



ISSN (P) : 2086-4264

ISSN (E) : 2581-2343

Dewan Redaksi Jurnal Riset Akuntansi & Komputerisasi Akuntansi

Chife in Editor

Annafi Indra Tama, S.Pd.,M.Si
(Universitas Islam 45)

Intan Immanuella, SE.,M.SA
(Universitas Katolik Widya Mandala)

Vice Chife in Editor

Yuha Nadhirah Q. SE.,M.Ak
(Universitas Islam 45)

Andi Ina Yustina, SE.,M.Sc
(Universitas Presiden)

Vita Aprilina, SE.,M.Si.,AK.,CA
Hadi Mahmudah, SE.,M.Sc
Nurma Risa, SE.,M.Ak
(Universitas Islam 45)

Editorial Board

Reviewers

Prof.Dr. M. Nizarul Alim,
SE.,M.Si.,CA.
Univeristas Trunojoyo, Madura

Ahalik,
SE.,Ak.,M.Si.,Ak.,CMA.,CPMA.,CPSA
K.,DipIFR.,CPA.,CACP.,ACPA.,CA
Universitas Kalbe, Indonesia

Prof. Dr. Hj. Nunuy Nur Afiah,
SE.,M.S. Ak.
Univeristas Padjajaran

Ari Dewi Cahyati, SE.,M.SA
Univeristas Islam 45, Indonesia

Dr. Icuk Rangga Bawono,
SH.,SE.,M.Si.,MH.,Ak.,CA
Univeristas Jendral Soedirman

Aniek Murniati, S.Sos.M.SA
STIE ASIA Malang, Indonesia

Gafar Hafiz Sagala, S.Pd.,M.Sc
(Universitas Negeri Medan)

Kantor Redaksi

Gedung D, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam "45" Bekasi. Jl. Cut Meutia No.83
Bekasi. 17113. Telp/fax. (021) 88349033 (Direct); (021) 8808850 (Hunting), Ext. 130:
Fax. (021)8801192

Website: <http://jurnal.unismabekasi.ac.id/>; Email: jrak@unismabekasi.ac.id atau
jrakunisma@gmail.com

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pp 23 Tahun 2018 Tentang Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu Dengan Persepsi Keadilan Wajib Pajak Sebagai Variabel Pemoderasi

Tiara Asmarany¹, Trisandi Eka Putri², Ichi³

^{1) 2) 3)} Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang
trisandiekaputri@stiesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak PP 23 Tahun 2018 dengan persepsi keadilan pajak sebagai variabel pemoderasi di KPP Pratama Subang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data yaitu dengan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak yang memiliki usaha/UMKM yang berada di Kabupaten Subang, dan sampel dalam penelitian ini adalah wajib pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Subang yaitu sebanyak 155 responden. Pengujian hipotesis menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, selain itu secara simultan kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus, dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, dengan masuknya variabel pemoderasi yaitu persepsi keadilan pajak tidak memperkuat atau memperlemah kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, persepsi keadilan pajak tidak memperkuat atau memperlemah kualitas pelayanan fiskus dan persepsi keadilan pajak tidak memperkuat atau memperlemah sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci: Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Sosialisasi Perpajakan, Kepatuhan Wajib Pajak, Persepsi Keadilan Pajak

Abstract

This study aims to determine the effect of taxpayers awareness, tax service quality and tax socialization on PP 23 Year 2018 tax compliance with perceptions of tax fairness as a moderating variable on KPP Pratama Subang Tax Office. This study uses descriptive quantitative method using primary data. Data collection techniques are questionnaires. The population in this study

are taxpayers who have businesses/SMEs in Subang Regency, and samples in this study are SMEs taxpayers registered in KPP Pratama as many as 155 respondents. Hypothesis testing using multiple regression analysis and moderated regression analysis (MRA).

The results of this study indicate that taxpayers awareness has a positive effect on taxpayer compliance, tax service quality has a positive effect on taxpayer compliance, tax socialization has a positive effect on taxpayer compliance, in addition simultaneous awareness of taxpayer, quality of tax services, and influential tax socialization positive for taxpayer compliance. However, with the inclusion of moderating variables namely the perception of tax fairness does not strengthen or weaken the awareness of taxpayers on taxpayer compliance, perceptions of tax justice do not strengthen or weaken the quality of tax services and perceptions of tax fairness do not strengthen or weaken taxation socialization on tax compliance.

Keywords : tax awareness, quality of service tax officers, tax socialization, compliance taxpayers, perception of tax justice

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu Negara berkembang yang memiliki anggaran pendapatan bertumpu pada bidang pajak, kontribusi penerimaan pajak di Indonesia terhadap pendapatan negara yang tercatat pada tahun 2017 rata-rata mencapai 77,6% (www.kemenkeu.go.id). Anggaran Pendapatan Belanja Nasional (APBN) merupakan realisasi pembiayaan negara. Dimana dalam APBN yang menjadi sumber penerimaan Negara terbesar ada pada sektor perpajakan, maka Direktorat Jenderal Pajak (DJP) harus melaksanakan tugasnya dengan optimal dalam rangka membantu pemerintah untuk menaikkan tingkat penerimaan Negara terutama dalam sektor perpajakan.

Banyak usaha yang telah dilakukan oleh pemerintah terutama Direktorat Jenderal Pajak (DJP) supaya penerimaan negara dalam sektor perpajakan meningkat dengan cara melakukan perluasan dan intensifikasi pajak. Hal ini dilakukan untuk memperluas subjek dan objek pajak. Selain itu dengan adanya perubahan system pemungutan pajak sekarang telah berubah menjadi *self assestment* yang asalnya *official assessment*. Langkah ini diambil pemerintah untuk dapat terus memaksimalkan penerimaan Negara dari sektor perpajakan yang dikembangkan melalui penerbitan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 atau yang lebih umum dikenal dengan sebutan PP 46 tahun 2013 yang mengatur tentang pajak final 1% untuk wajib pajak dengan peredaran bruto tertentu. Namun, semenjak diberlakukannya PP Nomor 23 Tahun 2018 tarif pajaknya berubah yang semula 1% menjadi 0,5% dari peredaran bruto setiap bulannya. Sehingga kecil

kemungkinan untuk wajib pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melanggar kewajibannya dalam membayar pajak negara (www.forumpajak.org). Presiden Joko Widodo mengatakan bahwa dengan diberlakukannya tariff pajak yang baru sebesar 0,5% diharapkan dapat meringankan beban pajak UMKM supaya usaha mikro bisa tumbuh menjadi usaha kecil, usaha kecil juga bisa tumbuh menjadi usaha menengah, dan usaha menengah menjadi usaha yang besar (www.kemenkeu.go.id).

Dalam pertumbuhan ekonomi Negara, UMKM semakin menunjukkan peranannya. Dari total unit usaha di tahun 2017, total unit usaha UMKM mencapai angka sebesar 98,8% dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 96,99% dari total tenaga kerja, serta UMKM juga telah memberikan kontribusi untuk Produk Domestik Bruto sebesar 60,3%. Begitupun dengan data penerimaan pajak dari sektor UMKM kontribusinya semakin besar tercatat pada penerimaan tahun 2015 sebesar Rp. 3,4 triliun kemudian di tahun 2016 sebesar Rp. 4,4 triliun dan untuk tahun 2018 tercatat sebanyak Rp. 5,7 triliun.

Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Subang, mencatat bahwa jumlah perusahaan industri sebanyak 7.195 perusahaan di tahun 2016 dengan tenaga kerja sebanyak 25.461. Sektor perdagangan juga memiliki peran yang penting dalam mendongkrak perekonomian di Kabupaten Subang, yaitu sebagai sektor unggulan kedua setelah pertanian. Di Kabupaten Subang jumlah perusahaan dagang nasional tercatat ada 31.380 pedagang pada tahun 2016, yang terdiri dari 22.125 pedagang kecil, 9.047 pedagang partai menengah dan 208 pedagang besar (Nurjanah, 2018).

Bapak Presiden Joko Widodo pada tanggal 13 Juni 2015 meresmikan jalan tol jalur Cikopo-Palimanan (Cipali) yang melintasi Kabupaten Subang, sehingga akan memberikan dampak yang positif guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Subang. Dampak positifnya adalah terbukanya peluang untuk masyarakat melakukan kegiatan menjual atau memasarkan produk-produk khas Kabupaten Subang, selain itu masyarakatnya juga dituntut untuk berinovasi dan meningkatkan kreativitasnya agar bisa memanfaatkan peluang pangsa pasar ini. Tidak dapat di pungkiri dengan terbukanya peluang usaha yang ada pemerintah Kabupaten Subang

turut ikut serta dalam mendorong perekonomian yang akan meningkatkan pendapatan daerah dengan mendukung masyarakat untuk mendirikan UMKM.

Dengan potensi yang dimiliki Kabupaten Subang diharapkan masyarakatnya akan lebih meningkatkan kepatuhan perpajakannya terutama untuk wajib pajak yang memiliki usaha/berwirausaha/UMKM, dimana hal ini merupakan cara yang strategis dalam meningkatkan penerimaan negara terutama dalam sektor perpajakan. Data mengenai rasio kepatuhan wajib pajak terutama wajib pajak UMKM tahun 2015 sampai 2017 di KPP Pratama Subang menunjukkan jumlah wajib pajak yang melaporkan SPT belum mencapai dari target yang diharapkan. Hal ini menunjukkan adanya indikasi perilaku ketidakpatuhan dari wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya (KPP Pratama Subang).

Kajian mengenai hal tersebut penting dilakukan dalam rangka meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Beberapa faktor seperti kesadaran wajib pajak terutama wajib pajak UMKM, kualitas pelayanan fiskus dalam melayani kebutuhan wajib pajak, sosialisasi mengenai perpajakan dan persepsi keadilan pajak memungkinkan akan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya sebagai warga negara.

Nalendro (2014) mengatakan bahwa Penerimaan Negara akan terus meningkat dari pajak, apabila wajib pajak sadar untuk membayar kewajibannya dalam membayar pajak, karena setiap tahun ada peningkatan jumlah wajib pajak yang potensial (Suyanto dan Trisnawati, 2016). Kesadaran adalah kondisi dimana kita mengetahui atau mengerti akan suatu hal, dan perpajakan adalah hal mengenai pajak, sehingga dapat disimpulkan kesadaran perpajakan adalah kondisi dimana mengetahui dan mengerti perihal pajak (Jatmiko, 2006). Jika seorang wajib pajak telah memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak dengan hati nurani yang tulus dan ikhlas artinya dia telah menyadari pajak sangatlah penting dalam mendukung terwujudnya tujuan nasional dan tidak akan ada lagi ketidakpatuhan perpajakan (Susilawati dan Budiarta, 2013).

Pelayanan yang diberikan DJP pada sektor perpajakan bisa diartikan sebagai pelayanan untuk membantu wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Kualitas pelayanan fiskus bisa diartikan sebagai sistem petugas pajak untuk membantu,

mengurus atau menyiapkan semua keperluan yang dibutuhkan oleh wajib pajak (Jatmiko, 2006). Yang menjadi barometer keberhasilan DJP dan KPP yaitu dengan penyediaan layanan yang dapat membantu wajib pajak untuk patuh dalam membayar kewajiban perpajakannya. Kepatuhan wajib pajak akan meningkat jika layanan yang diberikan oleh fiskus baik (Syahril, 2013). Penelitian terdahulu yang meneliti tentang kualitas pelayanan fiskus membenarkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh pada tingkat kepatuhan wajib karena jika pelayanan yang diberikan petugas pajak itu baik cenderung membuat wajib pajak menjadi patuh untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya (Susmita dan Supadmi, 2016).

Sosialisasi perpajakan juga dapat meningkatkan jumlah wajib pajak dan mengakibatkan kepatuhan wajib pajak semakin meningkat sehingga berdampak pada Negara dimana penerimaan pajaknya semakin meningkat pula (Winerungan, 2013). Sosialisasi perpajakan bisa diartikan sebagai cara menyampaikan peraturan perpajakan agar bisa dipahami dan bisa diterapkan dalam kegiatan praktis di lapangan yang dilakukan secara terus-menerus (Andyastuti, Topowijono dan Husaini, 2013). Wajib pajak akan mengetahui pentingnya membayar pajak jika mereka diberikan sosialisasi mengenai pemahaman pajak yang baik dan benar (Wardani dan Wati, 2018). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Jannah (2016) dimana hasilnya menyatakan sosialisasi pajak yang intensif dapat meningkatkan pengetahuan calon wajib pajak mengenai perpajakan. Anwar (2015) dalam penelitiannya menemukan sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan perpajakan.

Menurut Collins, Millirion & Toy (1992) dalam Azmi dan Perumal (2008) *unfairness perception* dapat memengaruhi kepatuhan pajak. Pembayar pajak beranggapan bahwa sistem perpajakan tidak adil maka mereka akan cenderung menghindari untuk membayar pajak. Saefudin (2003) dalam Dharmawan (2011) menyebutkan dalam undang-undang pajak dan peraturan perpajakan tidak memuat tentang penghargaan yang akan diterima oleh wajib pajak yang taat, sanksi atau hukuman yang akan diberikan kepada wajib pajak jika sengaja tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya. Sehingga hal ini memunculkan persepsi ketidakadilan yang mendorong wajib pajak untuk melakukan penghindaran perpajakan. Untuk

menghindari hal tersebut, maka persepsi wajib pajak dalam keadilan harus ditingkatkan. Hal ini merupakan bagian pekerjaan dari pemerintah untuk bisa menjelaskan tentang peraturan perpajakan agar tidak adanya perbedaan persepsi keadilan antara pemerintah dengan wajib pajak. Diharapkan wajib pajak akan dengan sukarela membayar pajak jika mereka menganggap bahwa sistem perpajakan itu adil. Maka dari itu persepsi keadilan pajak dianggap sebagai hal yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Saridane (2012) membuktikan bahwa persepsi keadilan tentang system perpajakan secara parsial memiliki hubungan yang positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dimana jika persepsi wajib pajak tentang keadilan sistem pajak semakin tinggi, maka semakin tinggi juga kepatuhan perpajakannya.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian tentang kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dengan menjadikan persepsi keadilan pajak sebagai *moderating* pengaruh tersebut sangat penting untuk dianalisis. Hal ini menjadi alasan penulis untuk melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak PP 23 Tahun 2018 Dengan Persepsi Keadilan Pajak sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Subang)”.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak? (2) Apakah kualitas pelayanan fiskus berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak? (3) Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak? (4) Apakah kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus, dan sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak? (5) Apakah persepsi keadilan pajak akan memperkuat/memperlemah pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak? (6) Apakah persepsi keadilan pajak akan memperkuat/memperlemah pengaruh kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak? (7) Apakah persepsi keadilan pajak akan memperkuat/memperlemah pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak?

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak; (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak; (3) Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak; (4) Untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak; (5) Untuk mengetahui persepsi keadilan pajak akan memperkuat/memperlemah pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak; (6) Untuk mengetahui persepsi keadilan pajak akan memperkuat/memperlemah pengaruh kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak; (7) Untuk mengetahui persepsi keadilan pajak akan memperkuat/memperlemah pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perilaku Terencana/TPB (*Theory of Planned Behavior*)

Menurut teori TPB, manusia akan berperilaku masuk akal, jika mereka berpikir mengenai akibat yang akan ditimbulkan sebelum melakukan sesuatu (Ajzen, 1991). Teori ini merupakan kerangka untuk mempelajari bagaimana sikap manusia terhadap perilakunya. Perilaku seseorang akan dipengaruhi oleh faktor keputusan atau keinginannya untuk berperilaku tertentu. Dimana keputusan seseorang untuk berperilaku tertentu tersebut merupakan gabungan antara sikap yang menunjukkan perilaku dengan norma subjektifnya. Ada 3 faktor yang menjadi penentu niat seseorang untuk berperilaku tertentu, yaitu : Keyakinan berperilaku, Keyakinan Normatif, dan keyakinan kontrol. Keyakinan perilaku adalah keyakinan seseorang mengenai hasil yang mungkin terjadi atas perilaku yang dilakukannya dan penilaian atas hasil tersebut. Keyakinan ini akan memunculkan sikap atas perilaku yang baik dan buruk. Keyakinan normatif adalah keyakinan mengenai harapan normatif dari orang lain dan motivasi untuk mencapai harapan tersebut, yang menyebabkan tekanan sosial yang dirasakan atau norma subjektif. Keyakinan kontrol adalah keyakinan mengenai faktor yang menimbulkan atau menghambat suatu perilaku yang akan ditunjukkan dan persepsi

mengenai seberapa kuat faktor tersebut. Keyakinan ini menimbulkan pengendalian atas perilaku yang dipersepsikan (Ajzen, 2006).

Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*)

Menurut Teori Pembelajaran Sosial, seseorang bisa belajar melalui apa yang diamatinya dan pengalaman langsung (Jatmiko, 2006). Teori ini mempunyai anggapan bahwa perilaku adalah suatu akibat dimana dalam teori ini diakui adanya pembelajaran bisa dilakukan oleh seseorang dari pengamatannya secara langsung dan persepsi dari seseorang atas pembelajaran itu (Julianti, 2014).

Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Menurut teori atribusi, setiap orang akan bisa menentukan penyebab apakah perilaku seseorang itu dipengaruhi oleh internal atau eksternal yaitu dengan cara mereka mengamati perilaku seseorang tersebut (Arfan, 2010). Perilaku yang dipengaruhi oleh internal adalah perilaku yang dipengaruhi oleh kendali diri seseorang itu sendiri, sedangkan perilaku yang dipengaruhi oleh eksternal adalah perilaku yang dipengaruhi oleh faktor dari luar kendali seseorang (Julianti, 2014).

Teori Keadilan (*Fairness Theory*)

Menurut Adam Smith, Teori keadilan (*fairness theory*) hanya memiliki satu definisi adalah keadilan komunikatif mengenai hubungan yang setara, seimbang, dan harmonis diantara satu pihak manusia dengan pihak manusia yang lain. Artinya dalam hubungan sosial harus setara baik hak dan kewajibannya, dan tidak ada pihak yang boleh dirugikan. Jika terjadi ketidakadilan akan mempengaruhi hubungan diantara manusia karena kesetaraan tadi terganggu (Keraf, 1998).

Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran adalah kondisi dimana kita mengetahui atau mengerti akan suatu hal, dan perpajakan adalah hal mengenai pajak, sehingga dapat disimpulkan kesadaran perpajakan adalah kondisi dimana mengetahui dan mengerti perihal pajak (Jatmiko, 2006). Jika seorang wajib pajak telah memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak

dengan hati nurani yang tulus dan ikhlas artinya dia telah menyadari pajak sangatlah penting dalam mendukung terwujudnya tujuan nasional dan tidak akan ada lagi ketidakpatuhan perpajakan (Susilawati dan Budiarta, 2013).

Kualitas Pelayanan Fiskus

Pelayanan yang diberikan DJP pada sektor perpajakan bisa diartikan sebagai pelayanan untuk membantu wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Kualitas pelayanan fiskus bisa diartikan sebagai sistem petugas pajak untuk membantu, mengurus atau menyiapkan semua keperluan yang dibutuhkan oleh wajib pajak (Jatmiko, 2006).

Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan bisa diartikan sebagai cara menyampaikan peraturan perpajakan agar bisa dipahami dan bisa diterapkan dalam kegiatan praktik di lapangan yang dilakukan secara terus-menerus (Andyastuti, Topowijono dan Husaini, 2013). Wajib pajak akan mengetahui pentingnya membayar pajak jika mereka diberikan sosialisasi mengenai pemahaman pajak yang baik serta benar (Wardani dan Wati, 2018).

Kepatuhan Wajib Pajak

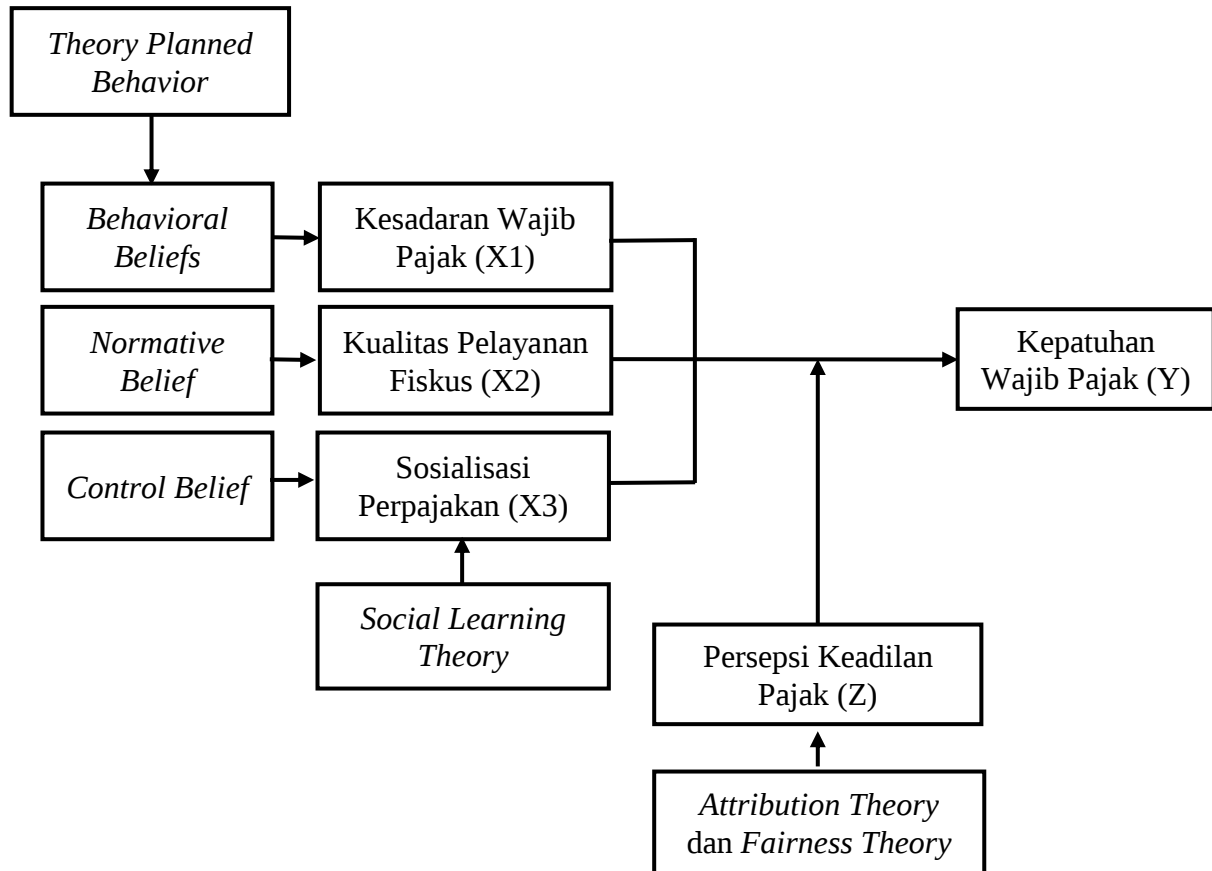
Kepatuhan wajib pajak yaitu perilaku atau tingkah laku wajib pajak dalam untuk melaksanakan hak dan kewajibannya mengenai pengenaan pajak (Utomo, 2011). Seorang wajib pajak berlaku patuh jika wajib pajak taat dan patuh dalam melaksanakan pembayaran pajaknya dan tepat waktu dalam melaporkan pajaknya.

Persepsi Keadilan Pajak

Persepsi keadilan pajak yaitu persepsi atas perilaku yang seimbang dan sama rata sesuai dengan berlakunya aturan sistem perpajakan dan penyetaraan perbuatan yang sesuai dengan keadaan perpajakan wajib pajak yang sebenarnya (Mustofa, Fauzi dan Kertahadi, 2016). Diharapkan wajib pajak akan dengan sukarela melaksanakan kewajiban pajaknya jika mereka menganggap bahwa sistem perpajakan itu adil.

Kerangka Pemikiran

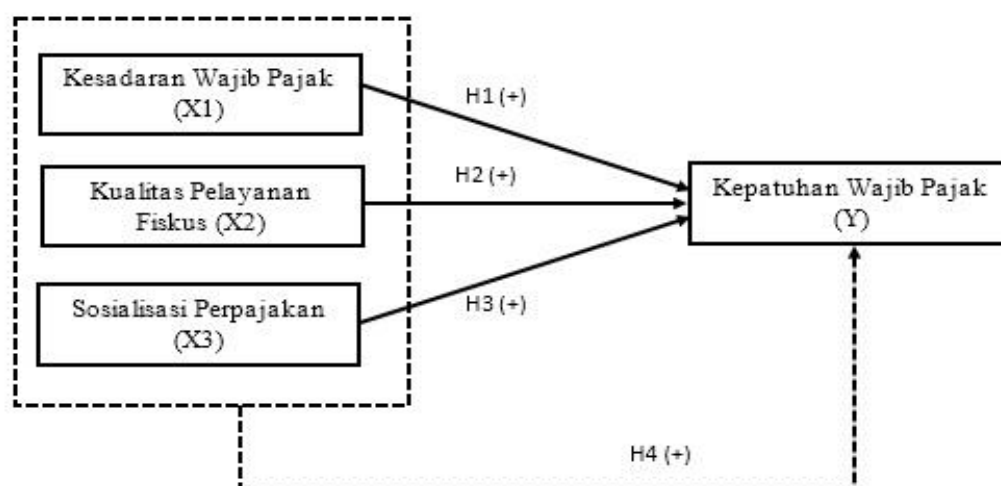
Kerangka teori dalam penelitian ini dapat dirumuskan pada gambar berikut ini:



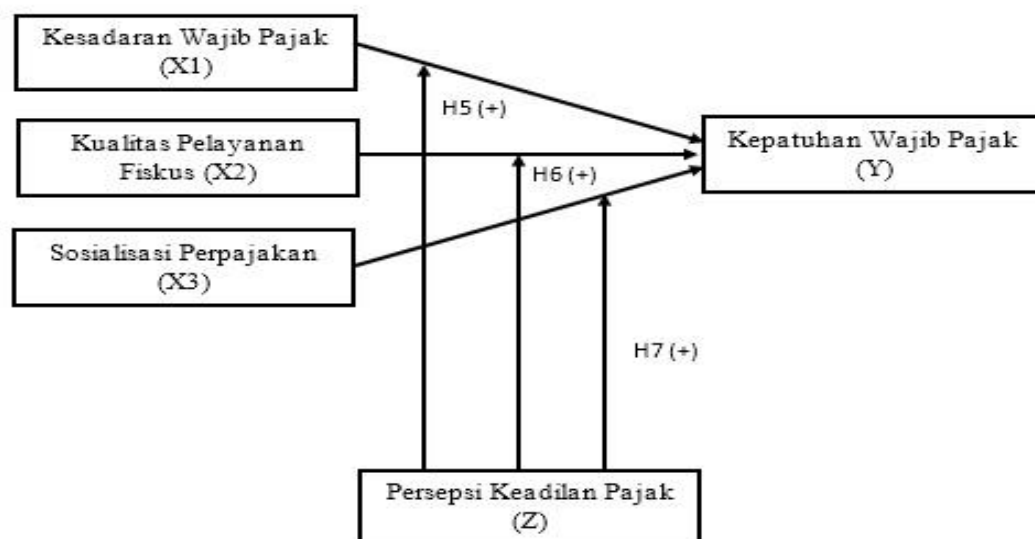
Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan 2 model penelitian, model 1 tanpa menggunakan variabel moderating dan model 2 menggunakan variabel moderating.



Gambar 2. Model Penelitian I



Gambar 3. Model Penelitian II

Berdasarkan kerangka hipotesis di atas maka hipotesis penelitian ini adalah:

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Kesadaran adalah kondisi dimana kita mengetahui atau mengerti akan suatu hal, dan perpajakan adalah hal mengenai pajak, sehingga dapat disimpulkan kesadaran perpajakan adalah kondisi dimana mengetahui dan mengerti perihal pajak (Jatmiko, 2006). Jika tingkat kesadaran wajib pajak naik, berarti wajib pajak memahami kewajiban pajaknya dan melaksanakan kewajiban tersebut sehingga tingkat kepatuhan perpajakan juga akan ikut naik. TPB merupakan teori yang sesuai untuk menjelaskan perilaku dari

wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Seseorang akan mempunyai keyakinan tentang akibat dari perlakunya sebelum dia melakukan sesuatu. Kemudian dia akan menentukan apakah dia akan melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Hal ini berhubungan dengan kesadaran wajib pajak, dimana keyakinan bahwa membayar pajak itu penting dalam membantu pembangunan negara akan muncul jika wajib pajak sadar akan pajak. Dari uraian tersebut maka dapat dikatakan bahwa kesadaran wajib pajak diduga akan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu maka rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

H1 : kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pelayanan yang diberikan DJP pada sektor perpajakan bisa diartikan sebagai pelayanan untuk membantu wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Kualitas pelayanan fiskus bisa diartikan sebagai sistem petugas pajak untuk membantu, mengurus atau menyiapkan semua keperluan yang dibutuhkan oleh wajib pajak (Jatmiko, 2006). Pelayanan pajak bisa dihubungkan dengan *normative belief*, yang menjadi salah satu faktor dari TPB. *Normative belief* menjelaskan saat seseorang akan melakukan sesuatu, dia akan memiliki keyakinan tentang harapan normatif dari orang lain dan motivasi untuk mencapai harapan tersebut. Apabila petugas pajak memberikan pelayanan yang berkualitas baik, maka sistem perpajakan akan menjadi efektif dan efisien serta akan memberikan keyakinan kepada wajib pajak untuk berperilaku taat pajak. Oleh karena uraian tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan fiskus diduga akan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajaknya. Oleh karena itu maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi perpajakan juga dapat meningkatkan jumlah wajib pajak dan mengakibatkan kepatuhan wajib pajak semakin meningkat sehingga berdampak pada Negara dimana penerimaan pajaknya semakin meningkat pula (Winerungan, 2013).

Sosialisasi perpajakan bisa diartikan sebagai cara menyampaikan peraturan perpajakan agar bisa dipahami dan bisa diterapkan dalam kegiatan praktis di lapangan yang dilakukan secara terus-menerus (Andyastuti, Topowijono dan Husaini, 2013). Wajib pajak akan mengetahui pentingnya membayar pajak jika mereka diberikan sosialisasi mengenai pemahaman pajak yang baik dan benar (Wardani, dan Wati, 2018). TPB dimana salah satu faktornya adalah *control belief*, yang meyakini bahwa sosialisasi perpajakan itu akan mendukung atau menghambat perilaku seseorang dalam melakukan pembayaran perpajakan jika dilakukan dengan benar, selain itu juga dimana individu dalam hal ini wajib pajak akan merasakan sendiri jika mereka melakukan pengamatan dan mengalaminya secara langsung hal ini berkaitan atau relevan dengan teori pembelajaran sosial. Hal ini berarti, jika sosialisasi perpajakan yang diadakan berjalan dengan baik, maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan akan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Kesadaran adalah kondisi dimana kita mengetahui atau mengerti akan suatu hal, dan perpajakan adalah hal mengenai pajak, sehingga dapat disimpulkan kesadaran perpajakan adalah kondisi dimana mengetahui dan mengerti perihal pajak. Hal ini mencerminkan bahwa jika wajib pajak memiliki tingkat kesadaran pajak yang tinggi maka akan semakin baik pula tingkat kepatuhan wajib pajaknya. Selain dari kesadaran wajib pajak sendiri, kepatuhan wajib pajak juga tergantung dari kualitas pelayanan yang baik dari petugas pajak dalam melayani kebutuhan wajib pajak (Jatmiko, 2006). Pelayanan sendiri ialah cara bagaimana seorang petugas pajak (fiskus) melayani wajib pajak mulai dari memberi tahu apa yang harus dilakukan wajib pajak sampai dengan mendampingi wajib pajak dengan baik dalam melaksanakan kewajiban pajaknya. Hal lain yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak ialah dengan dilaksanakannya

sosialisasi perpajakan dengan frekuensi yang lama dan terus menerus sehingga wajib pajak dapat memahami dan melaksanakan kewajiban pajaknya sesuai dengan ketentuan perpajakan yang terbaru. Hubungan antara variabel-variabel tersebut secara bersamaan adalah ketika kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak menunjukkan hubungan yang positif, dimana akan semakin tinggi pula tingkat kesadaran yang dimiliki wajib pajak dalam melakukan pembayaran kewajibannya, dan kemudian hal ini akan mengakibatkan semakin meningkatkannya tingkat kepatuhan dari wajib pajak.

H4 : kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Persepsi Keadilan Pajak Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Dalam diri wajib pajak secara alami timbul sikap untuk patuh terhadap perpajakan, tetapi sikap patuh ini harus diikuti dengan sikap kritis, kesadaran dan kepedulian sukarela wajib pajak agar kepatuhan tersebut dapat direalisasikan. Pembayar pajak beranggapan bahwa sistem perpajakan tidak adil maka mereka akan cenderung menghindari untuk membayar pajak (Vogel, et al dalam Giligan dan Richardson, 2005). Ini berarti bahwa *unfairness perception* dapat mempengaruhi kepatuhan pajak (Collins, Millirion & Toy, 1992 dalam Azmi dan Perumal, 2008). Sesuai dengan teori keadilan dimana keadilan komunikatif mengenai hubungan yang setara, seimbang, dan harmonis diantara satu pihak manusia dengan pihak manusia yang lain. Artinya dalam hubungan sosial harus setara baik hak dan kewajibannya, dan tidak ada pihak yang boleh dirugikan. Jika terjadi ketidakadilan akan mempengaruhi hubungan diantara manusia karena kesetaraan tadi terganggu (Keraf, 1998). Dengan demikian keadilan pajak merupakan variabel yang akan mempengaruhi perilaku kepatuhan pajak dari wajib pajak (Jackson dan Milliron, 1986 dalam Basit, 2014). Oleh karena itu dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H5 : persepsi keadilan pajak memperkuat kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Persepsi Keadilan Pajak Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Petugas pajak harus bisa meningkatkan pengetahuan wajib pajak mengenai perpajakan dan juga harus bisa meningkatkan kualitas pelayanann yang diberikan serta harus bisa menindak tegas para pelanggar pajak dengan memberikan sanksi yang sesuai, hal ini dilakukan untuk meningkatkan motivasi wajib pajak agar mau membayar kewajiban perpajakannya (Caroko, Susilo dan ZA, 2015). Tidak sedikit wajib pajak masih beranggapan jika sistem perpajakan itu tidak adil sehingga menyebabkan mereka tidak mau membayar kewajiban perpajakannya. Oleh sebab itu, untuk mendorong agar wajib pajak membayar kewajiban perpajakannya perlu adanya cara mengubah persepsi wajib pajak mengenai perpajakan yang tidak adil, yaitu dengan cara fiskus memberikan kualitas pelayanan yang baik. Sesuai dengan teori keadilan mengemukakan bahwa dalam pemungutan pajak harus memperhatikan asas keadilan, dimana pajakyang dikenakan kepada wajib pajak harus seimbang sesuai dengan kemampuan wajib pajak serta tidak boleh ada diskriminasi antara wajib pajak di suatu negara (Soemarso, 2012). Dari penjelasan tersebut bisa disimpulkan bahwa persepsi keadilan pajak diduga akan memperkuat pengaruh kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6 : persepsi keadilan pajak memperkuat kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak.

Persepsi Keadilan Pajak Memoderasi Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi perpajakan tidak hanya bisa meningkatkan pengetahuan tetapi juga bisa meningkatkan jumlah wajib pajak dan mengakibatkan kepatuhan wajib pajak semakin meningkat sehingga berdampak pada Negara dimana penerimaan pajaknya semakin meningkat pula (Winerungan, 2013). Sosialisasi yang diadakan oleh DJP akan menguatkan persepsi keadilan pajak yang ada di wajib pajak sehingga mereka akan menganggap bahwa dengan membayar pajak akan membuat mereka merasakan keadilan dimana semua wajib pajak mengetahui peraturan baru yang diterbitkan. Sesuai dengan teori atribusi dimana wajib pajak/seseorang akan mengamati perilaku orang lain

untuk menentukan apakah perilakunya timbul dipengaruhi oleh faktor internal atau eksternal. Dalam hal ini sosialisasi perpajakan merupakan faktor eksternal yang akan mempengaruhi persepsi keadilan pajak yang ada pada wajib pajak. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa persepsi keadilan pajak diduga akan memperkuat pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7 : persepsi keadilan pajak memperkuat sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian survei. Dimana hasil dari penelitian survei adalah peneliti mendapatkan keyakinan, opini, karakteristik dari objek baik yang sudah lalu ataupun sekarang dengan cara memberikan pertanyaan ke responden (Sugiyono, 2014).

Populasi Dan Sampel

Jumlah sampel minimal dalam penelitian ini merupakan hasil dari perkalian 5 dengan jumlah pernyataan dalam kuesioner penelitian sesuai dengan yang direkomendasikan oleh Hair dkk (Prawira, 2010). Indikator dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas, 1 variabel moderating dan 1 variabel terikat. Pernyataan dalam penelitian ini ada 31 item, sehingga minimal ukuran sampel penelitian ini sebanyak:

$$31 \times 5 = 155$$

Populasi dalam sampel penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang memiliki usaha UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Subang. Teknik pemilihan sampel yang dipilih menggunakan teknik *Convenience Sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel atas dasar kemudahan. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang dipilih adalah sebanyak 155 responden.

Definisi Operasional

Definisi dan pengukuran variabel penelitian dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel independen adalah variabel stimulus yang mempengaruhi variabel dependen. Adapun variabel independen dalam penelitian ini sebagai berikut:
 - a. Kesadaran Wajib Pajak
 - b. Kualitas Pelayanan Fiskus
 - c. Sosialisasi Perpajakan
2. Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel independen (Sugiyono, 2014). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang mempunyai usaha atau berwirausaha (UMKM).
3. Variabel moderating adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dan dependen. Penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu persepsi keadilan pajak yang mungkin akan mempengaruhi hubungan antara kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Persepsi keadilan pajak adalah faktor yang akan mempengaruhi wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajaknya.

Tabel 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kesadaran Wajib Pajak (X1)	Kesadaran adalah kondisi dimana kita mengetahui atau mengerti akan suatu hal, dan perpajakan adalah hal mengenai pajak, sehingga dapat disimpulkan kesadaran perpajakan adalah kondisi dimana mengetahui dan mengerti perihal pajak (Jatmiko, 2006).	1. Mendorong peran serta masyarakat dalam kegiatan ekonomi formal. 2. Lebih memberikan keadilan. 3. Kemudahan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. 4. Memberi kesempatan berkontribusi bagi negara. 5. Pengetahuan tentang manfaat pajak bagi masyarakat meningkat. (Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018)	Likert
Kualitas Pelayanan Fiskus (X2)	Kualitas pelayanan fiskus bisa diartikan sebagai sistem petugas pajak untuk membantu, mengurus atau menyiapkan semua keperluan yang dibutuhkan oleh wajib pajak (Jatmiko, 2006).	1. Dimulai dari apa yang dilakukan. 2. Menjelaskan bagaimana mengerjakannya. 3. Memperlihatkan bagaimana cara mengerjakannya. 4. Menyediakan pembimbingan, mengoreksi	Likert

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
		sementara mereka mengerjakan. (Sari, Permata dan Firdiana, 2017)	
Sosialisasi Perpajakan (X3)	Sosialisasi perpajakan bisa diartikan sebagai cara menyampaikan peraturan perpajakan agar bisa dipahami dan bisa diterapkan dalam kegiatan praktis di lapangan yang dilakukan secara terus-menerus (Andyastuti, Topowijono dan Husaini, 2013).	1. Penyuluhan bentuk sosialisasi yang dilakukan Dirjen Pajak melalui berbagai media. 2. Diskusi dengan wajib pajak dan tokoh masyarakat. 3. Informasi langsung dari petugas wajib pajak. 4. Pemasangan <i>billboard</i> . 5. <i>Website</i> Dirjen Pajak. (Herryanto dan Toly, 2013)	<i>Likert</i>
Persepsi Keadilan Pajak (Z)	Persepsi keadilan pajak yaitu persepsi atas perilaku yang seimbang dan sama rata sesuai dengan berlakunya aturan sistem perpajakan dan penyetaraan perbuatan yang sesuai dengan keadaan perpajakan wajib pajak yang sebenarnya (Mustofa, Fauzi dan Kertahadi, 2016)	1. Pengaturan sistem pajak penghasilan di Indonesia. 2. Kepercayaan terhadap pendistribusian beban pajak. 3. Pertimbangan terhadap manfaat yang diterima oleh wajib pajak dan pajak yang dibayarkannya oleh wajib pajak. (Hidayati, 2014)	<i>Likert</i>
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Kepatuhan wajib pajak yaitu perilaku atau tingkah laku wajib pajak dalam untuk melaksanakan hak dan kewajibannya mengenai pengenaan pajak (Utomo, 2011).	1. Pendaftaran NPWP 2. Perhitungan pajak terutang 3. Pembayaran pajak 4. Pelaporan SPT (Fatmawati, 2015)	<i>Likert</i>

Analisis Regresi Linear Berganda

Perhitungan regresi linear berganda dihitung sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepatuhan Wajib Pajak

α = Konstanta

$\beta_1, \dots, \beta_3$ = Koefisien regresi

X_1 = Kesadaran Wajib Pajak

X_2 = Kualitas Pelayanan Fiskus

X_3 = Sosialisasi Perpajakan

e = error

Moderated Regression Analysis (MRA)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan MRA. Terdapat 3 model regresi dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel dependen, untuk variabel independennya adalah kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus, dan sosialisasi perpajakan. Persepsi keadilan pajak digunakan sebagai variabel moderating, antara lain:

1. Persamaan regresi antara variabel dependen kepatuhan wajib pajak diregresikan ke dalam variabel kesadaran wajib pajak dan persepsi keadilan pajak. Persamaan matematisnya adalah :

$$KWP = a + b_1X_1 + b_2Z + b_3 Z.X_1 + e$$

Dimana variabel moderating dalam model ini adalah persepsi keadilan pajak.

2. Persamaan regresi antara variabel dependen kepatuhan wajib pajak diregresikan ke dalam variabel kualitas pelayanan fiskus dan persepsi keadilan pajak.

$$KWP = a + b_1X_2 + b_2Z + b_3 Z.X_2 + e$$

3. Persamaan regresi Antara variabel dependen kepatuhan wajib pajak diregresikan ke dalam variabel sosialisasi perpajakan dan persepsi keadilan pajak.

$$KWP = a + b_1X_3 + b_2Z + b_3 Z.X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepatuhan Wajib Pajak

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X₁ = Kesadaran Wajib Pajak

X₂ = Kualitas Pelayanan Fiskus

X₃ = Sosialisasi Perpajakan

Z = Persepsi Keadilan Pajak

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA)

Untuk menguji adanya variabel moderating dalam penelitian ini menggunakan MRA. Dimana dalam MRA terdapat 2 model dimana untuk model 1 yaitu hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen, sementara untuk model 2 yaitu

terdapat variabel moderating yang memperkuat atau memperlemah antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 2
Hasil Uji Regresi Berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA)
Kesadaran Wajib Pajak

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.742	2.791		5.641	.000
Kesadaran Wajib Pajak	.972	.117	.557	8.291	.000
(Constant)	5.836	16.480		.354	.724
Kesadaran Wajib Pajak	.897	.704	.514	1.275	.204
Persepsi Keadilan Pajak	1.554	1.450	.555	1.072	.285
Kesadaran Wajib Pajak * Persepsi Keadilan Pajak	-.022	.061	-.294	-.370	.712

Sumber: data peneliti, diolah 2019

Hasil analisis regresi berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas yaitu $X_1 = 0,972$ dengan konstanta sebesar 15,742. Dengan demikian, maka dapat dihasilkan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 15,742 + 0,972X_1 + e$$

Hasil analisis regresi berganda dan MRA diperoleh koefisien untuk variabel bebas yaitu $X_1 = 0,897$; dan koefisien untuk variabel moderating yaitu $Z = -0,022$; dengan konstanta sebesar 5,836. Dengan demikian, dapat dihasilkan persamaan regresi berganda dan MRA sebagai berikut:

$$Y = 5,836 + 0,897X_1 + 1,554Z - 0,022X_1Z + e$$

Berdasarkan hasil model 1 dan 2 diketahui variabel persepsi keadilan pajak memperlemah pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat dari:

1. Menurunnya konstanta regresi sebesar 9,906 yaitu dari 15,742 (model 1) menjadi 5,836 (model 2).
2. Menurunnya nilai β_1 sebesar 0,237 yaitu dari 0,972 (model 1) menjadi 0,897 (model 2).

Hal ini menunjukkan dengan memasukan variabel persepsi keadilan pajak (model 2) memperlemah kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA)
Kualitas Pelayanan Fiskus

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	29.697	2.128		13.958	.000
Kualitas Pelayanan Fiskus	.587	.136	.329	4.310	.000
(Constant)	26.132	10.972		2.382	.018
Kualitas Pelayanan Fiskus	-.235	.701	-.132	-.336	.737
Persepsi Keadilan Pajak	.806	1.002	.288	.805	.422
Kualitas Pelayanan Fiskus * Persepsi Keadilan Pajak	.039	.062	.394	.630	.530

Sumber: data peneliti, diolah 2019

Hasil analisis regresi berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas yaitu $X_2 = 0,587$ dengan konstanta sebesar 29,697. Dengan demikian, maka dapat dihasilkan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 29,697 + 0,587X_2 + e$$

Hasil analisis regresi berganda dan MRA diperoleh koefisien untuk variabel bebas yaitu $X_2 = 0,235$; dan koefisien untuk variabel moderating yaitu $Z = 0,806$; dengan konstanta sebesar 26,132. Dengan demikian, dapat dihasilkan persamaan regresi berganda dan MRA sebagai berikut:

$$Y = 26,132 - 0,235X_2 + 0,806Z + 0,039X_2Z + e$$

Berdasarkan hasil model 1 dan 2 diketahui variabel persepsi keadilan pajak memperlemah pengaruh kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat dari:

1. Menurunnya konstanta regresi sebesar 3,565 yaitu dari 29,697 (model 1) menjadi 26,132 (model 2).
2. Menurunnya nilai β_1 sebesar 0,822 yaitu dari 0,587 (model 1) menjadi -0,235 (model 2).

Hal ini menunjukkan dengan memasukan variabel persepsi keadilan pajak (model 2) memperlemah kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA)
Sosialisasi Perpajakan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	26.924	2.531		10.640	.000
Sosialisasi Perpajakan	.396	.084	.356	4.714	.000
(Constant)	28.027	13.691		2.047	.042
Sosialisasi Perpajakan	-.176	.464	-.158	-.379	.705
Persepsi Keadilan Pajak	.343	1.223	.123	.281	.779
Sosialisasi Perpajakan * Persepsi Keadilan Pajak	.035	.041	.591	.856	.393

Sumber: data peneliti, diolah 2019

Hasil analisis regresi berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas yaitu $X_3 = 0,396$ dengan konstanta sebesar 26,924. Dengan demikian, maka dapat dihasilkan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 26,924 + 0,396X_3 + e$$

Hasil analisis regresi berganda dan MRA diperoleh koefisien untuk variabel bebas yaitu $X_3 = -0,176$; dan koefisien untuk variabel moderating yaitu $Z = 0,343$; dengan konstanta sebesar 28,027. Dengan demikian, dapat dihasilkan persamaan regresi berganda dan MRA sebagai berikut:

$$Y = 28,027 - 0,176X_3 + 0,343Z + 0,035X_3Z + e$$

Berdasarkan hasil model 1 dan 2 diketahui variabel persepsi keadilan pajak memperlemah pengaruh kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat dari:

1. Menurunnya konstanta regresi sebesar -1,103 yaitu dari 26,924 (model 1) menjadi 28,027 (model 2).
2. Menurunnya nilai β_1 sebesar 0,572 yaitu dari 0,396 (model 1) menjadi -0,176 (model 2).

Hal ini menunjukkan dengan memasukan variabel persepsi keadilan pajak (model 2) memperlemah sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Uji Simultan (Uji F)

Dasar pengambilan uji statistik F yaitu jika probabilitasnya kurang dari 0,05 (derajat kepercayaan 5%) maka H_0 ditolak dan jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} H_0 ditolak. Terdapat 2 model untuk uji statistik F, dimana model 1 yaitu hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, sedangkan model 2 yaitu hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dengan terdapat variabel moderating. Kemudian untuk F_{tabel} untuk $\alpha = 0,1$ dengan $df_1 = k-1$ yaitu $5-1 = 4$ dan $df_2 = n-k = 155-2 = 153$ diperoleh nilai sebesar 3,06.

Persamaan 1 dan 2

Tabel 5
Hasil Uji Statistik F Model 1 dan 2

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1113.203	3	371.068	26.226	.000 ^b
	Residual	2136.475	151	14.149		
	Total	3249.677	154			
2	Regression	65.935	7	9.419	15.723	.000 ^b
	Residual	88.065	147	.599		
	Total	154.000	154			

Sumber: data peneliti, diolah 2019

Berdasarkan hasil persamaan 1 dan 2 dapat dilihat: (1) nilai F (model 1) sebesar 26,226. Sehingga F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} yaitu $26,226 < 3,06$ dan nilai signifikan kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan hipotesis pertama, kedua dan ketiga diterima yang artinya kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak; (2) nilai F (model 2) sebesar 15,723. Sehingga F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} yaitu $15,723 < 3,06$ dan nilai signifikan kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000; sehingga diterima yang artinya persepsi keadilan pajak memperlemah atau memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Uji Parsial (Uji t)

Dasar pengambilan uji statistik t yaitu H_0 ditolak apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan jika probabilitasnya kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak. Dimana t_{tabel} untuk $\alpha = 0,05$

dengan df (derajat kebebasan) = $n-k-1$ yaitu $155-5-1 = 149$ diperoleh nilai sebesar 1,976. Berikut penjelasan uji statistik t:

Tabel 6
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.030	3.060		3.931	.000
Kesadaran Wajib Pajak	.850	.130	.487	6.516	.000
Kualitas Pelayanan Fiskus	.033	.144	.019	.232	.817
Sosialisasi Perpajakan	.204	.085	.184	2.391	.018
(Constant)	9.598	2.921		3.286	.001
Kesadaran Wajib Pajak	.611	.133	.350	4.593	.000
Kualitas Pelayanan Fiskus	-.093	.138	-.052	-.670	.504
Sosialisasi Perpajakan	.167	.080	.150	2.072	.040
Persepsi Keadilan Pajak	.973	.211	.347	4.614	.000

Sumber: data peneliti, diolah 2019

Model 1 dengan menguji hipotesis 1, telah diperoleh hasil berupa nilai t_{hitung} untuk variabel kesadaran wajib pajak sebesar 6,516. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,516 > 1,976$ dengan signifikansinya diperoleh 0,000. Karena nilai signifikansinya dibawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, hipotesis yang berbunyi pengaruh negatif signifikan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak ditolak.

Untuk menguji hipotesis 2, telah diperoleh hasil berupa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan fiskus sebesar 0,232. Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$; yaitu $0,232 < 1,976$ dengan signifikansi yang diperoleh 0,817. Karena nilai signifikansinya lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan fiskus tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak ditolak.

Untuk menguji hipotesis 3, telah diperoleh hasil berupa nilai t_{hitung} untuk variabel sosialisasi perpajakan sebesar 2,391. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,391 > 1,976$ dengan signifikansinya diperoleh 0,018. Karena nilai signifikansinya di bawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, maka hipotesis yang berbunyi berpengaruh negatif signifikan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak ditolak.

Untuk model 2 dengan menguji hipotesis 5, telah diperoleh berupa nilai t_{hitung} untuk variabel kesadaran wajib pajak sebesar 4,593. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,593 > 1,976$ dengan signifikansinya yang diperoleh 0,000 di bawah 0,05 dan t_{hitung} untuk persepsi keadilan pajak sebesar 4,593 sehingga lebih dari t_{tabel} yaitu $4,593 > 1,976$ dan nilai signifikannya yang diperoleh 0,000 di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis kelima diterima, yang artinya persepsi keadilan pajak memperlemah kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Serta untuk hipotesis yang berbunyi persepsi keadilan pajak memperkuat kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak ditolak.

Untuk model 2 dengan menguji hipotesis 6, telah diperoleh berupa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan fiskus sebesar -0,670. Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0,670 < 1,976$ dengan signifikansinya yang diperoleh 0,504 di atas 0,05 dan t_{hitung} untuk persepsi keadilan pajak sebesar -0,670 sehingga lebih kecil dari t_{tabel} yaitu $-0,670 > 1,976$ dan nilai signifikannya yang diperoleh 0,504 di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis keenam ditolak, yang artinya persepsi keadilan pajak tidak memperlemah atau memperkuat kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak.

Untuk model 2 dengan menguji hipotesis 7, telah diperoleh berupa nilai t_{hitung} untuk variabel sosialisasi perpajakan sebesar 2,072. Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $2,072 < 1,976$ dengan signifikansinya yang diperoleh 0,040 dibawah 0,05 dan t_{hitung} untuk persepsi keadilan pajak sebesar 2,072 sehingga lebih dari t_{tabel} yaitu $2,072 > 1,976$ dan nilai signifikannya yang diperoleh 0,040 dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis ketujuh diterima, yang artinya persepsi keadilan pajak memperlemah atau memperkuat kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Koefisien Determinasi (R^2)

Pada tabel 7 disajikan hasil uji determinasi (R^2) pada penelitian ini.

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.343	.329	3.76149
2	.651 ^a	.424	.409	3.53168

Sumber: data penulis, diolah 2019

Berdasarkan hasil model 1 dan model 2 dapat dilihat: model (1) nilai koefisien determinasi (R^2) untuk persamaan 1 yaitu 0,329 atau 32,9% yang artinya variabel kepatuhan wajib pajak mampu dijelaskan oleh variabel independen, yakni kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan, sedangkan sisanya 67,1% ($100\% - 32,9\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Model (2) nilai koefisien determinasi (R^2) untuk persamaan 2 yaitu 0,409 atau 40,9% yang artinya variabel kepatuhan wajib pajak mampu dijelaskan oleh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan dengan persepsi keadilan pajak sebagai variabel moderatingnya, sedangkan sisanya 59,1% ($100\% - 40,9\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Untuk uji hipotesis pertama, penelitian ini mendapatkan hasil bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil regresinya menunjukkan bahwa variabel kesadaran wajib pajak mempunyai nilai signifikan di bawah 0,05 yaitu sebesar 0,000. Serta nilai koefisien sebesar 0,972 yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dikarenakan wajib pajak menyadari manfaat dari pajak yang mereka terima meskipun tidak dirasakannya secara langsung. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak maka kepatuhan wajib pajak akan tercapai dan menjadi semakin meningkat. Jika persepsi wajib pajak atas pajak itu baik, artinya wajib pajak tersebut telah menyadari pentingnya membayar pajak. Kesadaran wajib pajak ini muncul dari dalam dirinya sendiri, sehingga secara sukarela wajib pajak akan membayar pajaknya sesuai dengan ketentuan pajak tanpa adanya paksaan dari pihak lain, seperti dari petugas pajak.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua, penelitian ini mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan fiskus tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil regresinya menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan fiskus memiliki nilai signifikan diatas 0,05 yaitu sebesar 0,000. Serta nilai koefisien sebesar 0,587 yang berarti

bahwa kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dikarenakan jika kualitas pelayanan fiskus yang dirasakan langsung oleh wajib pajak ini baik, maka dapat meningkatkan minat wajib pajak untuk membayar kewajiban pajaknya secara sukarela. Artinya semakin kualitas pelayanan yang diberikan oleh fiskus itu baik, maka kepatuhan wajib pajak juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori pembelajaran sosial, dimana seseorang akan lebih taat membayar pajak jika mereka melewati pengamatan dan pengalaman secara langsung.

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil regresi menunjukkan variabel sosialisasi perpajakan memiliki nilai signifikan di bawah 0,05 yaitu sebesar 0,000. Serta nilai koefisien sebesar 0,396 yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dikarenakan bahwa dengan diadakannya sosialisasi perpajakan, wajib pajak bisa lebih mengetahui, memahami dan menyadari tentang peraturan serta tata cara perpajakan sehingga bisa mempengaruhi wajib pajak untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Terdapat beberapa hal yang harus menjadi perhatian penting dalam melakukan sosialisasi, yaitu isi dari sosialisasi itu sendiri, frekuensi sosialisasi yang lebih sering serta sosialisasi dilakukan oleh fiskus yang memiliki kemampuan tinggi dan berpengalaman.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh variabel kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dilakukan dengan uji F. hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $26,226 > 3,06$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} dan signifikansinya di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama kesadaran wajib pajak (X_1), kualitas pelayanan fiskus (X_2) dan sosialisasi perpajakan (X_3) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dimana jika

wajib pajak telah memiliki kesadaran akan peraturan perpajakan yang baik dan pentingnya membayar pajak, maka wajib pajak tidak akan lagi mengelak untuk melaksakana kewajiban pajaknya. Modal utama dari KPP Pratama untuk menarik kepercayaan wajib pajak adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh fiskus. Sosialisasi perpajakan yang dilakukan dalam jangka waktu yang lama dengan frekuensi yang sering akan mempengaruhi wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya. Artinya jika tingkat kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi perpajakan semakin tinggi maka akan semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Persepsi Keadilan Pajak Memperkuat/Memperlemah Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian terhadap hipotesis kelima, menunjukkan pengaruh persepsi keadilan pajak tidak memperkuat kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai koefisien sebesar 5,836 dengan signifikansinya sebesar -0,022 dari 0,05. Hal ini berarti bahwa persepsi keadilan pajak tidak memperkuat atau memperlemah kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, sehingga hipotesis kelima ditolak.

Persepsi keadilan pajak dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, karena pajak itu sendiri bersifat memaksa berdasarkan UU Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan menyatakan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa pajak itu bersifat memaksa. Namun, pada hakikatnya ada atau tidaknya persepsi keadilan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Karena jika dilihat dari indikator kesadaran wajib pajak yang ada dalam penelitian ini hanya merujuk pada kegiatan ekonomi formal sementara penelitian ini dilakukan dari kegiatan ekonomi informal, selain itu nilai signifikansi dari pengujian secara empiris lebih rendah dari pada signifikansi yang ditetapkan. Sementara itu

manfaat dari pajak yang diterima oleh wajib pajak belum maksimal mereka hanya merasakan tarif pajak saja yang berubah namun pada kenyataannya manfaat yang mereka rasakan belum sepenuhnya dirasakan oleh wajib pajak sehingga anggapan atau persepsi wajib pajak mengenai keadilan pajak justru malah memperlemah bukan memperkuat persepsi wajib pajak serta tidak adanya pengingat perihal pelaporan dan pembayaran untuk kewajiban yang akan mereka bayarkan setiap bulannya. Maka dari itu perlu adanya tindakan atau stimulus yang akan meningkatkan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Persepsi Keadilan Pajak Memperkuat/Memperlemah Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian terhadap hipotesis keenam, menunjukkan pengaruh persepsi keadilan pajak tidak memperkuat kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai koefisien sebesar 26,132 dengan signifikansinya sebesar 0,039 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi keadilan pajak tidak memperkuat atau memperlemah kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak, sehingga hipotesis keenam ditolak. Artinya bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan pajak yang diberikan kepada wajib pajak dan adanya persepsi keadilan pajak yang ada tidak mengakibatkan wajib pajak akan meningkatkan kemauannya terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan pengakuan dari beberapa pelaku UMKM pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak belum baik, hal tersebut dapat terlihat dari lamanya petugas pajak datang untuk melayani wajib pajak, selain itu ketika menjelaskan mengenai PP 23 Tahun 2018 penjelasan yang diberikan oleh petugas pajak terlalu bertele-tele. Sehingga pelaku UMKM berasumsi bahwa apapun yang berkaitan dengan pajak sulit untuk dipahami dan prosesnya memakan waktu yang cukup lama. Hal ini pun sesuai dengan teori atribusi wajib pajak akan mengamati perilaku wajib pajak lain dalam persepsi mereka terhadap keadilan pajak yang muncul dalam menjalankan kewajiban perpajakannya.

Pengaruh Persepsi Keadilan Pajak Memperkuat/Memperlemah Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian terhadap hipotesis ketujuh, menunjukkan pengaruh persepsi keadilan pajak memperkuat sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai koefisien sebesar 28,027 dengan signifikansinya sebesar 0,035 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi keadilan pajak memperlemah sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, sehingga hipotesis ketujuh diterima.

Persepsi keadilan pajak tidak memperkuat atau memperlemah sosialisasi perpajakan karena berdasarkan pengakuan dari beberapa pelaku UMKM tidak ada undangan untuk menghadiri sosialisasi perpajakan yang diadakan oleh KPP. Selain itu wajib pajak beranggapan jika sesuatu yang berkaitan dengan pajak cenderung akan lebih sulit untuk dipahami oleh wajib pajak. Kemudian dilihat dari indikator sosialisasi yang ada wajib pajak hanya melihat sosialisasi dari media cetak sebagian saja, walaupun sosialisasi telah diberikan melalui tokoh masyarakat namun hal tersebut tidak sejalan dengan fakta yang ada, sebagian wajib pajak mengaku bahwa belum ada sosialisasi yang dilakukan melalui tokoh masyarakat. Sementara itu untuk situs resmi yang disediakan oleh Dirjen Pajak sendiri wajib pajak terkadang kesulitan untuk mengaksesnya, selain itu nilai signifikansi dari pengujian secara empiris yang telah dilakukan oleh peneliti hasilnya lebih rendah dari pada signifikansi yang ditetapkan. Maka dari itu alangkah lebih baiknya jika sosialisasi disampaikan langsung oleh petugas pajak dengan mendatangi UMKM tersebut untuk melakukan sosialisasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
 2. Hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
-

3. Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
4. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa secara statistik terbukti bahwa kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus, dan sosialisasi perpajakan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
5. Persepsi keadilan pajak tidak memperkuat atau memperlemah kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.
6. Persepsi keadilan pajak tidak memperkuat atau memperlemah kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak.
7. Persepsi keadilan pajak tidak memperkuat atau memperlemah sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah : Lebih meningkatkan sosialisasi atau penyuluhan mengenai akuntansi dan perpajakan, peraturan-peraturan perpajakan terbaru dan merata sehingga warga yang di pedesaan juga mendapatkan hal yang sama informasinya sehingga terjadi keadilan dalam informasi.
2. Bagi Wajib Pajak : Wajib pajak disarankan untuk lebih memperluas pengetahuan tentang peraturan perpajakan yang berlaku agar patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya di kemudian hari. Serta dapat secara aktif mengikuti peraturan perpajakan yang terbaru.

Bagi Peneliti Selanjutnya : Jika tertarik untuk melakukan penelitian dalam kajian yang sama maka dapat menggunakan variabel-variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti pengetahuan wajib pajak tentang PP 23 Tahun 2018, penghindaran pajak untuk PP 23 Tahun 2018, atau menambah variabel bebas, memperbanyak jumlah responden dan memperluas ruang lingkup penelitian agar memperoleh jawaban dan hasil penelitian yang sesuai, mempertimbangkan dan memanfaatkan perubahan tarif serta kebijakan PP 23 Tahun.

Daftar Istilah

- UMKM = Usaha Mikro Kecil dan Menengah
SAK ETAP = Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik

Daftar Pustaka

- Adrianto. (2016). Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Terhadap Implementasi Standar Akuntansi Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK-ETAP). *Majalah Ekonomi* _ ISSN No. 1411-9501 _ Vol. XX No. 2 Des 2016, XX(2 Des 2016).
- Awosejo, O. ., Kekwaletswe, R. M., Pretorius, P., & Zuva, T. (2013). The Effect of Accounting Information Systems in Accounting. *International Journal of Advanced Computer Research*, 1(2), 21-31.
- Dwi, J. kirana, & Yoyoh, G. (2019). PENERAPAN LAPORAN KEUANGAN BAGI USAHA MIKRO DAN KECIL DI WILAYAH CIRACAS JAKARTA TIMUR. *Jurnal Akuntansi Manajerial*. ISSN (E) Vol4 No 2 Juli - Desember 2019, 4(2), 38-48.
- Ezeagba, C. (2017). Financial Reporting in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Nigeria. Challenges and Options. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 7(1), 1-10. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v7-i1/2534>
- Hasnah Haron, Ishak Ismail, Sofri Yahya, Siti Nabiha Abdul Khalid, & Ganesan, Y. (2010). Cases of Successful Malaysian Small and Medium Enterprises (SMEs): Does Business Advisory Services Help? *Malaysian Accountancy Research and Education Foundation (MAREF)*, September, 1-126. [https://doi.org/ISBN 978-983-9044-67-6](https://doi.org/ISBN%20978-983-9044-67-6)
- Ismail, N. A., & King, M. (2014). Factors influencing the alignment of accounting information systems in small and medium sized Malaysian manufacturing firms. *Journal of Information Systems and Small Business*, 1(1-2), 1-20.
- Kpurugbara, N., Nwidiuuduu, V., & Tams-Wariboko, I. (2016). Impact of Accounting Information System on Organizational Effectiveness-A Study of Selected Small and Medium Scale Enterprises in Woji, Portharcourt. *International Journal of Research*, 3(01), 974-982.
- Kurniawati, E. P., Ika Nugroho, P., & Arifin, C. (2012). penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *JMK*, 10(2). <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i2.5818>
- Kurniawati, E. P., Ika Nugroho, P., & Arifin, C. (2017). penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *ABA Journal*, 102(4), 24-25. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2570>
- Mohd Sam, M. F., Hoshino, Y., & Tahir, M. N. H. (2012). The Adoption of Computerized Accounting System in Small Medium Enterprises in Melaka, Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 7(18). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n18p12>
- R, U., T, B., Ali, J., & MS, K. (2017). Accounting Practices of Small and Medium Enterprises in Rangpur, Bangladesh. *Journal of Business & Financial Affairs*, 06(04). <https://doi.org/10.4172/2167-0234.1000299>
-

- Hall, J.A., (2008). *"Accounting Information Systems"*, Sixth Edition, South-western: Cengage Learning.
- Holt, G. (2009). *"IFRS for SMEs"*. Retrieved January 23, 2012 from <http://www.ifrs.org>.
- Ikatan Akuntan Indonesia, SAK-ETAP. (2009), Cetakan ke 3 tahun 2013, diterbitkan DSAK-IAI
- Supranto J 2009. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Penerbit Erlangga
- Warren, C.S., Reeve, J.M. & Duchac, J.E. .2016. *Principle of Accounting*, 26e International Edition. 2016
- Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)
- CNN Indonesia.com , 28 Mei 2019
- Bisnis.com, 9 Januari 2019
- banten.antaranews.com
-