

PERAN KESADARAN WAJIB PAJAK PADA PENGARUH SOSIALISASI DAN INOVASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK (SURVEI PADA WAJIB PAJAK UMKM DI KOTA MAKASSAR)

Sumatriani¹⁾, Syahria Sari¹⁾, Mawardi¹⁾, A.Wira Hadi Kusuma²⁾, Indah Dwi Lestari²⁾

¹⁾ Dosen Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

²⁾ Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

ABSTRACT

The aims of this study are to examine and analyze: The effect of tax socialization on taxpayer awareness and compliance, The effect of tax innovation on taxpayer awareness and compliance, The role of taxpayer awareness in the effect of tax socialization on taxpayer compliance, The role of taxpayer awareness in the effect of tax innovation on taxpayer compliance. The benefit of the research is to see the extent of tax education carried out by the DJP through socialization and innovation of tax administration. The method that will be used to achieve the goal is to conduct research on UMKM in Makassar City. Analysis tools using SEM AMOS. The results show that socialization has an effect on taxpayer awareness and compliance. Innovation has an effect on awareness, but does not affect taxpayer compliance. Awareness partially moderates the effect of socialization on taxpayer compliance. Full moderating awareness on the effect of socialization on taxpayer compliance.

Keywords: *UMKM, Income Tax, Taxpayer Awareness and Compliance*

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia sejak terjadinya pandemi pada awal tahun 2020 mengalami keterlambatan. Data kementerian keuangan, perekonomian nasional pada kuartal III tumbuh hanya sebesar minus 3,49%. Namun terdapat hal lain yang menggembirakan, yaitu munculnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Banyak pelaku usaha yang mencoba peruntungan dengan membuka bisnis dari skala kecil hingga menengah. Munculnya UMKM tidak sebanding dengan angka kepatuhan pajak yang tercatat pada Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Akhir tahun 2020, DJP hanya menerima 14,6 juta Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) dari 19 juta wajib pajak yang seharusnya menyampaikan SPT. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak masih rendah. Persentase yang melaporkan SPT hanya sebesar 76,84%.

Tingkat kepatuhan yang rendah berdampak negatif bagi pendapatan negara untuk pembangunan. Dimana sumber pendapatan negara dari pajak memberikan kontribusi yang paling besar dibanding sumber-sumber pendapatan negara lainnya. Kontribusi pendapatan pajak bagi negara mencapai diatas 80%. Ini menunjukkan tingkat ketergantungan negara terhadap penerimaan pajak. Rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak dapat disebabkan minimnya sosialisasi dan inovasi administrasi perpajakan yang diterima masyarakat. Sosialisasi perpajakan dapat meliputi peraturan-peraturan perpajakan tentang UMKM dan kerugian yang dapat dialami pelaku usaha apabila tidak melakukan kewajiban perpajakan dengan benar. Seperti dikenakan sanksi perpajakan, sulit untuk membuat izin usaha, tidak bisa melakukan transaksi penjualan dan lain sebagainya. Selain itu juga inovasi perpajakan yang terkait kemudahan layanan pajak dan akses informasi tentang pajak. Inovasi dalam pembayaran pajak, pelaporan pajak, dan penggunaan faktur pajak. Adanya inovasi-inovasi ini dapat memberikan kesadaran bagi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban dan hak perpajakannya. Penelitian-penelitian yang menggunakan variabel yang sama sudah banyak dilakukan, namun penelitian sebelumnya menggunakan variabel kesadaran wajib pajak sebagai variabel independen. Penelitian ini menggunakan variabel kesadaran sebagai mediasi atau intervening. Peneliti melihat bahwa kesadaran pajak bukan merupakan variabel independen tetapi dipengaruhi oleh variabel lain. Untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak maka terlebih dahulu adalah dengan menanamkan kesadaran (*awereness*) kepada wajib pajak.

Masalah penelitian adalah Apakah sosialisasi dan inovasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran dan kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Makassar. Apakah kesadaran wajib pajak berperan dalam memediasi pada pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Makassar. Apakah kesadaran wajib pajak berperan dalam memediasi pada pengaruh inovasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Makassar. Tujuan pada penelitian ini adalah menguji dan menganalisis peran kesadaran wajib pajak dalam peningkatan kepatuhan wajib pajak.

¹ Korespondensi penulis : Sumatriani, Telp 081342426787, sumatriani@poliupg.ac.id

Melalui kajian ini dapat memberikan kontribusi minimal dalam dua hal yaitu: pertama, kontribusi dalam ilmu pengetahuan yaitu memberikan konsep atau teori yang dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak; kedua, pihak Direktorat Jenderal Pajak dapat menilai sejauhmana keberhasilan dan kebermanfaatannya sosialisasi dan inovasi perpajakan yang telah dilakukan selama ini, serta peran kesadaran pajak pada pengaruh sosialisasi dan inovasi terhadap kepatuhan wajib pajak.

1.1. Teori Atribusi (*Atribution Theory*)

Perilaku seseorang itu ditentukan oleh kombinasi antara kekuatan internal (*internal forces*) yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, misalnya kemampuan atau usaha dan kekuatan eksternal, yaitu faktor-faktor yang berasal dari luar, misalnya kesulitan tugas dan keberuntungan [1]. Kaitan teori dasar ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu dari aspek kekuatan eksternal. Sosialisasi pajak yang dilakukan oleh DJP dan inovasi administrasi perpajakan merupakan faktor eksternal yang dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi akan memberikan edukasi perpajakan kepada wajib pajak sehingga dapat memahami dan mengetahui pentingnya pajak dan tata cara penghitungan, pembayaran, dan pelaporan perpajakan. Inovasi administrasi perpajakan akan memberikan kemudahan bagi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

1.2. Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*)

Penerimaan individual terhadap teknologi informasi dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* ditentukan oleh dua konstruk yaitu Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*). Seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi bermanfaat atau berguna baginya maka dia akan menggunakannya, dan sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi kurang berguna bagi dirinya maka dia tidak akan menggunakannya. Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha [2]. Jika seseorang merasa percaya bahwa system informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya, sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa system informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Penelitian Sumatriani menemukan persepsi kebermanfaatannya dan kemudahan penggunaan meningkatkan kepatuhan wajib pajak [3].

1.3. Pajak Penghasilan UMKM

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pasal 1 mendefinisikan tiga jenis usaha tersebut yaitu : Usaha mikro yakni usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan. Usaha kecil dimaknai sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan. Juga bukan pula cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari usaha menengah atau usaha besar secara langsung maupun tidak. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan.

Pajak penghasilan untuk UMKM yaitu merujuk pada Peraturan Pemerintah (PP) No. 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. Pengenaan PPh untuk UMKM dikenakan pada wajib pajak pribadi dan badan yang memiliki omzet usaha kurang dari 4,8 miliar dalam satu tahun pajak. Tarif pajaknya sebesar 5% dari peredaran bruto.

1.4. Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi adalah program-program yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat [4]. Sosialisasi tentang pajak, diharapkan dapat membuat wajib pajak mengetahui, memahami, dan menyadari pentingnya pajak bagi pembangunan [5]. Sosialisasi perpajakan adalah pemberian wawasan dan pembinaan kepada wajib pajak agar mengetahui segala hal mengenai perpajakan sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak [6]. Sosialisasi perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak [7]. Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dengan indikator, penyelenggaraan sosialisasi, media sosialisasi, dan manfaat sosialisasi [8].

1.5. Inovasi Perpajakan

Menurut Oslo yang dikutip oleh Zuhail menyatakan bahwa inovasi memiliki aspek yang luas karena dapat berupa barang atau jasa, proses, metode pemasaran atau metode organisasi yang baru atau telah mengalami pembaharuan yang pernah dihadapi oleh organisasi [9]. Elitan dan Anatan memberikan definisi inovasi sebagai perubahan yang dilakukan dalam organisasi yang didalamnya mencakup kreativitas dalam menciptakan produk baru, jasa, ide, atau proses baru [10]. Begitu juga dalam organisasi perpajakan diperlukan suatu inovasi dalam hal perpajakan seperti inovasi dalam pembayaran pajak dengan menggunakan e-billing.

Pelaporan pajak dengan e-filing dan faktur pajak dengan e-faktur. Inovasi yang dilakukan ini dapat berdampak pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Sari, menemukan bahwa E-filing, E-Billing, dan E-Faktur memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak badan [11]. Sudrajat dan Arles, menemukan bahwa pemanfaatan teknologi informasi, sosialisasi pajak, dan pengetahuan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak [12].

1.6. Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak adalah kerelaan memenuhi kewajibannya, termasuk rela memberikan kontribusi dana untuk pelaksanaan fungsi pemerintah dengan cara membayar pajaknya [13]. Utomo menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak dapat dilihat dalam hal: 1. Kesadaran wajib pajak terhadap kewajiban membayar pajak; 2. Kesadaran wajib pajak terhadap kebijakan pajak; 3. Kesadaran wajib pajak untuk memberikan informasi [14]. Kesadaran perpajakan wajib pajak menurut Muliari adalah sebagai berikut: 1. Mengetahui adanya undang-undang dan ketentuan perpajakan; 2. Mengetahui fungsi pajak untuk pembiayaan negara; 3. Memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan berlaku; 4. Menghitung, membayar, dan melaporkan pajak dengan benar [15]. Kesumasari dan Suardana menemukan bahwa kesadaran berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak [16].

1.7. Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak menurut Rohmawati dkk adalah kondisi dimana wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakan [17]. Muliari dan Setiawan, mendefinisikan kepatuhan pajak sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Gunadi memberikan pengertian kepatuhan wajib pajak adalah bahwa wajib pajak mempunyai kesediaan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan aturan yang berlaku tanpa perlu diadakan pemeriksaan, investigasi seksama, peringatan atau ancaman dan penerapan sanksi baik hukum maupun administrasi [18]. Wardani dan Erma dalam penelitiannya menggunakan indikator kepatuhan wajib pajak yaitu mendaftar, menghitung, membayar, dan melaporkan.

2. METODE PENELITIAN

Kajian ini merupakan penelitian lapangan guna memperoleh gambaran kebermanfaatan sosialisasi perpajakan, inovasi administrasi perpajakan, tingkat kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat penjelasan (*explanatory research*) karena merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis.

Populasi adalah UMKM orang pribadi atau badan yang melakukan pekerjaan bebas yang berada di kota Makassar. Jumlah UMKM di Kota Makassar sebanyak 13.277 yang terdaftar tahun 2019. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang dikutip Sekaran (2014). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner, Observasi (pengamatan), Wawancara dilakukan kepada wajib pajak UMKM tentang obyek penelitian untuk mendukung jawaban responden di kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah SEM AMOS.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

A. Pengaruh Langsung

Pengaruh langsung adalah pengaruh yang langsung diukur dari satu variabel ke variabel lainnya. Terdapat lima pengaruh langsung yang diuji dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung dalam Struktural Model

Pengaruh Langsung	Koefisien Standardize	P-value	Kesimpulan
Sosialisasi → Kesadaran	0,357	0.013	Signifikan
Inovasi → Kesadaran	0,710	0.000	Signifikan
Kesadaran → Kepatuhan WP	0,617	0.009	Signifikan
Sosialisasi → Kepatuhan WP	0,497	0.003	Signifikan
Inovasi → Kepatuhan WP	0,016	0.941	Tidak Signifikan

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengaruh langsung antara inovasi perpajakan terhadap kesadaran wajib pajak, diperoleh nilai koefisien *standardize* sebesar 0.710, dengan p-value sebesar 0,000. Karena p-value < 0.05, maka terdapat pengaruh

langsung yang signifikan antara inovasi perpajakan terhadap kesadaran wajib pajak. Nilai koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah atau berbanding lurus.

2. Pengaruh langsung antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, diperoleh nilai koefisien *standardize* sebesar 0.671, dengan p-value sebesar 0,009. Karena p-value < 0.05, maka terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara kesadaran terhadap kepatuhan wajib pajak. Nilai koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah atau berbanding lurus.
3. Pengaruh langsung antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, diperoleh nilai koefisien *standardize* sebesar 0.497, dengan p-value sebesar 0,003. Karena p-value < 0.05, maka terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Nilai koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah atau berbanding lurus.
4. Pengaruh langsung antara inovasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, diperoleh nilai koefisien *standardize* sebesar 0.016, dengan p-value sebesar 0,947. Karena p-value < 0.05, maka tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara inovasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Nilai koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah atau berbanding lurus.

B. Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh tidak langsung adalah pengaruh yang diukur secara tidak langsung pada satu variabel ke variabel lainnya melalui variabel perantara. Koefisien pengaruh tidak langsung diperoleh dari hasil kali kedua pengaruh langsung. Jika kedua koefisien pengaruh langsung signifikan, maka koefisien pengaruh tidak langsung juga signifikan. Akan tetapi jika salah satu atau kedua koefisien pengaruh langsung tidak signifikan, maka koefisien pengaruh tidak langsung tidak signifikan.

Tabel 2. Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung dalam Struktural model

Pengaruh Tidak Langsung	Pengujian		Kesimpulan
	Pengaruh Langsung 1	Pengaruh Langsung 2	
$X_1 \rightarrow Z \rightarrow Y$ Koefisien: 0,357x 0.617= 0.220	$X_1 \rightarrow Z$ Koef: 0.357 Signifikan	$Z \rightarrow Y$ Koef: 0.617 Signifikan	Signifikan
$X_2 \rightarrow Z \rightarrow Y$ Koefisien: 0.710 x 0.617= 0.438	$X_2 \rightarrow Z$ Koef: 0.267 Signifikan	$Z \rightarrow Y$ Koef: 0.617 Signifikan	Signifikan

1. Pengaruh tidak langsung sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, melalui kesadaran wajib pajak, diperoleh besarnya koefisien sebesar 0.220. Kedua pengaruh langsung yaitu antara sosialisasi perpajakan terhadap kesadaran wajib pajak dan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak signifikan, maka pengaruh tidak langsung sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, melalui perantara kesadaran wajib adalah signifikan. Nilai koefisien bertanda positif, mengindikasikan bahwa semakin tinggi nilai sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak meningkatkan nilai kepatuhan wajib pajak. Mengingat pengaruh langsung sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak signifikan, maka peran kesadaran wajib pajak bersifat mediasi parsial dalam hubungan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.
2. Pengaruh tidak langsung antara inovasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, melalui perantara kesadaran wajib pajak, diperoleh besarnya koefisien sebesar 0.438. Kedua pengaruh langsung yaitu antara inovasi perpajakan terhadap kesadaran wajib pajak dan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak adalah signifikan, maka pengaruh tidak langsung antara inovasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, melalui perantara kesadaran wajib adalah signifikan. Nilai koefisien pengaruh tidak langsung yang bertanda positif, mengindikasikan bahwa semakin tinggi nilai inovasi perpajakan, akan mengakibatkan semakin tinggi nilai kepatuhan wajib pajak dan semakin meningkat ketika kesadaran meningkat. Mengingat pengaruh langsung inovasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak tidak signifikan, maka peran kesadaran wajib pajak bersifat mediasi penuh dalam hubungan inovasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti bahwa inovasi perpajakan akan mempengaruhi kepatuhan ketika melalui kesadaran wajib pajak.

3. PEMBAHASAN

3.1. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan sosialisasi perpajakan dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi merupakan salah satu bentuk edukasi perpajakan yang dilakukan oleh DJP kepada wajib pajak UMKM. Keefektifan dan kebermanfaatannya pelaksanaan sosialisasi ini dapat dilihat dari tiga indikator yaitu penyelenggaraan sosialisasi, media sosialisasi, dan manfaat sosialisasi. Penyelenggaraan yaitu pihak pajak memberikan informasi rutin ketika ada peraturan-peraturan pajak yang baru, memberikan kesempatan bertanya kepada wajib pajak ketika mendapat kesulitan dalam perpajakan. Pihak pajak harus mampu memberikan penjelasan dan pemahaman tentang pajak kepada wajib pajak. Media sosialisasi dapat juga menentukan keberhasilan sosialisasi. Media sosial dapat melalui media cetak Koran, majalah, spanduk, dan media elektronik melalui website pajak. Kemudahan mengakses informasi perpajakan. Pihak pajak juga harus melakukan penyuluhan pajak untuk menyampaikan informasi dan memberikan motivasi kepada wajib pajak agar patuh membayar pajak dan melaporkan SPT.

3.2. Pengaruh Inovasi Perpajakan Terhadap Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian hipotesis ditemukan inovasi perpajakan dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Inovasi diukur dengan tiga indikator yaitu E-billing, E-filling, dan E-faktur. E-billing merupakan sistem pembayaran pajak. Kemudahan untuk melakukan pembayaran pajak, pembayaran dapat dilakukan kapan dan dimana, serta dapat meminimalisir kesalahan perpajakan akan meningkatkan kesadaran wajib pajak. E-filling yang merupakan sarana untuk melaporkan SPT Tahunan. E-filling dapat memudahkan wajib pajak melaporkan SPT Tahunan, meminimalkan biaya administrasi perpajakan, dan memberikan jaminan keamanan. E-faktur dapat memberikan kemudahan pembuatan faktur pajak, memberikan rasa nyaman dalam melakukan transaksi, serta memberikan jaminan keamanan dalam pembuatan faktur akan meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Inovasi-inovasi yang dilakukan pihak pajak dalam hal pembayaran, pelaporan, dan pembuatan faktur pajak secara online akan memberikan dampak terhadap kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak akan dengan kemauan sendiri untuk mendaptarkan NPWP dan memperoleh NPWP. Wajib pajak dapat melakukan penghitungan kewajiban pajak penghasilannya dengan benar. Wajib pajak selalu tepat waktu dalam membayar pajak baik pokok pajaknya maupun jika terjadi kekurangan pajak. Wajib pajak termotivasi untuk melaporkan SPT.

3.3. Peran Kesadaran Wajib Pajak berperan dalam Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa peran kesadaran wajib pajak dalam pengaruh sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak adalah moderasi parsial. Artinya peningkatan sosialisasi perpajakan berdampak terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak baik melalui kesadaran wajib pajak maupun tidak melalui. Pengaruh sosialisasi akan semakin meningkat ketika melalui kesadaran wajib pajak. Wajib pajak yang dikatakan memiliki kesadaran adalah wajib pajak yang menganggap bahwa membayar pajak merupakan bentuk pengabdian masyarakat kepada Negara dan sebagai bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan Negara. Wajib pajak sadar bahwa pajak ditetapkan dengan Undang-Undang dan pajak yang harus dibayar sesuai dengan peraturan pajak yang berlaku. Wajib pajak menyadari bahwa SPT harus sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.

3.4. Peran Kesadaran Wajib Pajak berperan dalam Pengaruh Inovasi Perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa peran kesadaran wajib pajak dalam pengaruh inovasi terhadap kepatuhan wajib pajak adalah moderasi penuh. Artinya peningkatan inovasi perpajakan berdampak terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak harus melalui kesadaran wajib pajak. Pengaruh inovasi akan memberikan dampak ketika melalui kesadaran wajib pajak. Oleh karena itu wajib pajak harus terlebih dahulu diberikan edukasi-edukasi, khususnya inovasi-inovasi perpajakan sehingga wajib pajak memiliki kesadaran tentang perpajakan.

Wajib pajak yang dikatakan memiliki kesadaran adalah wajib pajak yang menganggap bahwa membayar pajak merupakan bentuk pengabdian masyarakat kepada Negara dan sebagai bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan Negara. Wajib pajak sadar bahwa pajak ditetapkan dengan Undang-Undang

dan pajak yang harus dibayar sesuai dengan peraturan pajak yang berlaku. Wajib pajak menyadari bahwa SPT harus sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.

4. KESIMPULAN

Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan yang dilakukan meliputi penyelenggaraan, media sosialisasi, dan manfaat sosialisasi meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Inovasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak. Inovasi yang telah dilakukan pihak pajak yang meliputi E-Billing, E-Filling, dan E-Faktur akan meningkatkan kesadaran wajib pajak. Peran kesadaran wajib pajak dalam pengaruh sosialisasi terhadap kepatuhan adalah mediasi parsial. Sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh yang semakin besar ketika melalui kesadaran wajib pajak. Peran kesadaran wajib pajak dalam pengaruh inovasi terhadap kepatuhan adalah mediasi penuh. Artinya inovasi perpajakan memiliki pengaruh hanya ketika melalui kesadaran wajib pajak

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Heider, F. *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York. John Wiley & Sons.1958
- [2] Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Penerbit Andi. Yogyakarta. 2008
- [3] Sumatriani, Adam Rasid, dan Syahriah Sari. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran, dan Niat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M) PNUP*. 2019
- [4] Winerungan, Oktaviane Lidya. Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP di KPP Manado dan KPP Bitung. *Jurnal EMBA, Vol. 1 No.3*. 2013.
- [5] Puspita, Erna. Analisis Jalur Pengaruh Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bumi dan Bangunan Kota Kediri Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi, Vol. 1 No. 1*. 2016.
- [6] Lusia. Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Tingkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak Pada KPP Pratama Gresik Utara. Madura : Universitas Trunojoyo Madura. 2013.
- [7] Suryadi, Imam dan Sunarti. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi administrasi, Tingkat Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi Dalam Memenuhi Kewajibannya. *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*. Volume 8. No.1. 2016.
- [8] Wardani, Dewi Kusuma dan Erma Wati. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Nominal, Volume VII Nomor 1*. 2018.
- [9] Zuhail. *Gelombang Ekonomi Inovasi: Kesiapan Indonesia Berselancar di Era Ekonomi Baru*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama. 2013.
- [10] Elitan, Lena dan Anatan. *Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung :Alfabeta. 2009.
- [11] Sari, Rini Ratna Nafita. Pengaruh E-Filling, E-Billing, dan E-Faktur Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada KPP Pratama Kediri. *Jurnal Ekuivalensi*. Vol.5. No.1.
- [12] Sudrajat, Ajat dan Arles Parulian Ompusunggu. Pemanfaatan Teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Pengetahuan Perpajakan dan Kepatuhan Pajak. 2015.
- [13] Mintje, Megahsari, S. Pengaruh Sikap, Kesadaran, dan Pengetahuan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi Pemilik (UMKM) Dalam Memiliki NPWP. *Jurnal EMBA, Vol. 4 No*. 2016.
- [14] Utomo, Banyu Ageng Wahyu. Pengaruh Sikap, Kesadaran Wajib Pajak, dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan. 2011.
- [15] Muliari, Ni Ketut, Putu, Setiawan, Ery. Pengaruh Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak Pada Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Depansar Timur. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*. Depansar Timur: Volume 2, Nomor 1. 2011.
- [16] Kesumasari, Ni KadekIntania. Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran dan Pengetahuan Tax Amnesty Pada Kepatuhan WPOP di KPP Pratama Gianyar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 22.2. 2018.
- [17] Rohmawati, Lusia. Prasetyono dan Yuni Rimawati. Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Tingkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak Pribadi yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas pada KPP Pratama Gresik Utara). *Prosiding Simposium Nasional Perpajakan 4*. 2012.
- [18] Gunadi. *Panduan Komprehensif Pajak Penghasilan*. Edisi 2013. Jakarta : Bee Media Indonesia. 2013.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih Kepada Ditjen Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah memberikan dukungan dana untuk pelaksanaan penelitian dan kepada wajib pajak UMKM yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.