JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING
Vol. {10}, No. {2}, {2026}, {265-278}
ISSN: {2548-9917} (online version)

Article History
Received {September, 2026}
Accepted {October, 2026}

PENGARUH PEMAHAMAN WAJIB PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM PADA KPP PRATAMA WATAMPONE

Sitti Rahmawati[1)*], Masnawaty Sangkala[2)], Samsinar[3)]
[1]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar
email: sitiirahmawati@gmail.com
[2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar
email: masnawaty.s@unm.ac.id
[3]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar
email: samsinar77@unm.ac.id

ABSTRACT

Tax compliance is a crucial aspect because taxes are a source of state revenue. However, the level of taxpayer compliance still faces various obstacles, particularly those related to taxpayer understanding, socialization, and awareness. This study aims to analyze how taxpayer understanding, tax socialization, and taxpayer awareness influence MSME taxpayer compliance. This study uses a quantitative approach with primary data obtained through the distribution of questionnaires to 100 MSME taxpayers selected using random sampling techniques from a population of 114,595 taxpayers. Data analysis was conducted using descriptive statistics, instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression, and hypothesis testing. The results show that simultaneously, taxpayer understanding, tax socialization, and taxpayer awareness have a positive effect on taxpayer compliance. Partially, tax understanding and socialization have a positive effect on taxpayer compliance, while taxpayer awareness has no effect on taxpayer compliance. These results indicate that improving MSME taxpayer compliance is more influenced by aspects of understanding and socialization than awareness alone. This study is expected to serve as a strategic foundation for local governments in improving MSME taxpayer compliance.

Keywords: *Taxpayer Compliance; Tax Understanding; Tax Socialization; Tax Awareness; MSMEs*

ABSTRAK

Kepatuhan wajib pajak merupakan aspek yang sangat penting karena pajak menjadi salah satu sumber pendapatan negara. Namun, tingkat kepatuhan wajib pajak masih menghadapi berbagai kendala, khususnya yang berkaitan dengan pemahaman, sosialisasi, dan kesadaran wajib pajak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 wajib pajak UMKM yang dipilih menggunakan teknik *random sampling* dari populasi sebanyak 114.595 wajib pajak. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Secara parsial, pemahaman dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kepatuhan wajib pajak UMKM lebih dipengaruhi oleh aspek pemahaman dan sosialisasi dibandingkan hanya sekedar kesadaran semata. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan strategis bagi pemerintah daerah dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM.

Kata Kunci: Kepatuhan Wajib Pajak, Pemahaman Pajak; Sosialisasi Perpajakan; Kesadaran Pajak; UMKM

*Corresponding author. E-mail: sitiirahmawati@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara yang sangat berperan penting dalam mendukung pembangunan ekonomi di Indonesia (Irham, dkk., 2023). Berdasarkan Pasal 11 Ayat 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2003 Tentang Keuangan Negara disebutkan bahwa pendapatan negara berasal dari penerimaan pajak, penerimaan bukan pajak dan hibah. Hal ini menunjukkan bahwa pemasukan negara terbesar berasal dari sektor pajak.

Pemasukan negara melalui sektor pajak ialah suatu cara untuk meningkatkan penerimaan negara (Damayanti & Santoso 2024). Pajak dibentuk dengan tujuan untuk menambah pemasukan negara yang nantinya digunakan pemerintah untuk kebutuhan pembangunan, baik di sektor pendidikan, kesehatan, industri, maupun sektor lainnya guna memajukan perekonomian Indonesia. Selain itu, pajak juga menjadi instrumen penting dalam menjaga stabilitas keuangan negara dan mendorong kesejahteraan masyarakat melalui penyediaan layanan publik yang berkualitas (Putra 2020). Dengan demikian, pajak tidak hanya berfungsi sebagai sumber utama penerimaan negara, tetapi juga sebagai alat untuk mendukung pembangunan ekonomi dan mempercepat laju pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan demi kesejahteraan masyarakat.

Salah satu teori yang relevan dalam menjelaskan perilaku kepatuhan pajak adalah *Slippery Slope Framework* yang dikembangkan oleh *Kirchler* (2007), yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini. Teori kepatuhan pajak yang dikembangkan oleh *Kirchler* (2007) melalui *Slippery Slope Framework* merupakan salah satu pendekatan yang relevan dalam menjelaskan perilaku kepatuhan pajak. Dalam teori ini, kepatuhan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu kekuasaan otoritas pajak (*power of tax authority*) dan kepercayaan wajib pajak terhadap otoritas pajak (*trust in tax authorities*). Kekuasaan mencerminkan kemampuan pemerintah dalam menegakkan hukum dan menjatuhkan sanksi, sedangkan kepercayaan mencerminkan persepsi wajib pajak bahwa otoritas pajak bertindak secara adil, transparan, dan dapat dipercaya. Dalam konteks penelitian ini, teori *Kirchler* menjadi relevan karena terdapat hubungan antara variabel pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak dengan tingkat kepercayaan terhadap otoritas pajak. Pemahaman yang baik mengenai peraturan perpajakan dan adanya sosialisasi yang efektif dan menyeluruh akan meningkatkan pengetahuan dan dapat meningkatkan kepercayaan wajib pajak (Daud 2023). Selain itu, kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya pajak bagi negara berpotensi mendorong kepatuhan secara sukarela (Riyanto & Ningsih 2021). Dengan demikian, ketiga variabel ini diyakini berperan penting dalam membentuk perilaku patuh pajak pada pelaku UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam mendukung laju pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan di Indonesia. Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah: "Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan". Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM, pada tahun 2023 jumlah UMKM telah mencapai 65,5 juta unit usaha, yang meningkat 1,7% dibandingkan tahun sebelumnya. Dari jumlah tersebut, 97% merupakan usaha mikro, 2% usaha kecil, dan 1% usaha menengah (KEMENKOPUKM 2024).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi UMKM terhadap produk Domestik Bruto atau PDB mencapai 61% atau senilai 9.580 triliun. Angka ini meningkat 2,3% dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja nasional juga sangat besar, yaitu 97% dari total tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja (KEMENKOPUKM 2024). Dengan jumlah yang signifikan ini, sektor UMKM tidak hanya dapat menciptakan lapangan kerja, tetapi juga memiliki potensi besar untuk berkontribusi dalam peningkatan pendapatan pajak. Pendapatan pajak yang terkumpul dapat digunakan untuk membiayai program-program

pembangunan negara Indonesia, karena sektor UMKM memiliki potensi yang sangat besar terhadap penerimaan pajak negara (Putra 2020). Oleh karena itu, mendorong kepatuhan wajib pajak di kalangan UMKM sangat penting untuk memastikan bahwa sektor ini dapat terus berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Kepatuhan wajib pajak memegang peran yang sangat penting dalam upaya memaksimalkan pendapatan negara dalam sektor perpajakan (Guna, dkk., 2022). Kepatuhan wajib pajak, terutama di kalangan UMKM, akan memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional yang pada akhirnya mendukung pembiayaan berbagai program pembangunan negara. Menurut Karlina & Ethika (2020:144), kepatuhan wajib pajak merupakan suatu bentuk kesediaan pemenuhan kewajiban pajak sesuai dengan aturan yang berlaku. Sehingga wajib pajak yang membayar dan melaporkan pajak terutangnya tepat waktu maka dianggap sebagai wajib pajak yang patuh. Kepatuhan wajib pajak dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator seperti mendaftar sebagai wajib pajak agar mendapatkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), menghitung jumlah pajak yang terutang, membayar pajak tepat waktu, serta menyerahkan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) sesuai waktu yang ditetapkan (Andari Rusanti 2021). Dengan kepatuhan perpajakan yang tinggi, negara dapat meningkatkan penerimaan pajak dan memastikan keadilan dalam sistem perpajakan (Putri & Wibowo 2021). Beberapa faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak di antaranya adalah pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak.

Pemahaman wajib pajak adalah segala hal mengenai perpajakan yang telah dipahami dan dimengerti dengan baik oleh wajib pajak sehingga mereka mampu menjelaskan kembali konsep perpajakan kepada orang lain (Palalangan, dkk., 2019). Beberapa indikator untuk mengukur pemahaman wajib pajak dapat dilihat dari sejauh mana mereka memahami hak dan kewajiban wajib pajak, peraturan perpajakan, serta sanksi perpajakan; kemampuan mereka dalam menghitung pajak terutang sesuai dengan tarif yang berlaku (Nono & Tyas 2023). Seorang wajib pajak yang paham tentang perpajakan tidak akan kebingungan saat membayar pajaknya.

Penelitian yang dilakukan oleh Nono & Tyas (2023) menyatakan bahwa pemahaman wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Semakin banyak pemahaman yang dimiliki, maka semakin besar pula kemungkinan wajib pajak membayar pajak tepat waktu tanpa adanya paksaan. Namun, hasil penelitian Putri & Wibowo (2021) menunjukkan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa pengetahuan pajak saja tidak cukup untuk mendorong kepatuhan, diperlukan adanya faktor lain seperti sosialisasi yang efektif untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara keseluruhan.

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya yang dilakukan DJP untuk memberikan wawasan dan informasi mengenai perpajakan kepada wajib pajak (Putri & Wibowo 2021). Melalui kegiatan sosialisasi yang efektif, diharapkan meningkatkan kepatuhan pajak dan mengurangi ketidakpatuhan yang disebabkan oleh ketidaktahuan atau ketidakpahaman terhadap peraturan perpajakan. Pengukuran aspek sosialisasi perpajakan dapat dilihat dari sejauh mana informasi yang diberikan dapat diterima dan dipahami oleh wajib pajak, serta dilakukan secara teratur mengingat karena peraturan dan tata cara pembayaran pajak biasanya mengalami perubahan (Rahman 2024).

Penelitian oleh Lita Novia Yulianti (2022) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi ini dapat meningkatkan kepatuhan, kesadaran, dan juga pengetahuan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya. Namun, hasil penelitian oleh Septiani, dkk. (2019) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signfikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini mengindikasikan bahwa sosialisasi yang tidak merata atau kurang efektif dapat menghambat pemahaman wajib pajak tentang kewajiban mereka.

Kesadaran wajib pajak merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Kesadaran ini berasal dari dorongan internal individu. Kesadaran wajib pajak adalah kondisi dimana wajib pajak mengetahui dan secara sukarela menegakkan peraturan perpajakan (Ristanti, dkk., 2022). Pengukuran kesadaran wajib pajak dapat dilihat dari beberapa indikator, seperti kesadaran bahwa membayar pajak adalah kontribusi terhadap negara, kesadaran bahwa menunda atau mengurangi pajak dapat merugikan negara, serta kesadaran bahwa kewajiban perpajakan diatur oleh perundang-undangan yang berlaku dan dapat dipaksakan (Andari Rusanti 2021).

Penelitian oleh Rahmawati & Halimatusadiah (2022) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Namun, penelitian oleh Rizki & Farina (2022) menemukan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak saja mungkin tidak cukup untuk mendorong kepatuhan, sehingga faktor lain juga perlu diperhatikan.

Permasalahan tingkat kepatuhan wajib pajak menjadi permasalahan yang terus menerus terjadi dalam bidang perpajakan. Rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sangat ironis jika dibandingkan dengan tingkat pertumbuhan usaha di Indonesia (Arta & Alfasadun 2022). Pertumbuhan jumlah wajib pajak Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Namun peningkatan jumlah wajib pajak UMKM tersebut tidak diimbangi dengan kesadaran para pemilik UMKM untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal tersebut dibuktikan dengan masih rendahnya perbandingan antara jumlah wajib pajak UMKM dengan jumlah wajib pajak UMKM yang aktif melaporkan SPT di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Watampone, data tersebut tersaji pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Perbandingan Jumlah Wajib Pajak UMKM dengan Jumlah Wajib Pajak UMKM yang aktif lapor SPT di KPP Pratama Watampone

Tahun	Jumlah WP UMKM	Jumlah WP UMKM Lapor SPT	Persentase (%)
2021	106.134	9.875	9,3
2022	110.230	10.540	9,6
2023	114.595	4.278	3,7

Sumber: KPP Pratama Watampone, 2024

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa angka jumlah wajib pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Watampone memang tinggi dan semakin tahun terjadi peningkatan, namun jika dibandingkan dengan jumlah wajib pajak UMKM yang aktif melaporkan SPT masih begitu terasa tidak relevan. Artinya, terlihat ketidakpatuhan wajib pajak UMKM yang ada di KPP Pratama Watampone dengan total wajib pajak UMKM yang sudah menyampaikan Surat Pemberitahuan Pajak (SPT) masih terlampau jauh dibandingkan dengan jumlah wajib pajak UMKM yang terdaftar. Pada tahun 2021, total wajib pajak yang terdaftar sebanyak 106.134 dan wajib pajak yang melapor hanya sebesar 9.875, sedangkan pada tahun 2022 total wajib pajak yang terdaftar sebanyak 110.230 dan wajib pajak yang melapor hanya sebesar 10.540, lalu pada tahun 2023 total wajib pajak yang terdaftar sebanyak 114.595 dan wajib pajak yang melapor hanya sebesar 4.278. Hal ini menunjukkan bahwa pada tahun 2021-2023 masih ada wajib pajak yang tidak patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak khususnya pada sektor UMKM. Namun, hasil penelitiannya menunjukkan inkonsistensi yang signifikan. Terkait pemahaman wajib pajak, beberapa penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (Nono & Tyas 2023), sementara penelitian lain menunjukkan bahwa pemahaman tidak berpengaruh signifikan (Putri

& Wibowo 2021). Di sisi lain, hasil mengenai sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak juga bervariasi. Beberapa penelitian menemukan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan (Lita Novia Yulianti 2022), namun ada pula yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Septiani, dkk. 2019). Inkonsistensi serupa juga terlihat pada kesadaran wajib pajak, di mana beberapa studi menyimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Rahmawati & Halimatusadiah 2022), sementara yang lain melaporkan tidak adanya pengaruh signifikan (Rizki & Farina 2022). Ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu ini menciptakan *research gap* yang memerlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM. Oleh karena itu, peneliti termotivasi untuk menganalisis kembali pengaruh pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada KPP Pratama Watampone. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan praktis dalam perumusan kebijakan perpajakan yang lebih efektif untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM di wilayah tersebut.

2. KAJIAN LITERATUR

Teori Kepatuhan

Kepatuhan berasal dari kata patuh. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), patuh berarti sesuai dengan perintah, taat kepada perintah atau aturan dan berdisiplin. Dalam konteks perpajakan, teori kepatuhan yang relevan dikembangkan oleh *Erich Kirchler* melalui pendekatan *slippery slope framework*. Menurut *Kirchler* (2007), dalam kerangka *slippery slope framework*, kepatuhan pajak dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu kekuatan otoritas (*power of authorities*) dan kepercayaan terhadap otoritas (*trust in authorities*). Dalam konteks penelitian ini, *Slippery Slope Framework* berfungsi sebagai jembatan untuk memahami bagaimana pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM di KPP Pratama Watampone. Pemahaman wajib pajak yang baik dapat meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan dan otoritas, karena mereka merasa memahami dasar dan tujuan pajak yang dibayarkan. Sosialisasi perpajakan yang efektif dapat membangun kepercayaan dengan menyediakan informasi yang jelas dan dukungan, sehingga mengurangi persepsi bahwa otoritas hanya mengandalkan kekuatan. Sementara itu, kesadaran wajib pajak yang tinggi, yang mencakup pemahaman akan pentingnya kontribusi pajak bagi pembangunan, akan memperkuat dimensi kepercayaan, mendorong kepatuhan sukarela. Dengan demikian, teori ini membantu menjelaskan variasi kepatuhan UMKM, baik yang didorong oleh ketakutan akan sanksi maupun oleh kesadaran dan kepercayaan.

Teori Perilaku Terencana

Theory of Planned Behavior (TPB), yang dikembangkan oleh *Ajzen* (1991) menjelaskan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai sebuah teori psikologi sosial yang menggambarkan bagaimana niat berperilaku, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku memengaruhi sikap terhadap suatu perilaku. Teori ini sering digunakan untuk memahami dan memprediksi niat serta perilaku individu dalam konteks kepatuhan pajak (Kodriyah, 2024). Teori ini menekankan tiga faktor utama yang memengaruhi niat seseorang untuk mematuhi iat perilaku: sikap terhadap perilaku (evaluasi positif atau negatif terhadap tindakan kepatuhan pajak), norma subjektif (persepsi tekanan sosial untuk mematuhi atau tidak mematuhi pajak), dan persepsi kontrol perilaku (keyakinan individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan kepatuhan pajak).

Teori ini sangat dalam menganalisis bagaimana pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak memengaruhi niat dan perilaku kepatuhan wajib pajak UMKM. Pemahaman wajib pajak yang baik akan membentuk sikap yang lebih positif terhadap kepatuhan pajak, karena wajib pajak memahami manfaat dan kewajiban mereka. Pemahaman juga meningkatkan persepsi kontrol perilaku, membuat mereka merasa lebih mampu untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Sosialisasi

perpajakan berperan penting dalam membentuk norma subjektif, di mana informasi dan edukasi dari otoritas pajak dapat menciptakan tekanan sosial positif untuk patuh. Selain itu, sosialisasi dapat meningkatkan pemahaman dan kepercayaan diri wajib pajak, yang pada gilirannya memperkuat persepsi kontrol perilaku. Kesadaran wajib pajak secara langsung memengaruhi sikap terhadap kepatuhan pajak, karena individu yang sadar akan pentingnya pajak cenderung memiliki sikap yang lebih positif dan niat yang kuat untuk patuh. Dengan demikian, teori ini menyediakan kerangka kerja untuk mengidentifikasi faktor-faktor psikologis yang mendorong atau menghambat kepatuhan pajak UMKM di KPP Pratama Watampone.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak adalah kondisi di mana seorang wajib pajak bersedia mematuhi, mengikuti, dan melaksanakan seluruh hak serta kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan perpajakan (Pratama & Mulyani 2019). Kepatuhan ini terbagi menjadi dua aspek utama, yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal mengacu pada pemenuhan kewajiban administratif perpajakan, seperti pelaporan dan pembayaran pajak tepat waktu, sesuai ketentuan Undang-Undang perpajakan (Pangkey, dkk. 2023). Sementara itu, kepatuhan material adalah kondisi di mana wajib pajak secara substansial melaksanakan seluruh ketentuan perpajakan yang bersifat esensial, sesuai dengan maksud dan tujuan Undang-Undang perpajakan (Fitria 2017).

Dalam konteks penelitian ini, kepatuhan wajib pajak UMKM adalah variabel dependen yang ingin dijelaskan. Fenomena ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh pemahaman, sosialisasi, dan kesadaran menunjukkan bahwa kepatuhan ini tidak selalu linier. Teori Kepatuhan (*Slippery Slope Framework*) dan Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) menjadi kerangka analitis untuk menjembatani bagaimana faktor-faktor tersebut (pemahaman, sosialisasi, kesadaran) secara individual dan interaktif memengaruhi baik kepatuhan formal maupun material. Misalnya, pemahaman yang baik dan sosialisasi yang efektif dapat meningkatkan kemampuan UMKM untuk memenuhi kewajiban formal (misalnya, mengisi SPT dengan benar), sementara kesadaran yang tinggi dan kepercayaan terhadap otoritas dapat mendorong kepatuhan material (misalnya, melaporkan seluruh penghasilan yang sebenarnya). Dengan demikian, penelitian ini akan menguji bagaimana ketiga variabel independen tersebut berkontribusi pada tercapainya kedua aspek kepatuhan wajib pajak UMKM di KPP Pratama Watampone.

Pemahaman Wajib Pajak

Pemahaman wajib pajak adalah segala hal mengenai perpajakan yang sudah dipahami dan dimengerti dengan baik oleh wajib pajak dan wajib pajak tersebut mampu menjelaskan kembali kepada orang lain (Palalangan, dkk. 2019). Indikator pemahaman wajib pajak meliputi kemampuan wajib pajak untuk memahami kewajiban perpajakan, seperti perhitungan jumlah pajak terutang, penerapan tarif pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku, serta kemampuan untuk mengikuti informasi terbaru mengenai peraturan perpajakan (Nono & Tyas 2023).

Sosialisasi Perpajaan

Sosialisasi perpajakan adalah salah satu upaya yang dilakukan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk memberikan wawasan dan informasi kepada wajib pajak terkait peraturan dan tata cara perpajakan (Putri & Wibowo 2021). Menurut Peraturan Direktorat Jenderal Pajak pasal 2 Nomor 3 Tahun 2013 tentang pedoman penyuluhan perpajakan menyebutkan bahwa penyuluhan atau sosialisasi bertujuan untuk mengedukasi wajib pajak agar peduli, paham, sadar dan juga dapat memberikan kontribusi dalam kegiatan perpajakan. Melalui kegiatan sosialisasi yang efektif, diharapkan dapat tercipta kepatuhan pajak yang lebih baik serta mengurangi ketidakpatuhan yang disebabkan oleh ketidaktahuan atau ketidakpahaman wajib pajak terhadap peraturan yang berlaku (Guna, dkk. 2022).

Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak merujuk pada pemahaman dan kesediaan wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan secara sukarela. Menurut Ristanti dkk. (2022) kesadaran wajib pajak adalah kondisi dimana wajib pajak mengetahui dan merasa dengan sukarela menegakkan peraturan perpajakan. Selain itu, kesadaran juga melibatkan perilaku wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan berdasarkan pemahaman dan pengetahuan yang telah ditetapkan oleh undang-undang, tanpa adanya pelanggaran yang dilakukan (Lita Novia Yulianti 2022). Aspek kesadaran ini dapat diukur dari beberapa indikator, seperti kesadaran bahwa membayar pajak merupakan kontribusi untuk negara, kesadaran akan dampak negatif menunda atau mengurangi pajak yang dapat merugikan negara, serta pemahaman bahwa kewajiban perpajakan ditetapkan berdasarkan aturan perundang-undangan yang berlaku dan dapat dipaksakan (Andari Rusanti 2021).

Pengembangan Hipotesis Penelitian

Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Teori kepatuhan juga menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, yang membentuk perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Pemahaman wajib pajak yang memadai, sosialisasi perpajakan yang efektif, dan kesadaran wajib pajak yang tinggi adalah tiga faktor yang saling melengkapi dalam mendorong kepatuhan. Pemahaman yang baik memberi dasar pengetahuan, sosialisasi perpajakan memastikan penyampaian informasi yang merata, sementara kesadaran wajib pajak menjadi penggerak moral untuk bertindak patuh. Penelitian oleh Putri & Wibowo (2021) menunjukkan bahwa ketiga variabel ini memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H_1: Diduga pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak secara simultan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Teori kepatuhan (*compliance theory*) menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak terjadi ketika wajib pajak memiliki memiliki pemahaman yang mendalam dan kesadaran mengenai kewajiban perpajakannya. Pemahaman wajib pajak menjadi faktor internal yang signifikan dalam meningkatkan kepatuhan, karena wajib pajak yang memahami tanggung jawabnya cenderung lebih patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Penelitian oleh Meidiyustiani, dkk. (2022) menunjukkan bahwa pemahaman wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal serupa juga ditemukan oleh Nono & Tyas (2023) yang menyatakan bahwa pemahaman wajib pajak memiliki positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang dapat diambil adalah;

H_2: Diduga pemahaman wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Teori kepatuhan juga menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak dapat meningkat seiring dengan pengetahuan dan pemahaman yang diperoleh mengenai kewajiban perpajakan. Sosialisasi perpajakan berperan sebagai faktor eksternal yang penting dalam memberikan pemahaman dan kesadaran kepada wajib pajak. Melalui sosialisasi yang efektif, wajib pajak dapat memperoleh informasi yang tepat mengenai peraturan, tata cara, dan manfaat pembayaran pajak, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk mematuhi aturan perpajakan. Penelitian oleh Putri & Wibowo (2021) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif meskipun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian Widyanti, dkk. (2021) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, meskipun beberapa penelitian lain seperti oleh Septiani, dkk.

(2019), sosialisasi perpajakan tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H_3: Diduga sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Kesadaran wajib pajak merupakan faktor internal yang sangat penting dalam mendorong kepatuhan. Teori kepatuhan menekankan bahwa semakin tinggi kesadaran wajib pajak terhadap tanggung jawab perpajakannya, semakin besar kemungkinan mereka untuk mematuhi kewajiban perpajakan. Penelitian Madjodjo & Baharuddin (2022) menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal serupa ditemukan dalam penelitian Lita Novia Yulianti (2022) yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak sangat memengaruhi kepatuhan mereka. Oleh karena itu, kesadaran wajib pajak menjadi faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepatuhan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H_4: Diduga kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, serta menganalisis data secara kuantitatif atau statistik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2019). Dalam konteks penelitian ini, tujuan utamanya adalah untuk menguji pengaruh variabel pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Watampone.

Variabel dalam penelitian ini meliputi pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan kepatuhan wajib pajak. Jenis data yang digunakan terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner, di mana informasi dikumpulkan berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner. Data sekunder berasal dari sumber yang sudah ada, yang dalam hal ini meliputi data jumlah wajib pajak UMKM dan tingkat pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT).

Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan beberapa teknik. Uji asumsi klasik diterapkan untuk memverifikasi asumsi klasik yang diperlukan dalam regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan, sedangkan uji hipotesis meliputi uji F untuk uji simultan dan uji t untuk uji parsial. Semua analisis ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 29.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai data penelitian pada variabel pemahaman wajib pajak (X_1), sosialisasi perpajakan (X_2), kesadaran wajib pajak (X_3), dan kepatuhan wajib pajak (Y). Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemahaman Wajib Pajak (X_1)	100	30	45	38,83	3,039
Sosialisasi Perpajakan (X_2)	100	17	25	22,63	1,857
Kesadaran Wajib Pajak (X_3)	100	21	30	26,55	2,022
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	100	14	20	18,40	1,435
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 2, variabel pemahaman wajib pajak memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 38,83. Sedangkan kepatuhan wajib pajak menunjukkan tingkat variasi jawaban responden yang relatif rendah dengan rata-rata 18,40. Nilai standar deviasi yang relatif kecil

menunjukkan bahwa jawaban 100 responden cenderung homogen atau saling mendekati dan tidak memiliki selisih yang jauh dsari nilai rata-rata. Dalam hal ini, terdapat kesamaan pendapat atau pandangan yang kuat di antara responden mengenai pernyataan yang diberikan.

Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai korelasi di atas rtabel sebesar 0,195 sehingga seluruh item dinyatakan valid. Seluruh variabel juga memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, tidak terjadi multikolinearitas, dan tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas sehingga model regresi layak digunakan dalam penelitian.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Tabel 3. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,984	1,863		3,212	,002
X1	,143	,048	,303	2,983	,004
X2	,270	,076	,349	3,529	<,001
X3	,028	,072	,039	,391	,697

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh nilai konstanta sebesar 5,984 yang menunjukkan bahwa ketika variabel pemahaman wajib pajak (X_1), sosialisasi perpajakan (X_2), dan kesadaran wajib pajak (X_3) dianggap konstan, maka nilai kepatuhan wajib pajak (Y) 5,984. Variabel pemahaman wajib pajak memiliki koefisien regresi sebesar 0.143 dengan arah positif, yang menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman wajib pajak cenderung meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM.

Sosialisasi perpajakan juga menunjukkan pengaruh positif dengan koefisien sebesar 0,270, sehingga semakin baik sosialisasi perpajakan yang diterima wajib pajak maka kecenderungan kepatuhan wajib pajak juga meningkat. Sementara itu, kesadaran wajib pajak memiliki koefisien regresi sebesar 0,028 dengan arah positif, namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik karena nilai signifikasi sebesar 0,697 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001 sehingga H_1 diterima. Dengan demikian, pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Hasil pengujian parsial (uji t), variabel pemahaman wajib pajak memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 dengan koefisien regresi sebesar 0,143 sehingga H_2 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemahaman wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.Variabel sosialisasi perpajakan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 dengan koefisien regresi sebesar 0,270 sehingga H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.Variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai signifikansi sebesar 0,697 dengan koefisien regresi sebesar 0,028 sehingga H_4 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien

determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Semakin kecil nilai R^2 , semakin rendah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	**R**	**R Square**	**Adjusted R Square**	**Std. Error of the Estimate**
1	,586[a]	,343	,323	1,181

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4, nilai Adjusted R Square sebesar 0,323 menunjukkan bahwa variabel dependen dalam hal ini Kepatuhan Wajib Pajak dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak sebesar 32,3%. Sedangkan sisanya 68,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, pemahaman wajib pajak dan sosialisasi perpajakan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Sementara itu, kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kepatuhan wajib pajak lebih dipengaruhi oleh tingkat pemahaman wajib pajak dan efektivitas sosialisasi perpajakan dibanding kesadaran wajib pajak itu sendiri.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman wajib pajak dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, sedangkan kesadaran wajib pajak tidak berpengarih signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di KPP Pratama Watampone.

Pengaruh simultan tersebut menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak tidak terbentuk hanya dari satu faktor, melainkan melalui kombinasi antara pemahaman, sosialisasi dan juga kesadaran. Ketika wajib pajak memiliki pemahaman yang baik mengenai tata cara perpajakan, memperoleh sosialisasi yang memadai, serta memiliki kesadaran mengenai pentignya pajak, maka kecenderungan untuk patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan juga akan meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian Yulia, dkk (2020) dan Meidiyustiani, dkk (2022) yang menyatakan bahwa ketiga variabel ini dapat meningkatkan perilaku patuh pada wajib pajak jika dioptimalkan secara bersamaan. Selain itu, penelitian ini juga mendukung teori *slippery slope framework* oleh *Kirchler* (2007) yang menyatakan bahwa kepatuhan terbentuk dari kombinasi antara kekuatan otoritas (*power of authorities*) dan kepercayaan terhadap otoritas (*trust in authorities*). Ketiga variabel ini mencerminkan dimensi *voluntary compliance* dalam teori *slippery slope framework* oleh Kirchler, di mana kepatuhan dibentuk bukan semata-mata karena takut sanksi, tetapi karena adanya kepercayaan, pemahaman, dan tanggung jawab moral terhadap otoritas perpajakan.

Pengaruh parsial menunjukkan bahwa pemahaman wajib pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik pemahaman wajib pajak mengenai peraturan, prosedur, serta tata cara perpajakan, maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM. Pemahaman yang baik memungkinkan wajib pajak mengetahui cara menghitung, membayar, dan melaporkan pajak secara benar sehingga dapat mengurangi kesalahan maupun ketidakpatuhan administratif. Hasil ini konsisten dengan penelitian Nono & Tyas (2023) serta Meidiyustiani dkk (2022) yang menemukan bahwa pemahaman wajib pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, penelitian ini juga mendukung konsep *voluntary compliance* dalam teori Kirchler, di mana pemahaman yang kuat terhadap peraturan perpajakan menunjukkan adanya kepercayaan terhadap otoritas dan persepsi bahwa aturan tersebut sah serta layak dipatuhi. Dalam konteks ini, pemahaman juga menjadi bagian dari faktor internal yang memengaruhi perilaku patuh wajib pajak secara

sadar, sesuai kerangka kerja *slippery slope framework* yang menekankan pentingnya pengetahuan dan pemahaman sebagai fondasi ketaatan sukarela. Dengan kata lain, wajib pajak yang memahami bagaimana cara menghitung, membayar, dan melaporkan pajak cenderung lebih patuh karena tahu apa yang harus dilakukan dan mengapa hal tersebut penting. Hasil ini menunjukkan bahwa aspek pemahaman teknis masih menjadi faktor dominan dalam membentuk kepatuhan wajib pajak UMKM, terutama karena sebagian pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam memahami administrasi perpajakan.

Sosialisasi perpajakan juga terbukti secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang dilakukan melalui penyuluhan, seminar, media digital, maupun media informasi lainnya membantu wajib pajak memperoleh informasi perpajakan secara lebih mudah dan jelas. Semakin efektif sosialisasi yang dilakukan, maka semakin besar peluang wajib pajak memahami hak dan kewajiban perpajakannya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Nono & Tyas (2023) dan Lita Novia Yulianti (2022) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, penelitian ini memperkuat kerangka *slippery slope framework* dari *Kirchler*, di mana sosialisasi merupakan tindakan otoritas yang dapat meningkatkan kepercayaan dan legitimasi melalui penyampaian informasi, edukasi, dan transparansi. Ketika sosialisasi dilakukan secara efektif melalui berbagai media dan metode, hal ini meningkatkan kesadaran kognitif dan informasi teknis, sehingga mendorong kepatuhan baik secara sukarela maupun karena adanya pemahaman yang lebih baik tentang sanksi dan risiko jika tidak patuh.

Variabel kesadaran wajib pajak dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Meskipun secara umum responden memiliki tingkat kesadaran yang cukup baik mengenai pentingnya pajak, kesadaran tersebut belum mampu mendorong perilaku kepatuhan secara nyata. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran moral saja belum cukup tanpa diikuti pemahaman teknis dan dukungan informasi yang memadai. Hasil ini sejalan dengan penelitian Meidiyustiani, dkk (2022) yang menyatakan bahwa kesadaran pajak saja tidak cukup tanpa pemahaman dan sistem yang jelas dan penelitian Rizki & Farina (2022) menyatakan bahwa meskipun wajib pajak merasa sadar, mereka belum tentu tahu bagaimana cara memenuhi kewajiban pajak dengan benar. Selain itu, penelitian ini juga selaras dengan pemikiran Kirchler bahwa kepatuhan tidak hanya bisa dibangun dari kepercayaan atau kesadaran semata, tetapi juga perlu didukung oleh faktor eksternal seperti kekuatan otoritas, edukasi, dan pemahaman teknis. Kondisi ini dapat terjadi karena sebagian wajib pajak UMKM masih mengalami kesulitan dalam aspek teknis perpajakan sehingga kesadaran yang dimiliki belum sepenuhnya diwujudkan dalam tindakan patuh.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan kepatuhan wajib pajak UMKM perlu difokuskan pada peningkatan pemahaman perpajakan dan optimalisasi sosialisasi perpajakan secara berkelanjutan. Otoritas pajak perlu memperluas edukasi perpajakan yang mudah dipahami oleh pelaku UMKM, baik melalui media digital maupun pendampingan langsung. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan fiskus, sanksi perpajakan, atau dan digitalisasi sistem perpajakan yang dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemahaman wajib pajak dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman wajib pajak mengenai ketentuan perpajakan dan semakin efektif sosialisasi perpajakan yang diberikan, maka tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM cenderung meningkat. Sementara itu, kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kesadaran saja belum cukuo untuk mendorong perilaku patuh tanpa didukung oleh pemahaman teknis dan informasi perpajakan yang memadai.

Selain itu, secara simultan pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan kepatuhan wajib pajak UMKM perlu difokuskan pada penguatan edukasi perpajakan dan optimalisasi perpajakan yang lebih efektif, praktis, dan mudah dipahami oleh pelaku UMKM. Otoritas perpajakan diharapkan dapat meningkatkan intensitas penyuluhan, pemanfaatan media digital, serta pendampingan teknis agar wajib pajak lebih memahami tata cara perpajakan dan terdorong untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara benar dan tepat. Dan bagi pelaku UMKM, diharapkan lebih proaktif mengikuti edukasi perpajakan, bukan hanya untuk memahami kewajiban perpajakan secara umum, tetapi juga meningkatkan kemampuan teknis dalam pencatatan, penghitungan, dan pelaporan pajak secara mandiri. Karena pemahaman teknis yang baik menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu pemahaman wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak, sehingga masih terdapat faktor lain yang kemungkinan memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM namun belum dianalisis dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian ini hanya dilakukan pada wajib pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Watampone sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan pada wilayah atau jenis wajib pajak lainnya

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain seperti kualitas pelayanan fiskus, sanksi perpajakan, modernisasi sistem perpajakan, atau tingkat kepercayaan terhadap otoritas pajak agar dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan wilayah penelitian dan menggunakan metode penelitian yang berbeda agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif.

6. DAFTAR PUSTAKA

Andari Rusanti, Putri. (2021). "Pengaruh Pemahaman Akuntansi Pajak Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada UMKM Yang Berada Di Kota Bogor)."

Arta, L. D., & Alfasadun. (2022). "Pengaruh Tarif Pajak, Pemahaman Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Kota Pati." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 4(12):5453–61. doi: https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1999.

Damayanti, T. & Santoso, B. (2024). "Pengaruh Prosedur Pemungutan, Penyetoran, Dan Pelaporan Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 22 Terhadap Penurunan Omset Penjualan Pada PT Duta Intidaya, Tbk." *Cakrawala* 31(2):137–46. doi: https://doi.org/10.70005/cakrawala.v31i2.96.

Daud, D. (2023). "Dampak Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak." *Al-Buhuts* 19(2):528–38. doi: https://doi.org/10.30603/ab.v19i2.4675.

Fitria, D. (2017). "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak." *Journal of Applied Business and Economics* 4(1):30–44.

Guna, W, I., dkk. (2022). "Kepatuhan Wajib Pajak Badan Selama Era Pandemi Covid 19: Insentif Pajak, Sosialisasi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak." *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)* 6(2S):613–25. doi: https://doi.org/10.31092/jpi.v6i2S.1834.

Irham, dkk. (2023). "Literature Review Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan UMKM Dan Penurunan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM." *Journal of Comprehensive Science (JCS)* 2(1):65–69. doi: https://doi.org/10.59188/jcs.v2i1.184.

Karlina, U. W. & Ethika, M. H. (2020). "Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor." *Jurnal*

Kajian Akuntansi Dan Auditing 15(2):143–54.

KEMENKOPUKM. 2024. *Terms Of Reference (TOR)*.

Kirchler, E. (2007). *The Economic Psychology Of Tax Behaviour*. Cambridge university press.

Kodriyah, I. K. (2024). "Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Perspektif Theory Planned Behavior." *LAWSUIT Junal Perpajakan* 3(2):114–24. doi: https://doi.org/10.30656/lawsuit.v3i2.9911.

Lita Novia Yulianti. (2022). "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Pemahaman Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19." *Manajemen* 2(1):46–53. doi: 10.51903/manajemen.v2i1.127.

Madjodjo, F. & Baharuddin, I. (2022). "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM." *Gorontalo Accounting Journal* 5(1):50–67. doi: https://doi.org/10.32662/gaj.v5i1.1979.

Meidiyustiani, dkk. (2022). "Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Pelayanan Petugas Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM." *Jurnal Bina Akuntansi* 9(2):184–97.

Nono, V. R. M, & Tyas. A. M. (2023). "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Atambua)." *Soetomo Accounting Review* 1(4):618–36.

Palalangan, dkk. (2019). "Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Tentang Penerapan PP No. 23 Tahun 2018, Pemahaman Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Makassar." *Paulus Journal of Accounting (PJA)* 1(1):29–41. doi: https://doi.org/10.34207/.

Pangkey, dkk. (2023). "Analisis Kepatuhan Perpajakan Bendaharawan Pemerintah Di Dinas Pariwisata Daerah Provinsi Sulawesi Utara." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11(4):1587–95. doi: 10.35794/emba.v11i4.52082.

Pratama, R. A., &Mulyani, E. (2019). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Pajak, Sanksi Perpajakan, Dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kota Padang." *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 1(3):1293–1306. doi: https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.143.

Putra, A. F. (2020). "Kepatuhan Wajib Pajak UMKM: Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, Dan Modernisasi Sistem." *JRAP (Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan)* 7(01):1–12. doi: https://doi.org/10.35838/jrap.2020.007.01.1.

Putri, A., & Wibowo, D. (2021). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)* 10(2).

Rahman, A. (2024). "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Keadilan Perpajakan Serta Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Pada Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Yang Terdaftar Sebagai Wajib Pajak Di KPP Pratama Pekanbaru Kecam."

Rahmawati, S., & Halimatusadiah, E. (2022). "Pengaruh Penurunan Tarif Pajak Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM." Pp. 335–40 in *Bandung Conference Series: Accountancy*. Vol. 2.

Ristanti, dkk. (2022). "Literature Review Pengaruh Penerapan Pajak UMKM, Sosialisasi Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak." *Jurnal Ilmu Multidisplin* 1(2):380–91. doi: https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.49.

Riyanto, E. A., & Ningsih, T. W. (2021). "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Kota Semarang." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan* 9(3):589–96.

Rizki, M. & Farina, K. (2022). "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman

Perpajakan Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Pasar Tohaga Cibinong." *Trilogi Accounting & Business Research* 3(2):273–82. doi: https://doi.org/10.31326/tabr.v3i2.1477.

Septiani, dkk. (2019). "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Tarif Perpajakan, Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak." *E-Jurnal Riset Manajemen* 08(08):126–38.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. 3rd ed. Bandung: Alfabeta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2003 Tentang Keuangan Negara.

UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha, Mikro, Kecil, Dan Menengah

Widyanti, dkk. (2021). "Pengaruh Tingkat Pemahaman, Sanksi, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM." *Journal Management, Business, and Accounting (MBIA)* 20(3):285–94.

Yulia, dkk. (2020). "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendidikan Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada UMKM Dikota Padang." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 1(4):305–10.