

PENGARUH SOSIALISASI PP 23/2018 TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DENGAN PEMAHAMAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

THE EFFECT OF SOCIALIZATION PP 23/2018 ON UMKM TAXPAYER COMPLIANCE WITH AN UNDERSTANDING OF TAXPAYERS AS INTERVENING VARIABLES

Dewi Kusuma Wardani¹, Fitri Kartikasari²

¹Program Studi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, *dewifeust@gmail.com*

²Program Studi Akuntansi Sarjanawiyata Tamansiswa, *fitrikartika0902@gmail.com*

Info Artikel

Diterima 30 Desember 2020
Direvisi 28 Januari 2020
Dipublikasi 28 Februari 2020

Kata Kunci: *Sosialisasi PP 23/2018, Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.*

Keywords : *PP 23/2018 Socialization, Taxpayer Understanding, UMKM Taxpayer Compliance.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi PP 23/2018 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM melalui pemahaman wajib pajak. Data yang digunakan untuk pengujian hipotesis yaitu menggunakan data primer. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur dengan sosialisasi PP 23/2018 sebagai variabel (X) serta pemahaman wajib pajak sebagai variabel *intervening* dan kepatuhan wajib pajak UMKM sebagai variabel (Y). Setelah data dianalisis, dapat diketahui bahwa sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh terhadap pemahaman wajib pajak. Pemahaman wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Sosialisasi PP 23/2018 berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Secara tidak langsung sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Abstract

This study aims to determine the effect of PP 23/2018's socialization on UMKM taxpayer compliance through taxpayer understanding. The data used for hypothesis testing is using primary data. Data analysis techniques using path analysis with the socialization of PP 23/2018 as a variable (X) and understanding of taxpayers as intervening variables and UMKM taxpayer compliance as a variable (Y). After analyzing the data, it can be seen that the socialization of PP 23/2018 has no effect on the understanding of taxpayers. Understanding taxpayers has a positive effect on tax compliance of UMKM. PP 23/2018's socialization had a positive effect on UMKM taxpayer compliance. PP 23/2018 socialization variable towards UMKM taxpayer compliance is 0.292 and the indirect effect is 0.1172. Indirectly, the socialization of PP 23/2018 has no effect on the compliance of UMKM taxpayers.

PENDAHULUAN

Salah satu fungsi pajak yaitu fungsi penerimaan, dimana pajak bermanfaat sebagai sumber dana bagi pembiayaan pemerintah (Tampubolon, 2013). Pajak yang telah dibayarkan kepada negara akan digunakan untuk membiayai kepentingan umum negara seperti pembangunan infrastruktur yang diharapkan rakyat dapat merasakan manfaat dari pembangunan infrastruktur tersebut..

Tabel 1. Pertumbuhan UMKM di Provinsi DIY

(dalam satuan unit)

Uraian	2013	2014	2015	2016	2017
Usaha Mikro	111.912	120.725	125.863	130.525	135.799
Usaha Kecil	51.459	55.176	57.412	59.655	62.042
Usaha Menengah	31.121	33.326	34.737	36.031	37.472
Jumlah	194.492	209.227	218.012	226.211	235.313

Sumber: Bappeda.jogjaprov.go.id

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Wilayah DIY mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir. Hal ini menandakan bahwa perekonomian di Indonesia saat ini didukung oleh adanya UMKM. Dugaan bahwa diberlakukannya PP Nomor 46 tahun 2013 dikarenakan adanya kemampuan penerimaan pajak dari sektor UMKM yang belum maksimal. Wajib Pajak Orang Pribadi maupun Badan yang mempunyai peredaran usaha kurang dari Rp. 4.800.000.000,- dalam satu tahun merupakan sasaran dari ketetapan peraturan ini, dimana tarif yang dikenakan sebesar 1% dari peredaran usaha.

Penyebab dari perubahan tarif ini dapat dilihat dari segi aspek keadilan dimana aspek ini menjadi kontra karena pajak penghasilan PP Nomor 46 tahun 2013 ini termasuk pajak final. Diberlakukannya penurunan tarif pajak UMKM, diharapkan masyarakat menjadi tidak terbebani dan dapat menjadikan wajib pajak tersebut semakin patuh.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM salah satunya yaitu sosialisasi mengenai PP Nomor 23 Tahun 2018. Sosialisasi perpajakan yaitu suatu kegiatan yang dapat dilakukan oleh pihak DJP agar pemahaman serta pengetahuan masyarakat mengenai perpajakan dapat meningkat serta untuk menunjang pelaksanaan pelayanan perpajakan (Darmanto, 2018). Sosialisasi dapat dilakukan oleh pihak DJP dengan berbagai cara, diantaranya adalah melakukan penyuluhan langsung kepada UMKM, menyebarkan brosur, memasang spanduk, maupun dapat melalui media cetak

seperti majalah dan koran. Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM yaitu pemahaman mengenai PP No. 23 Tahun 2018. Menurut Wahyuningsih (2016) pemahaman wajib pajak dapat dikatakan sebagai pandangan wajib pajak pada pengetahuan perpajakan yang dimiliki.

Menurut Darmanto (2018), sosialisasi perpajakan termasuk sosialisasi PP 23/2018 dapat membantu menambah pengertian para pelaku usaha mengenai pentingnya membayar pajak. Marpaung (2016) berpendapat bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan UMKM. Menurut Suryaning (2015) sosialisasi perpajakan mempunyai pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Jika sosialisasi perpajakan sering dilakukan, maka dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lidya (2013) yang menyebutkan bahwa sosialisasi pajak tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Pemahaman peraturan perpajakan adalah suatu cara dimana wajib pajak dapat memahami serta mengetahui mengenai peraturan dan prosedur dalam perpajakan serta dapat mengimplementasikannya dalam kegiatan perpajakan seperti membayar pajak dan melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT) (Priambodo, 2017). Penelitian yang dilakukan Astina dan Setiawan (2018) mengungkapkan bahwa pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh secara positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Herbert Tena, Sondakh, dan Warongan, 2017) yang mengungkapkan bahwa pemahaman wajib pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pranadata (2014) yang mengungkapkan bahwa pemahaman wajib pajak tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Kepatuhan merupakan kondisi dimana wajib pajak dapat menjalankan serta menerapkan semua kewajiban perpajakannya. Semakin sering sosialisasi mengenai PP 23/2018 dilakukan, maka akan semakin besar pula tingkat kepatuhan wajib pajak. Adanya sosialisasi PP 23/2018 dapat menambah pemahaman wajib pajak mengenai aturan tersebut, sehingga dengan wajib pajak memahami mengenai kewajibannya dalam membayar pajak, maka akan dapat meningkatkan kepatuhan serta dapat melaksanakan kewajiban dalam membayar pajak. Penelitian yang dilakukan (Cahya Pekerti, Wilopo, & Maulinahardi R, 2015) mengungkapkan bahwa sosialisasi perpajakan mempunyai pengaruh secara langsung terhadap pemahaman wajib pajak. Penelitian yang mendukung bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dilakukan oleh

Widowati (2013). Penelitian Marpaung 2016) mengungkapkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan UMKM. Penelitian Wardani dan Wati (2018) mengungkapkan bahwa sosialisasi perpajakan mempunyai pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini populasi merupakan area umum yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki ciri dan spesifikasi tertentu yang dapat dipastikan oleh peneliti untuk digali dan kemudian diambil kesimpulannya (Lestari, 2017). Menurut Kusuma, (2016 yang dikutip dari Sukandarrumidi (2006), sampel merupakan bagian dari populasi yang mempunyai sifat yang sama dari obyek yang merupakan sumber data. Teknik pengambilan sampel atas responden dengan menggunakan *convenience sampling*. *Convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara sembarang dengan pertimbangan kemudahan akses yang dapat dicapai oleh peneliti (Astuti, 2019 yang dikutip dari Ryobimo, 2012). Sampel dalam penelitian ini adalah 84 Wajib Pajak UMKM yang berada di Yogyakarta. Sampel didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada wajib pajak UMKM yang berada di wilayah Yogyakarta.

Pengembangan Instrumen Penelitian merupakan perangkat yang dipakai untuk mengukur variabel yang diteliti. Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah instrumen berupa kuesioner yang terdiri dari beberapa pernyataan berdasarkan indikator tiap variabel yang digunakan dengan variabel yang digunakan yaitu variabel sosialisasi PP 23/2018, pemahaman wajib pajak, dan kepatuhan wajib pajak UMKM. Penelitian ini menggunakan *pilot test* atau pengujian awal penelitian sebelum penelitian sesungguhnya. *Pilot test* yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan 30 orang responden awal yang diberikan kepada wajib pajak UMKM di wilayah Yogyakarta. Pada penelitian ini, variabel akan diukur dengan menggunakan skala *likert* poin 1 sampai dengan 5 mulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.

Pengaruh Sosialisasi PP 23/2018 Terhadap Pemahaman Wajib Pajak

Sosialisasi PP 23/2018 yang disebut dalam penelitian ini yaitu penyuluhan atau upaya pemberian penjelasan kepada wajib pajak khususnya bagi UMKM mengenai PP 23/2018. Semakin sering sosialisasi perpajakan dilakukan, maka akan semakin memperluas pengetahuan dan meningkatkan pemahaman wajib pajak untuk menjalankan

kewajibannya dalam membayar pajak. Dengan adanya sosialisasi perpajakan, wajib pajak akan mengetahui dan memahami bahwa uang yang dibayarkan untuk membayar pajak akan digunakan untuk membayar pajak dan akan digunakan untuk membangun infrastruktur negara serta masyarakat akan mendapat manfaat dari pembangunan infrastruktur tersebut. Oleh karena itu, peneliti mengambil hipotesis yaitu:

H1: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap pemahaman wajib pajak.

Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Wajib pajak yang mempunyai tingkat pemahaman yang tinggi mengenai peraturan perpajakan yang berlaku, maka akan semakin besar pula tingkat kepatuhan yang dimiliki oleh wajib pajak tersebut sehingga wajib pajak akan menjalankan kewajibannya dengan baik. Sebaliknya, jika tingkat pemahaman wajib pajak rendah, maka tingkat kepatuhan untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya juga rendah. Hal ini menandakan bahwa tingkat pemahaman yang dimiliki oleh wajib pajak sangat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, peneliti mengambil hipotesis, yaitu:

H2: Pemahaman wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Pengaruh Sosialisasi PP 23/2018 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Adanya sosialisasi akan memberikan pengaruh baik terhadap kepatuhan wajib pajak, yaitu wajib pajak akan semakin patuh dalam membayar pajak. Hal ini disebabkan karena dengan adanya sosialisasi perpajakan, bagi wajib pajak atau pelaku usaha yang belum mengetahui dan memahami mengenai perpajakan, mereka akan mendapatkan ilmu dan informasi mengenai perpajakan tersebut. Sosialisasi dapat dilakukan dengan cara penyuluhan secara langsung, pemasangan spanduk ataupun *billboard*, maupun melalui media massa seperti majalah, koran, ataupun dapat diakses secara *online*. Oleh karena itu, peneliti mengambil hipotesis, yaitu:

H3: Sosialisasi PP 23/2018 berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Sosialisasi PP 23/2018 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Melalui Pemahaman Wajib Pajak Sebagai Variabel *Intervening*

Adanya sosialisasi PP 23/2018 akan meningkatkan pemahaman wajib pajak. Sosialisasi PP 23/2018 dapat membuat wajib pajak patuh dengan adanya pemahaman

yang dimiliki oleh wajib pajak. Pemahaman wajib pajak dapat menjadi *jalur* bagi sosialisasi perpajakan dalam mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Semakin sering sosialisasi dilakukan, maka akan menambah pemahaman wajib pajak dan menjadikan wajib pajak patuh dalam hal perpajakan.

Sosialisasi PP 23/2018 dilakukan untuk menyampaikan informasi yang baik dan benar tentang Pp 23/2018 sehingga dapat menambah pemahaman wajib pajak mengenai pentingnya membayar pajak dan bagaimana cara menghtiuang pajak untuk UMKM. Jika sosialisasi perpajakan disampaikan dengan dengan cara yang tepat, jelas, benar, serta nyaman oleh aparaturn pajak, maka wajib pajak akan mempunyai pengetahuan mengenai arti pentingnya dalam membayar pajak yang secara otomatis dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Wardani & Wati, 2018). Oleh karena itu, peneliti mengambil hipotesis, yaitu:

H4: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak melalui pemahaman sebagai variabel intervening

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas dan Reliabilitas Data

Berdasarkan hasil uji validitas terbukti bahwa semua bagian pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *person correlation* yang berada diatas nilai r tabel. Sedangkan uji reliabilitas memperlihatkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *cronbach alpha* yang lebih tinggi dari 0,600.

Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini telah dinyatakan lolos dalam pengujian asumsi klasik yang diantaranya yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik F

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	429.884	2	214.942	33.978	.000 ^a
<i>Residual</i>	512.402	81	6.326		
<i>Total</i>	942.286	83			

a. *Predictors:* (Constant), Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi PP 23/2018

b. *Dependent Variable:* Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sumber: Data primer diolah, 2019

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktur 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	30.808	5.223		5.899	.000
Sosialisasi PP 23/2018	.324	.196	.180	1.654	.102

a. *Dependent Variable:* Pemahaman Wajib Pajak

Sumber: Data primer diolah, 2019

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktur 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.374	2.138		8.125	.000
Pemahaman Wajib Pajak	.418	.054	.651	7.776	.000

a. *Dependent Variable:* Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sumber: Data primer diolah, 2019

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktur 3

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	24.878	3.261		7.629	.000
Sosialisasi PP 23/2018	.339	.122	.292	2.770	.007

a. *Dependent Variable:* Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sumber: Data primer diolah, 2019

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktur 4

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.632	3.020		4.183	.000
Sosialisasi PP 23/2018	.210	.097	.181	2.177	.032
Pemahaman Wajib Pajak	.398	.053	.619	7.430	.000

a. *Dependent Variable:* Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sumber: Data primer diolah, 2019

Pengaruh langsung yang diberikan dari variabel sosialisasi PP 23/2018 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0,180. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji parsial (uji t) pada tabel 4 dimana nilai *standardized coefficients beta* sebesar 0,180 sedangkan pengaruh tidak langsung yang diberikan dari variabel sosialisasi PP 23/2018 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM adalah perkalian antara beta X terhadap Z dengan nilai Z

terhadap Y yaitu, $0,180 \times 0,651 = 0,1172$ maka jumlah keseluruhan pengaruh yang diberikan Z terhadap Y sebesar pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung, yaitu $0,292 + 0,1172 = 0,4092$. Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diketahui nilai pengaruh langsung sosialisasi PP 23/2018 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0,180 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,1172 yang bermakna bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dari nilai pengaruh langsung. Hasil ini menandakan bahwa secara tidak langsung sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM melalui pemahaman wajib pajak.

Pada tabel uji t dapat dilihat bahwa variabel sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap pemahaman wajib pajak. Variabel pemahaman wajib pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Variabel sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM melalui pemahaman wajib pajak. Hal ini dapat dibuktikan dengan membandingkan nilai t-hitung dan nilai t-tabel serta tingkat signifikansi pada variabel sosialisasi PP 23/2018 yang berada di atas 0,05 dan variabel pemahaman wajib pajak berada di bawah 0,05.

Apabila nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, maka H1 diterima dan H0 ditolak. Sebaliknya jika nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel, maka H1 ditolak dan H0 diterima. Tabel dalam uji t menjelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel sosialisasi PP 23/2018 memiliki t-hitung 1,654 lebih kecil dari t-tabel 1,6632 dengan tingkat signifikansi 0,102. Hal ini mengungkapkan bahwa sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh terhadap pemahaman wajib pajak.
- b. Variabel pemahaman wajib pajak memiliki t-hitung 7,776 lebih besar dari t-tabel 1,6632 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini mengungkapkan bahwa pemahaman wajib pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
- c. Variabel sosialisasi PP 23/2018 memiliki t-hitung 2,770 lebih besar dari t-tabel 1,6632 dengan tingkat signifikansi 0,007. Hal ini mengungkapkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
- d. Variabel sosialisasi PP 23/2018 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0,292 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,1172. Hal ini mengungkapkan bahwa

secara tidak langsung sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM melalui pemahaman wajib pajak.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.180 ^a	.032	.020	5.192

- a. Predictors: (Constant), Sosialisasi PP 23/2018
Dependent Variable: Pemahaman Wajib Pajak
 Sumber: Data primer diolah, 2019

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 ^a	.424	.417	2.572

- a. Predictors: (Constant), Pemahaman Wajib Pajak
Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM
 Sumber: Data primer diolah, 2019

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.292 ^a	.086	.074	3.242

- a. Predictors: (Constant), Sosialisasi PP 23/2018
 b. *Dependent Variable:* Kepatuhan Wajib Pajak UMKM
 Sumber: Data primer diolah, 2019

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675 ^a	.456	.443	2.515

- a. Predictors: (Constant), Sosialisasi Pp 23/2918, Pemahaman Wajib Pajak
 b. *Dependent Variable:* Kepatuhan Wajib Pajak UMKM
 Sumber: Data primer diolah, 2019

Pada tabel 8, 9, 10, dan 11 diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sosialisasi PP 23/2018 adalah sebesar 0,020 atau 2%. Hal ini menandakan bahwa sosialisasi PP 23/2018 mempengaruhi pemahaman wajib pajak sebesar 2% dan sisanya 98% dipengaruhi variabel lain diluar variabel penelitian. Model kedua nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,417 atau 41,7%. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman wajib pajak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 41,7% dan sisanya 58,3% dipengaruhi oleh aspek lain diluar variabel penelitian.

Model ketiga, nilai *Adjusted R Square* sosialisasi PP 23/2018 ke kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0,074 atau 7,4 %. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi PP 23/2018 mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 7,4% dan sisanya 92,6% dipengaruhi faktor lain diluar variabel penelitian. Model keempat nilai *Adjusted R Square* sosialisasi PP 23/2018 ke kepatuhan wajib pajak UMKM melalui pemahaman wajib pajak sebesar 0,443 atau 44,3%. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi PP 23/2018 mempengaruhi kepatuhan pajak UMKM melalui pemahaman wajib pajak sebesar 44,3% dan sisanya 55,7% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Sosialisasi PP 23/2018 terhadap Pemahaman Wajib Pajak

Hasil dari uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh terhadap pemahaman wajib pajak. Hal ini dapat ditunjukkan pada nilai t hitung 1,654 lebih kecil dari nilai t tabel 1,6632 dengan nilai signifikansi 0,102, karena tingkat signifikansi lebih besar dari 0.05, maka hal ini menyatakan bahwa hipotesis yang mengungkapkan sosialisasi PP 23/2018 berpengaruh positif terhadap pemahaman wajib pajak tidak dapat diterima dan hasil dari variabel sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Hal tersebut menandakan bahwa variabel sosialisasi PP 23/2018 tidak dapat meningkatkan pemahaman wajib pajak. Pemahaman wajib pajak akan meningkat jika mempunyai kesadaran dalam diri wajib pajak tersebut. Jika wajib pajak tidak mempunyai kesadaran, maka pemahaman yang dimiliki oleh wajib pajak sedikit. Adanya sosialisasi PP 23/2018 diharapkan dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak sehingga pemahaman wajib pajak mengenai peraturan perpajakan juga akan bertambah.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Prawesti (2018) bahwa sosialisasi tidak berpengaruh terhadap pemahaman. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Cahya Pekerti et al., (2015) bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel sosialisasi perpajakan terhadap pemahaman wajib pajak.

Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil uji hipotesis 2 menunjukkan bahwa pemahaman wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t -hitung sebesar 7,776 lebih besar dari nilai t -tabel sebesar 1,6632 dengan nilai signifikansi

sebesar 0,0000, karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hal ini menandakan bahwa hipotesis yang mengungkapkan bahwa pemahaman wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dapat diterima dan hasil dari variabel pemahaman wajib pajak berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Tingginya pemahaman yang dimiliki oleh wajib pajak, maka akan tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. *Theory Reasoned Action* mengungkapkan bahwa sikap individu dipengaruhi oleh keyakinan. Individu akan mempunyai keyakinan mengenai hasil yang akan diperoleh, kemudian individu tersebut memutuskan bahwa akan melaksanakannya atau tidak sesuai dengan keyakinannya. Jika wajib pajak memahami akan kegunaan pajak yang dibayarkan, maka wajib pajak akan bersedia mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari (2015) bahwa tingkat pemahaman wajib pajak berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan dengan Pranadata (2014) bahwa pemahaman wajib pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Sosialisasi PP 23/2018 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil uji hipotesis 3 menyimpulkan bahwa sosialisasi PP 23/2018 berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 2,770 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,6632 dengan nilai signifikansi sebesar 0,007, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hal ini menandakan bahwa hipotesis yang mengungkapkan sosialisasi PP 23/2018 berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dapat diterima dan hasil dari variabel sosialisasi PP 23/2018 berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Semakin sering sosialisasi perpajakan dilakukan, maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak karena wajib pajak memperoleh banyak informasi dari kegiatan tersebut. *Theory Reasoned Action* mengungkapkan bahwa ketika individu akan melakukan sesuatu, ia akan memperoleh motivasi atau dorongan dari pihak luar (orang lain) yang berpengaruh terhadap perilaku individu tersebut dan akan mempengaruhi perilaku individu tersebut. Adanya sosialisasi diharapkan dapat memberikan motivasi

serta mendorong wajib pajak untuk dapat melakukan kewajibannya dalam hal perpajakan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Marpaung, (2016) bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan UMKM. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lidya, (2013) bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Sosialisasi PP 23/2018 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM melalui Pemahaman Wajib Pajak sebagai Variabel *Intervening*

Hasil uji hipotesis 4 menyimpulkan bahwa sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM melalui pemahaman wajib pajak. Hal ini dibuktikan dengan pengaruh langsung sosialisasi PP 23/2018 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0,180 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,1172 yang mempunyai arti yaitu nilai pengaruh langsung lebih besar dari nilai pengaruh tidak langsung. Hasil ini menandakan bahwa secara tidak langsung, sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM melalui pemahaman wajib pajak.

Sosialisasi PP 23/2018 yang telah dilakukan oleh pihak DJP dianggap masih kurang karena belum dapat memberikan pemahaman yang lebih kepada wajib pajak UMKM mengenai peraturan perpajakan yang berlaku. Tingkat pemahaman yang dimiliki oleh wajib pajak dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan dalam membayar pajak. Wajib pajak yang mempunyai tingkat pemahaman yang rendah, maka dapat dikatakan bahwa wajib pajak tersebut bisa jadi juga mempunyai tingkat kepatuhan yang rendah pula. Dalam hal ini, maka sosialisasi PP 23/2018 harus sesering mungkin dilakukan agar dapat menambah pemahaman wajib pajak sehingga dapat mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan Priambodo, (2017) yang mengungkapkan bahwa pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian yang dilakukan Zahidah, (2010) mengungkapkan bahwa tingkat pemahaman berpengaruh negatif terhadap signifikan terhadap kewajiban perpajakan UMKM. Penelitian yang dilakukan Hafiz, (2018) mengungkapkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap pemahaman wajib pajak, sedangkan penelitian yang dilakukan (Tuti & Dwijayanti, 2015)

mengungkapkan bahwa sosialisasi tidak berpengaruh terhadap pemahaman.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh terhadap pemahaman wajib pajak.
- b. Pemahaman wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
- c. Sosialisasi PP 23/2018 berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
- d. Sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM melalui pemahaman wajib pajak.

SARAN

Bagi Pihak DJP

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan pemahaman wajib pajak sebagai variabel *intervening*. Tindakan yang dapat dilakukan oleh pihak DJP yaitu lebih sering dan terarah dalam melakukan sosialisasi khususnya kepada wajib pajak UMKM mengenai PP 23/2018 agar dapat meningkatkan pemahaman wajib pajak mengenai peraturan tersebut, sehingga informasi yang diperoleh dari sosialisasi tersebut dapat diimplementasikan dengan baik oleh wajib pajak UMKM. Pihak DJP juga dapat memperluas lokasi sosialisasi agar sosialisasi dapat dilakukan secara merata khususnya di wilayah Kota Yogyakarta.

Bagi Wajib Pajak UMKM

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap masing-masing variabel, maka diperoleh hasil yang ditunjukkan responden bahwa sosialisasi PP 23/2018 tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan pemahaman wajib pajak sebagai variabel *intervening*. Wajib pajak seharusnya sadar dan dapat memahami untuk memenuhi kewajiban perpajakannya, serta paham bahwa dengan membayar pajak, wajib pajak tidak akan mendapatkan imbalan secara langsung.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel baru yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti kesadaran wajib pajak. Peneliti selanjutnya juga dapat memperbanyak sampel dan memperluas area penelitian. Teknik pengambilan sampel jika

menggunakan data primer sebaiknya tidak hanya dengan menggunakan kuesioner saja, melainkan dapat juga menggunakan cara dengan wawancara agar hasil yang diperoleh lebih kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Aismawanto, D. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak UMKM (Studi Empiris UMKM Yang Ada di Kota Bandar Lampung)*. Director. <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2004.3.66178>
- Anwar, R. A., & Syafiqurrahman, M. (2016). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Perpajakan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Surakarta dengan Pengetahuan Perpajakan sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal InFestasi*, 12(1), 66–74.
- Astina, I. P. S., & Setiawan, P. E. (2018). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan , Kualitas Pelayanan Fiskus dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan WPOP. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(1), 1–30.
- Astuti, N. I. (2019). Pengaruh Persepsi Pelayanan Aplikasi Pajak Online Terhadap Kepatuhan Pajak Dengan Kepuasan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening.
- Cahaya Pekerti, T., Wilopo, & Maulinahardi R, M. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Pemahaman Wajib Pajak Yang Mendukung Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak Hotel Atas Rumah Kos Terdaftar di Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang). *Jurnal Perpajakan*, 7(1), 1–10.
- Darmanto, S. (2018). *Pengaruh Sosialisasi, Pemahaman Wajib Pajak atas PP No.46 Tahun 2013 dan Implementasi Self Assessment System Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di KPP Makassar Utara)*. Universitas Hasanuddin, Makasar.
- Hafiz, M. (2018). Pengaruh Sosialisasi Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Pemahaman Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening, 7(3).
- Herbert Tena, J., Sondakh, J. . J., & Warongan, D. . J. (2017). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Pajak, Sanksi Perpajakan dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di KPP Pratama Manado). *Emba*, 5(2), 443–453.
- Kusuma, K. C. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, Pemahaman Peraturan Perpajakan serta Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang*

Pribadi dalam Membayar Pajak Tahun 2014 (Studi Kasus pada Wajib Pajak yang Terdaftar di Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsulta. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.

Lestari, C. A. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Pemahaman peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada UMKM di Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul)*. Universitas Nusantara PGRI Kediri. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta. Retrieved from <http://www.albayan.ae>

Lidya, W. O. (2013). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP di KPP Manado dan KPP Bitung, *1*(3), 960–970. <https://doi.org/ISSN 2303-1174>

Marpaung, A. E. P. (2016). Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Sikap Rasional, Perubahan Tarif, Tingkat Pendidikan dan Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Pelaku UMKM di Pekanbaru dalam Melaksanakan Kewajiban Perpajakan (Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013), *3*(1), 1220–1234.

Pranadata, I. G. P. (2014). *Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Perpajakan, dan Pelaksanaan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada KPP Pratama Batu*. Universitas Brawijaya, Malang.

Prawesti, I. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman UMKM dalam Menyusun Laporan Keuangan Berdasarkan SAK ETAP.

Priambodo, P. (2017). *Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sanksi Perpajakan, Dan Kesadaran Wajib Pajak, Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kabupaten Purworejo Pada Tahun 2017*. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.

Puspitasari, L. (2015). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pemahaman Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada Pengusaha UMKM di KPP Pratama Senapelan), *2*(2), 1–15.

Rahayu, S. K. (2010). *Perpajakan Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suryaning, A. P. A. (2015). Pengaruh Sosialisasi dan Kapabilitas Pembukuan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus UKM di Sentra Industri Kerajinan Gerabah Kasongan).

Tampubolon, K. (2013). *Praktek, Gugatan, dan Kasus-Kasus Pemeriksaan Pajak*. Jakarta: Indeks.

- Tuti, R., & Dwijayanti, P. F. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman UMKM dalam Menyusun Laporan Keuangan Berdasarkan SAK ETAP, 157–170.
- Wahini. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensitas Kepatuhan dan Perilaku Wajib Pajak dalam Menggunakan E-Filling (Studi Empiris pada Wajib Pajak Orang Pribadi PNS dan NonPNS di Yogyakarta)*. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta.
- Wahyuningsih, T. (2016). *Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Tarif Pajak, Mekanisme Pembayaran Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Bidang Mebel di Surakarta*. IOSR Journal of Economics and Finance. Institut Agama Islam Negeri Surakarta. <https://doi.org/https://doi.org/10.3929/ethz-b-000238666>
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Pengetahuan Perpajakan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358>
- Widowati, R. (2013). Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Pengetahuan Pajak dan Pelayanan Fiskus, 1–16.
- Wulandari, T. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening (Studi pada KPP Pratama Pekanbaru Senapelan). *Jom FEKON*, Vol 2(No 2), Hal 1-15.
- Zahidah, C. (2010). *Pengaruh Tingkat Pemahaman, Kepatuhan Dan Ketegasan Sanksi Perpajakan Terhadap Kewajiban Perpajakan Pengusaha Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Wilayah Jakarta Selatan*. Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.