (Anjani & M.M.D, 2016).

Theory of Planned Behavior ini relevan untuk menjelaskan perilaku patuh wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya membayar pajak dan melaporkan pajak. Adanya niat dari dalam diri wajib pajak dapat ditingkatkan dengan adanya Sosialisasi perpajakan untuk menambah kesadaran wajib pajak mengenai peraturan perpajakan. Selain itu, kesadaran wajib

pajak juga dapat membuat wajib pajak enggan untuk melanggar peraturan perpajakan, sehingga dapat memaksimalkan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak

Sosialisasi Perpajakan

Dirjen Pajak melakukan sosialisasi perpajakan adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan perpajakan. Dalam Surat Edaran Dirjen Pajak No. SE-98/PJ/2011 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Kerja dan Laporan Kegiatan Penyuluhan Perpajakan Unit Vertikal di Lingkungan Direktorat Jenderal Pajak Ditjen Pajak memberikan beberapa poin terkait indikator sosialisasi di mana kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan kesadaran dan rasa peduli terhadap pajak yang dimodifikasi dari pengembangan program pelayanan perpajakan (Ananda, Kumadji, & Husain, 2015). Penyuluhan sosialisasi yang dibentuk oleh Dirjen Pajak dengan menggunakan media cetak atau media elektronik menyangkut penyuluhan peraturan perpajakan kepada Wajib Pajak.

1. Berdiskusi langsung dengan Wajib Pajak dan tokoh masyarakat
2. Informasi langsung dari petugas (fiskus) ke Wajib Pajak
3. Pemasangan iklan
4. *Website* Dirjen pajak

Menurut (Winerungan, 2013) Strategi Sosialisasi Perpajakan, yaitu:

1. Publikasi (Publication)
Adalah aktivitas publikasi yang dilakukan melalui media komunikasi baik melalui media cetak seperti surat kabar, majalah maupun media audiovisual seperti radio ataupun televisi.
2. Kegiatan (Event) Institusi pajak
Melibatkan diri pada penyelenggaraan aktivitas-aktivitas tertentu yang dihubungkan dengan program peningkatan kesadaran masyarakat akan perpajakan pada momen-momen tertentu. Contohnya : kegiatan olahraga, hari-hari libur nasional dan lain sebagainya.
3. Pemberitaan (News)
Menjadi bahan berita dalam arti positif, sehingga menjadi sarana promosi yang efektif. Pajak dapat disosialisasikan dalam bentuk berita kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat lebih cepat menerima informasi tentang pajak.
4. Keterlibatan Komunitas (Community Involvement)
Melibatkan komunitas pada dasarnya adalah cara untuk mendekatkan institusi pajak dengan masyarakat, dimana iklim budaya Indonesia masih menghendaki adat ketimuran untuk bersilaturahmi dengan tokoh-tokoh setempat sebelum institusi pajak dibuka.
5. Pencantuman Identitas (Identity)
Berkaitan dengan pencantuman logo otoritas pajak pada berbagai media yang ditujukan sebagai sarana promosi.
6. Pendekatan Pribadi (Lobbying)
Pengertian Lobbying adalah pendekatan pribadi yang dilakukan secara informal untuk mencapai tujuan tertentu.
Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh aparatur pajak, sebagaimana yang dikemukakan (Bobek, D., & Ratdke, 2007) menyarankan bahwa, agar paling efektif,

program pelatihan harus memasukkan pelatihan etika formal yang menggunakan skenario terkait pajak tertentu. diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Dikarenakan sosialisasi yang dilakukan telah memberikan informasi yang lengkap dan mudah mengenai cara dalam melaporkan pajaknya. Sosialisasi tidak hanya membentuk rasa kewajiban awal (kebaikan), tetapi juga tingkat di mana individu belajar untuk memutuskan kewajiban yang memiliki hubungan timbal balik (Scholz & Laubell, 1998).

METODE

Jenis penelitian yang dilakukan adalah asosiatif yang bersifat kausal. Metode penelitian menggunakan metode survey dengan kuesioner. Dalam kuesioner tersebut, variabel pengetahuan perpajakan diukur dengan 8 pertanyaan, variabel pelayanan perpajakan diukur dengan 8 pertanyaan, variabel sosialisasi perpajakan diukur dengan 9 pertanyaan, dan variabel kepatuhan wajib pajak diukur dengan 10 pertanyaan. Populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Medan kota. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara *nonprobability sampling* yaitu *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang dianggap kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012) Sehingga sampel dibatasi hanya 100 orang saja. Metode analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple Regression Analysis*) dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dari 100 kuesioner yang disebar pada KPP Medan kota sebanyak 100 kuesioner yang dikembalikan atau tingkat pengembaliannya sebesar 100% sehingga data yang siap diolah adalah 100 kuesioner atau dengan persentase 100%. Responden pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 42 orang atau 42%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan ada 58 orang atau 58%. Responden pada penelitian ini berdasarkan usia responden berjumlah 100 orang dapat diketahui bahwa responden yang berusia 21-30 tahun berjumlah 50 orang atau 50%, responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 24 orang atau 24%, responden yang berusia 41-50 tahun berjumlah 15 orang atau 15%, responden yang berusia >50 tahun berjumlah 11 orang atau 11%. Responden pada penelitian ini berdasarkan pekerjaan yaitu PNS berjumlah 42%, karyawan swasta berjumlah 19 orang atau 19%, pegawai BUMN berjumlah 3 orang atau 3%, wiraswasta berjumlah 25 orang atau 25%, lainnya berjumlah 24 orang atau 24%. responden pada penelitian ini berdasarkan Pendidikan yaitu SMA berjumlah 20 orang atau 20%, D-3 berjumlah 15 orang atau 15%, S-1 berjumlah 33 orang atau 33%, S-2 berjumlah 6 orang atau 6%, lainnya berjumlah 26 orang atau 26%. responden pada penelitian ini berdasarkan penghasilan perbulan yaitu 1 juta-5 juta berjumlah 56 orang atau 56%, 6 juta-10 juta berjumlah 29 orang atau 29%, 11 juta-15 juta berjumlah 2 orang atau 2%, 16 juta-20 juta berjumlah 8 orang atau 8%, > 21 juta berjumlah 5 orang atau 5%.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized		Collinearity	
		Coefficients	Std. Error	Coefficients	t	Toleranc	VIF
1	(Constant)	.745	1.344		.554	.581	
	Pengatahuan Pajak	.059	.023	.050	2,624	.010	1,142
	Pelayanan Perpajakan	1,138	.022	.969	51,250	.000	1,132
	Sosialisasi Perpajakan	-.004	.033	-.002	-,113	.910	1,078

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan tabel diatas diperoleh regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 0,745 + 0,059 X_1 + 1,138 X_2 - 0,004 X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 0,745 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan peraturan perpajakan, pelayanan perpajakan, dan sosialisasi perpajakan jika nilainya 0 maka kepatuhan wajib pajak akan bernilai 0,745.
2. Koefisien pengetahuan peraturan perpajakan memberikan nilai 0,059 dengan nilai positif yang berarti bahwa setiap peningkatan pengetahuan peraturan perpajakan sebesar 1 kali maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat sebesar 0,059 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
3. Koefisien pelayanan perpajakan memberikan nilai 1,138 dengan nilai positif yang berarti bahwa setiap peningkatan pelayanan perpajakan sebesar 1 kali maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat sebesar 1,138 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
4. Koefisien sosialisasi perpajakan memberikan nilai -0,004 dengan nilai negatif, yang berarti bahwa setiap peningkatan sosialisasi perpajakan sebesar 1 kali maka kepatuhan wajib pajak akan menurun sebesar 0,004 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 4. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4038,340	3	1346,113	1022,284	,000 ^b
	Residual	126,410	96	1,317		
	Total	4164,750	99			

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

b. Predictors: (Constant), Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Perpajakan, Pengatahuan Pajak

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa F_{tabel} sebesar 1022,282 sedangkan F_{tabel}

2,467 yang dapat dilihat pada $\alpha = 0,05$. Probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini pengetahuan peraturan perpajakan, pelayanan perpajakan, dan sosialisasi perpajakan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Maka hipotesis sebelumnya adalah Terima H_a (tolak H_o) atau hipotesis diterima.

Uji t

Tabel 5. Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	,745	1,344		,554	,581		
Pengetahuan Pajak	,059	,023	,050	2,624	,010	,876	1,142
Pelayanan Perpajakan	1,138	,022	,969	51,250	,000	,884	1,132
Sosialisasi Perpajakan	-,004	,033	-,002	-,113	,910	,928	1,078

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas maka pengaruh masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel Pengetahuan Pajak (X_1). Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara pengetahuan peraturan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak diperoleh $t_{\text{hitung}} (2,624) > t_{\text{tabel}} (1,661)$ dengan taraf signifikan $0,010 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_o ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan peraturan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.
2. Variabel Pelayanan Perpajakan (X_2). Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak diperoleh $t_{\text{hitung}} (51,250) > t_{\text{tabel}} (1,661)$ dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_o ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.
3. Variabel Sosialisasi Perpajakan (X_3). Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak diperoleh $t_{\text{hitung}} (-0,113) < t_{\text{tabel}} (1,661)$ dengan taraf signifikan $0,910 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_o diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Koefisien Determinasi

(R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,985 ^a	,970	,969	1,14751	2,025

a. Predictors: (Constant), Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Perpajakan,

Pengatahuan Pajak b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Dari tabel 6. dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) dapat dilihat adanya pengaruh yang kuat antara pengetahuan peraturan perpajakan, pelayanan perpajakan, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 0,97 atau 97%. Sedangkan sisanya 3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Pengetahuan peraturan perpajakan, pelayanan perpajakan, dan sosialisasi perpajakan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pengetahuan peraturan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pelayanan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak.

REFERENSI

- Anjani, D. N. & M.M.D, R. (2016). Studi Empiris Theory Of Planned Behavior Dan Pengaruh Kewajiban Moral Pada Perilaku Ketidakpatuhan Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 1(2).
- Ayu, V., & Sari, P. (2017). Pengaruh Tax Amnesty, Pengetahuan Perpajakan, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(2), 745–760.
- Bobek, D., & Ratdke, R. (2007). An Experiential Investigation of Tax Professionals' Ethical Environments. *Journal of the American Taxation Association*, 29(2), 63–84.
- Fidel. (2010). *Cara Mudah & Praktis Memahami Masalah-Masalah Perpajakan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Hidayat, Widi Nugroho, A. A. (2010). Studi Empiris Theory of Planned Behavior dan Pengaruh Kewajiban Moral pada Perilaku Ketidakpatuhan Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2).
- James, S. & N. C. (2002). Tax Compliance, Self-Assessment And Tax Administration. *MPRA Paper* 269006.
- Jatmiko, A. (n.d.). Pengaruh Sikap Wajib Pajak Pada Pelaksanaan Sanksi Denda, Pelayanan Fiskus, Dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Semarang. *Tesis Program Pasca Sarjana Magister Sains Ilmu Akuntansi Universitas Diponegoro*.

- Robbins, S. (2015). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat.
- Scholz, J., & Laubell, M. (1998). Adaptive Political Attitudes: Duty, Trust, and Fear as Monitors of Tax Policy. *American Journal of Political Science*, 42(3).
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sulasmiyati, D. H. (2015). Pengaruh Pengetahuan Pajak dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *JAB Universitas Brawijaya*, 5(1).
- Winerungan, O. L. (2013). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wpop Di Kpp Manado Dan Kpp Bitung. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 960–970.
- Yahya, L., Abba, M., & Suleiman, N. (2020). Influence of Corporate Taxpayers Knowledge on Tax Compliance Behaviour under Self-assessment System in Nigeria. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 5(5).
- Zain, M. (2005). *Manajemen Perpajakan* (2nd ed.). Salemba Empat.