

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dalam Membayar Pajak Penghasilan Dengan Tingkat Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pelaku Umkm Di Kecamatan Bandar)

Dicky Arrazak^{1,3}, Syamsul Bahri Arifin², Ahmad Sani³

Universitas Harapan Medan, Medan, Indonesia

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Tax Socialization, Understanding of Taxation, Good Perception of The Effect eness of The Taxation, Rate of Trust

This study aims to analyze the factors that influence the willingness of Micro, Small and Medium Enterprises to pay income taxes with rate of trust as a moderating variable in Bandar District, Simalungun Regency. The sample selection method used was purpos e sampling with sample size calculation using the Slovin formula. The total observations in this study were 100 MSME. The data analysis technique used in this research is the residual test using the SPSS 26 analysis tool. The results of this study show that the variables of tax socialization, understanding of taxation, good perception of the effect eness of the taxation system simultaneously and significantly influence the willingness to pay taxes. Partially, the rate of trust, tax socialization, understanding of taxation, and good perception of the effect eness of the tax system significantly influence the willingness to pay taxes. The rate of trust is able to moderate the influence of tax socialization and understanding of taxation, but disable to moderate good perceptions of the effect eness of the taxation system on the willingness to pay taxes.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Corresponding Author:

Dicky Arrazak
Universitas Harapan Medan
Email:

Pendahuluan

Pajak adalah sumber pendapatan negara yang sangat penting untuk pemerintahan dan pembangunan nasional sehingga pemerintah menempatkan kewajiban pajak sebagai salah satu wujud dari kewajiban negara dalam pembangunan nasional dalam rangka mencapai tujuan negara Pajak merupakan fenomena umum sebagai sumber penerimaan negara yang berlaku diberbagai negara. Setiap negara membuat aturan dalam memungut pajak di negaranya. Memungut pajak bukanlah hal yang mudah, untuk meningkatkan penerimaan pajak Dirjen

Pajak terus melakukan langkah-langkah ekstensifikasi dan intensifikasi. Ekstensifikasi pajak dilaksanakan dengan meningkatkan jumlah wajib pajak baru, sedangkan intensifikasi pajak dilaksanakan untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak. Namun upaya tersebut tidak dapat hanya bertumpu pada peran Dirjen Pajak dan petugas, pajak, tetapi juga membutuhkan peran aktif dari wajib pajak itu sendiri (Seiana dan Khairani, 2018). Sejak reformasi perpajakan tahun 1984, negara memungut pajak dengan menerapkan sistem self-assessment. Sistem ini memerlukan peran aktif setiap wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Self-assessment merupakan sistem pemungutan pajak yang memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar dan melaporkan sendiri jumlah pajak yang seharusnya terutang berdasarkan peraturan perundang-undangan perpajakan. Kemauan untuk membayar pajak bisa dipengaruhi karena berbagai faktor seperti pemahaman perpajakan, sosialisasi perpajakan, persepsi yang baik atas efektifitas sistem perpajakan dan tingkat kepercayaan (Fatimah, 2019). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha kecil atau industri yang mengacu pada penentuan suatu usaha dengan melihat pendapatannya, jumlah aset, pemilik dan karyawan yang bekerja pada usaha tersebut. Sedangkan usaha yang tidak dimasukkan karena melebihi batas ketentuan definisi UMKM disebut usaha besar. Tentu saja perusahaan besar memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil dan menengah. Secara umum, UMKM adalah usaha yang berbentuk perorangan atau organisasi yang jumlah modalnya relatif kecil. Kreativitas dan sumber daya manusia adalah salah satu modal UMKM untuk lebih dikenal dengan usaha pada karya. Pengusaha yang menjalankan usaha dalam lingkup UMKM lebih mengarah keoperasional, yang mengakibatkan terbaikannya pembukuan atau administrasi. Mereka merasa pembukuan atau administrasi adalah sebuah beban (Aryapin, 2022).

Di Indonesia, UMKM memiliki peranan penting bagi perekonomian negara. Pasalnya, sektor UMKM merupakan penyumbang PDB terbesar, dan menyerap lapangan kerja paling banyak yang relatif tahan terhadap krisis keuangan. Sebagai contoh, pada tahun 1998, Indonesia pernah dilanda krisis ekonomi hebat yang membuat perusahaan-perusahaan besar bangkrut. Namun saat krisis ekonomi tersebut, banyak sektor UMKM yang tetap bertahan. Pada saat krisis ekonomi di Indonesia sedang dalam keadaan terpuruk, UMKM justru menjadi penyelamat negara (Achmad, dkk 2017). Masyarakat masih banyak yang belum mau membayar pajak dapat dilihat dari banyaknya calon wajib pajak yang tidak terdaftar sebagai wajib pajak yang sebenarnya. Sementara itu, perkembangan usaha kecil dan menengah khususnya di kota-kota kecil saat ini sangat dinamis namun tidak terjangkau pajaknya. Meskipun telah terdapat alat pengaman berupa Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) bagi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, khususnya usaha kecil dan menengah, namun masih belum terdaftar sebagai wajib pajak. Itu semua karena kesadaran masyarakat untuk membayar pajak masih sangat rendah. Penerimaan pajak pemerintah terdiri dari beberapa sektor, salah satunya adalah UMKM. Saat ini, masih banyak UMKM yang masih menjadi wajib pajak yang belum sadar akan pentingnya pembayaran pajak kepada pemerintah. Para UMKM memberi usulan kepada presiden supaya membebaskan tarif pajak penghasilan (PPh) nol persen kepada pelaku usaha mikro dan kecil. Hal itu diungkapkan Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo) M. Ikhsan Ingratubun pada saat pertemuan presiden Jokowi di Istana Merdeka, Jakarta Pusat. Diusulkan salah satu pajak, pajak yang telah diturunkan adalah 1% menjadi 0,5% dari omzet (Aryapin, 2022). Kehadiran UMKM memiliki peran yang cukup besar dalam perekonomian Indonesia. Dari sekitar 250 juta penduduk Indonesia yang tercatat dalam data Kementerian mengacu pada koperasi dan UKM pada tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah unit usaha di Indonesia. Penyerapan tenaga kerja UMKM sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari penyerapan tenaga kerja dunia usaha. Selain itu, kontribusi

UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1% dan selebihnya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya sebesar 0,01% dari jumlah unit usaha. Sebaliknya, menurut catatan Direktorat Jenderal Pajak (DJP), penerimaan pajak sektor UMKM hanya sebesar Rp 65,012 miliar atau hanya 0,54% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) sektor UMKM. Angka tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat penerimaan pajak dengan jumlah unit UMKM yang sangat tinggi, namun sayangnya belum dimanfaatkan secara ioptimali (Aryapin, 2022).

Pajak merupakan sumber pendapatan utama bagi sektor negara yang diperlukan untuk membiayai pengeluaran negara. Dapat kita pahami, bahwa pajak adalah motor penggerak pertumbuhan ekonomi Indonesia. Tetapi dapat kita pahami juga bahwa semua orang menghindari untuk membayar pajak. Adapun, besaran omzet yang terkena pajak sebesar Rp. 4,8 miliar per tahun ke atas dengan tarif 0,5%. Atas usulan tersebut diminta adanya pembebasan pajak bagi usaha mikro kecil. Namun, tetap berlaku pada usaha menengah ke atas. Asosiasi UMKM menyatakan alasan masyarakat tidak membayar pajak adalah kurangnya pemahaman tentang pentingnya pajak dari sudut pandang kesejahteraan umum, sebahagian besar orang berfikir bahwa membayar pajak kepada negara suatu kerugian. Padahal banyak keuntungan membayar pajak bagi usaha kecil dan menengah, diantaranya dapat mengembangkan usaha (Abun, 2022). Sosialisasi perpajakan adalah suatu upaya dari Dirjen Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang – undangan perpajakan (Saragih, 2013). Dari sosialisasi perpajakan para wajib pajak diharapkan dapat memahami dan mengerti betapa pentingnya untuk membayar pajak sehingga para wajib pajak melakukan kewajibannya dalam membayar pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Seiana dan Khairani (2018), menunjukkan hasil bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kemauan membayar pajak. Namun, bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saragih (2013) dengan hasil penelitian menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kemauan membayar pajak. Pemahaman perpajakan merupakan semua hal tentang perpajakan yang dimengerti dengan baik dan benar oleh wajib pajak. Wajib pajak hendaknya memiliki pengetahuan serta pemahaman tentang perpajakan, khususnya tentang arti penting pajak bagi pembiayaan pembangunan negara (Fahluzy dan Agustina, 2014). Perilaku wajib pajak tersebut didasarkan dari pandangan mereka tentang pajak. Selanjutnya, wajib pajak juga harus memiliki pemahaman yang memadai tentang perpajakan yang berhubungan dengan pemenuhan hak dan kewajiban perpajakannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Fatimah, (2019) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman tentang perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kemauan UMKM membayar pajak penghasilan. Bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahjudi dan Himmawan (2015), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kemauan UMKM dalam membayar pajak. Persepsi yang baik atas efektifitas sistem perpajakan merupakan interpretasi dari wajib pajak terhadap sistem perpajakan apakah sudah efektif dan mampu mencapai target negara dalam mewujudkan efektifitas perpajakan (Fatimah, 2019). Bentuk – bentuk persepsi dan alasan persepsi tersebut dapat mengindikasikan kemauan membayar pajak oleh wajib pajak. Pertama, wajib pajak merasa jumlah pajak yang harus dibayar tidak memberatkan, atau paling tidak sesuai dengan penghasilan yang diperoleh. Wajib pajak mau membayar pajak apabila beban pajak yang dipikul tidak mempengaruhi kemampuan ekonomis secara signifikan. Kedua, wajib pajak menilai sanksi – sanksi perpajakan dilaksanakan dengan adil. Dengan penilaian ini wajib pajak akan membayar pajak, didasarkan pada kepercayaan bahwa wajib pajak yang tidak membayar pajak akan dikenakan sanksi. Ketiga, wajib pajak

menilai pemanfaatan pajak sudah tepat. Salah satu pemanfaatan pajak adalah pembangunan fasilitas umum. Penelitian yang dilakukan oleh Wahjudi dan Himmawan (2015) menunjukkan hasil penelitian bahwa persepsi yang baik atas efektifitas sistem perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemauan dalam membayar pajak. Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosi (2018), menunjukkan hasil penelitian bahwa persepsi yang baik atas efektifitas sistem perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kemauan dalam membayar pajak. Kepercayaan merupakan suatu proses menghitung (calculate process) antara biaya yang dikeluarkan dengan hasil yang diperoleh. Kepercayaan terhadap sistem pemerintahan dan hukum dapat diartikan sebagai suatu bentuk penilaian antar lembaga negara dalam menyelenggarakan kekuasaan negara untuk kepentingan negara itu sendiri dalam rangka untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat sesuai dengan undang – undang yang berlaku. Artinya, wajib pajak akan menilai apakah lembaga negara sudah melakukan kewenangannya dalam mengelola pajak dengan baik atau tidak.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya dari Fahluzy dan Agustina (2014) dengan judul “Faktori–Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak UMKM di Kabupaten Kendal”. Penelitian yang dilakukan oleh Fahluzy dan Agustina (2014) menggunakan persepsi yang baik atas efektifitas sistem perpajakan, pengetahuan dan pemahaman terhadap perpajakan, dan tingkat kepercayaan sebagai variabel independen. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan Fahluzy dan Agustina (2014) adalah sosialisasi perpajakan sebagai variabel independen dan tingkat kepercayaan digunakan sebagai variabel moderasi. Berdasarkan dari latar belakang yang dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan uji apakah sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan persepsi yang baik atas efektifitas sistem perpajakan terhadap kemauan membayar pajak dengan menggunakan tingkat pendidikan sebagai variabel moderasi. Adapun studi yang akan diambil adalah para pelaku UMKM yang berada di Kecamatan Bandar, Kabupaten Simalungun, sehingga peneliti merumuskan judul penelitian yaitu Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Dalam Membayar Pajak Penghasilan Dengan Tingkat Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pelaku UMKM di Kecamatan Bandar). Mengingat terdapatnya ketidakkonsistensian antara hasil penelitian terdahulu, maka peneliti ingin menguji kembali keterhubungan antara ariabe–variabel yang dimaksud terhadap kemauan dalam membayar pajak. Untuk itulah maka penelitian ini dilakukan.

Metode

Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behaviour)

Menurut Ajzen (1991) dalam Fatimahi (2019) teori perilaku terencana merupakan niat individu untuk melaksanakan perilaku tertentu. Teori ini menjelaskan bahwa niat individu untuk berperilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Relevansi teori perilaku terencana dengan penelitian ini adalah bahwa dalam teori perilaku terencana seseorang akan melakukan sesuatu atas dasar faktor motivasi dari seseorang yang melakukan sesuatu. Faktor sosial berupa norma atau aturan yang merupakan tekanan yang harus ditaati. Dengan demikian seseorang atau wajib pajak juga akan berperilaku berdasarkan hal tersebut untuk mau membayar pajak dan selalu berhubungan dengan niat setiap wajib pajak.

Wajib Pajak

Wajib pajak merupakan bagian terpenting dalam perpajakan. Undang - Undang No. 16 tahun 2009 Pasal 1 menyebutkan bahwa WP adalah orang pribadi atau badan, yang meliputi

pembayar pajak, pemotong pajak dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai ketentuan peraturan perundang - undangan perpajakan (Assa, dkk, 2017).

Objek Pajak

Obyek pajak penghasilan yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun. Undang – Undang Pajak Penghasilan Indonesia menganut prinsip pemajakan atas penghasilan dalam pengertian yang luas, yaitu bahwa pajak dikenakan atas setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak darimanapun asalnya yang dapat dipergunakan untuk konsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak tersebut.

Uji Residual

Adapun persamaan model regresi pada uji residual adalah sebagai berikut:

Persamaan Regresi Model Linier Berganda

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

$$|\varepsilon| = a + b_2Y$$

Persamaan Regresi Model I :

$$a. Z_1 = a + b_1X_1 + \varepsilon$$

$$b. \varepsilon_{Abs1} = a - b_2y$$

Persamaan Regresi Model II :

$$a. Z_2 = a + b_2X_2 + \varepsilon$$

$$b. \varepsilon_{Abs2} = a - b_2y$$

Persamaan Regresi Model III :

$$a. Z_3 = a + b_3X_3 + \varepsilon$$

$$b. \varepsilon_{Abs3} = a - b_2y$$

Hasil dan Pembahasan

Uji Kelayakan Model

Uji F (Simultan)

Tabel 1. Hasil Uji F
ANOVA^a

	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	.178	4	.044	11.343	.000 ^b
<i>Residual</i>	.372	95	.004		
<i>Total</i>	.550	99			

a. Dependent Variable: ABS_RES

b. Predictors: (Constant), Z, X2, X1, X3

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai Fhitung > Ftabel atau 11,343 > 2,46. Sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0,000 yang dimana lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda ini layak digunakan, dan secara bersama – sama variabel Sosialisasi Perpajakan (X1), Pemahaman Perpajakan (X2), Persepsi Yang Baik Atas

Efektifitas Sistem Perpajakan (X3), dan Tingkat Kepercayaan (Z) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y), sehingga terbukti bahwa model regresi yang dilakukan sudah layak atau benar.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
.827 ^a	.684	.671	.13908

a. Predictors: (Constant), Z, X2, X1, X3

Dari Tabel 2, diperoleh nilai R Square sebesar 0,684 yang artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 68,4%, maka dapat disimpulkan kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat baik. Sedangkan sisanya (100% - 68,4% = 31,6%) dimungkinkan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji T (Parsial)

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients^a

	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Beta</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>			
<i>(Constant)</i>	3.276	.542		6.048	.000
X1	-1.354	.161	-.533	-8.427	.000
X2	.514	.148	.285	3.465	.001
X3	.357	.123	.255	2.893	.005
Z	.223	.078	.171	2.861	.005

a. Dependent Variable: Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa:

- 1) Sosialisasi Perpajakan (X1) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau $-8,427 < 1,984$, maka Sosialisasi Perpajakan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y).
- 2) Pemahaman Perpajakan (X2) dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $3,465 > 1,984$, maka Pemahaman Perpajakan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y).
- 3) Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan (X3) dengan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $2,893 > 1,984$, maka Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y).

- 4) Tingkat Kepercayaan (Z) dengan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $2,861 > 1,984$, maka Tingkat Kepercayaan (Z) berpengaruh secara signifikan terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y).

Uji Residual

Uji Residual Sosialisasi Perpajakan (X1)

Pengujian Residual-1

$$Z1 = a + b1X1 + e$$

$$e_Abs1 = a - b2y$$

Tabel 4. Hasil Uji Tingkat Kepercayaan Memoderasi Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak

Coefficients^a

	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		Sig.
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	
(Constant)	16.494	2.824		5.842	.000
X1	-.167	.222	-.076	-.752	.454

a. Dependent Variable: Tingkat Kepercayaan (Z)

Tabel 5. Hasil Uji Residual-1

Coefficients^a

	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		Sig.
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>T</i>	
(Constant)	3.787	.505		7.504	.000
Y	-.105	.034	-.302	-3.133	.002

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Dari Tabel 4 dan 5 maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Z = 16,494 - 0,167 + 0,222$$

$$0,034 = 3,787 - 0,302$$

Sebuah variabel dinyatakan variabel moderating jika nilai koefisiennya bernilai negatif dan nilai signifikansi $< 0,05$. Dapat dilihat pada Tabel 5 bahwa nilai koefisien hasil dari uji residual-1 bernilai negatif yaitu $-0,302$ dan memiliki signifikansi $0,002 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Tingkat Kepercayaan (Z) dapat memoderasi pengaruh Sosialisasi Perpajakan (X1) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y).

Tabel 6.
Model Summary

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
.302 ^a	.091	.082	1.12894

a. Predictors: (Constant), Y

Variabel moderasi dikatakan memperkuat jika nilai R Square dari hasil regresi residual lebih dari 0,67 dan dikatakan memperlemah jika kurang dari 0,19 (Ghozali, 2018). Pada Tabel 6 diperoleh nilai R Square dari hasil uji residual-1 Tingkat Kepercayaan (Z) dalam memoderasi Sosialisasi Perpajakan (X1) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y) sebesar 0,091 (9,1%) atau lebih kecil dari 0,19. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Tingkat Kepercayaan (Z) memperlemah hubungan Sosialisasi Perpajakan (X1) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y).

Uji Residual Pemahaman Perpajakan (X2)

Pengujian Residual-2

$$Z1 = a + b1X2 + e$$

$$e_Abs2 = a - b2y$$

Tabel 7. Hasil Uji Tingkat Kepercayaan Memoderasi Pengaruh Pemahaman Perpajakan Terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak
Coefficients^a

	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	
(Constant)	16.019	1.976		8.108	.000
X2	-.111	.133	-.084	-.837	.405

a. Dependent Variable: Tingkat Kepercayaan (Z)

Tabel 8. Hasil Uji Residual-2
Coefficients^a

	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>T</i>	
(Constant)	3.951	.499		7.915	.000
Y	-.116	.033	-.334	-3.510	.001

a. Dependent Variable: e_Abs2

Dari Tabel 7 dan 8 maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Z = 16,019 - 0,111 + 0,133$$

$$0,033 = 3,951 - 0,334$$

Sebuah variabel dinyatakan variabel moderating jika nilai koefisiennya bernilai negatif dan nilai signifikansi < 0,05. Dapat dilihat pada Tabel 8 bahwa nilai koefisien hasil dari uji residual-2 bernilai negatif yaitu -0,334 dan memiliki signifikansi 0,002 < 0,05. Jadi dapat disimpulkan

Dicky Arrazak et al.

doi.org/10.54209/jasmien.v5i01.800

Hal. 177-190

bahwa variabel Tingkat Kepercayaan (Z) dapat memoderasi pengaruh Pemahaman Perpajakan (X2) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y).

Tabel 9.
Model Summary

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
.334 ^a	.112	.103	1.11693

a. Predictors: (Constant), Y

Variabel moderasi dikatakan memperkuat jika nilai R Square dari hasil regresi residual lebih dari 0,67 dan dikatakan memperlemah jika kurang dari 0,19 (Ghozali, 2018). Pada Tabel 9 diperoleh nilai R Square dari hasil uji residual-2 Tingkat Kepercayaan (Z) dalam memoderasi Pemahaman Perpajakan (X2) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y) sebesar 0,112 (11,2%) iatau lebih ikecil idari i0,19. Sehingga idapat idisimpulkan ibahwa Tingkat Kepercayaan (Z) memperlemah hubungan Pemahaman Perpajakan (X2) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y).

Uji Residual Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan (X3)

Pengujian Residual-3

$$Z1 = a + b1X3 + e$$

$$e_Abs3 = a - b2y$$

Tabel 10. Hasil Uji Tingkat Kepercayaan Memoderasi Pengaruh Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan Terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak

Coefficients^a

	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>T</i>	
(Constant)	11.830	1.546		7.651	.000
X3	.235	.141	.166	1.672	.098

a. Dependent Variable: Tingkat Kepercayaan (Z)

Tabel 11. Hasil Uji Residual-3

Coefficients^a

	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>T</i>	
(Constant)	3.238	.589		5.494	.000
Y	-.076	.039	-.192	-1.941	.055

a. Dependent Variable: e_Abs3

Dari Tabel 10 dan 11 maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Z = 11,830 + 0,235 + 0,141$$

$$0,039 = 3.238 - 0,192$$

Sebuah variabel dinyatakan variabel moderating jika nilai koefisiennya bernilai negatif dan nilai signifikansi < 0,05. Dapat dilihat pada Tabel 11 bahwa nilai koefisien hasil dari uji

residual-3 bernilai negatif yaitu $-0,192$ dan memiliki signifikansi $0,055 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Tingkat Kepercayaan (Z) tidak dapat memoderasi pengaruh Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan (X3) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y).

Tabel 12.
Model Summary

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
.192 ^a	.037	.027	1.31849

a. Predictors: (Constant), Y

Variabel moderasi dikatakan memperkuat jika nilai R Square dari hasil regresi residual lebih dari 0,67 dan dikatakan memperlemah jika kurang dari 0,19 (Ghozali, 2018). Pada Tabel 12 diperoleh nilai R Square dari hasil uji residual-3 Tingkat Kepercayaan (Z) dalam memoderasi Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan (X3) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y) sebesar 0,037 (3,7%) atau lebih kecil dari 0,19. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Tingkat Kepercayaan (Z) memperlemah hubungan Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan (X3) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y).

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak

Dari hasil uji statistik diperoleh hasil untuk nilai signifikansi Sosialisasi Perpajakan (X1) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau $-8,427 < 1,984$ dan nilai koefisien regresi $-1,354$, maka Sosialisasi Perpajakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak pada pelaku UMKM yang terdaftar sebagai wajib pajak di Kecamatan Bandar. Sosialisasi adalah suatu kegiatan atau upaya yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi tertentu memberitahukan sesuatu (informasi) untuk diketahui oleh umum atau kalangan tertentu. Kegiatan sosialisasi pajak memiliki andil yang cukup besar dalam mensukseskan sosialisasi pajak keseluruhan wajib pajak (Assa, dkk, 2017). Namun pernyataan tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan yang membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kemauan dalam membayar pajak. Sosialisasi perpajakan dimungkinkan tidak mampu mendorong kemauan dalam membayar pajak dikarenakan kurang tepatnya sasaran yang disosialisasikan. Penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh Se iana dan Khairani (2017) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan jika dilakukan sesuai target akan mempengaruhi kemauan dalam membayar pajak.

Pengaruh Pemahaman Perpajakan Terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak

Dari hasil uji statistik diperoleh hasil untuk nilai signifikansi Pemahaman Perpajakan (X2) sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $3,465 > 1,984$ dan nilai koefisien regresi $0,514$, maka Pemahaman Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak pada pelaku UMKM yang terdaftar sebagai wajib pajak di Kecamatan Bandar. Pemahaman tentang perpajakan adalah semua hal tentang perpajakan yang dimengerti dengan baik dan benar oleh wajib pajak. Pemahaman perpajakan merupakan dasar bagi wajib pajak mengenai hukum, undang – undang, dan tata cara perpajakan yang benar sehubungan dengan hukum pajak, baik berupa hukum pajak materil maupun formil (Fatimah, 2019). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap kemauan dalam membayar pajak. Pengetahuan dan pemahaman sebagai suatu ingatan dan hapalan

terhadap materi yang dipelajari agar dapat dikuasai sebagai pengetahuan. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemahaman yang baik mengenai perpajakan akan meningkatkan kesadaran dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Fahluzy dan Agustina (2014) yang menyatakan bahwa pemahaman perpajakan akan mendorong seseorang untuk dapat melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Pengaruh Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan Terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak

Dari hasil uji statistik diperoleh hasil untuk nilai signifikansi Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan (X3) sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $2,893 > 1,984$ dan nilai koefisien regresi $0,357$, maka Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak. Persepsi perpajakan adalah kemampuan wajib pajak dalam mengetahui peraturan perpajakan baik soal tarif pajak yang mereka akan bayar berdasarkan undang – undang maupun manfaat pajak yang berguna untuk kehidupan mereka. Persepsi yang baik atas efektifitas sistem perpajakan merupakan kesan yang dirasakan oleh wajib pajak terhadap sistem pembayaran pajak (Fatimah, 2019). Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi yang baik atas efektifitas sistem perpajakan menjadi salah satu hal penting dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi yang positif akan mendorong wajib pajak lebih memiliki kemauan dalam membayar pajak. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Wahjudi dan Himmawan (2015) yang menyatakan semakin baik fasilitas yang disediakan maka akan meningkatkan kemauan wajib pajak membayar pajak.

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak Dengan Tingkat Kepercayaan Sebagai Moderasi

Dari uji residual-1 diperoleh nilai koefisien mengarah negatif yaitu $-0,302$ dan memiliki signifikansi $0,002 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Tingkat Kepercayaan (Z) dapat memoderasi namun memperlemah pengaruh Sosialisasi Perpajakan (X1) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y). Kepercayaan adalah sesuatu yang diharapkan dari kejujuran dan perilaku kooperatif yang didasarkan saling berbagi norma – norma dan nilai yang sama (Fatimah, 2019). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan mampu memoderasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kemauan dalam membayar pajak. Tingkat kepercayaan diperlukan untuk memberikan kemauan masyarakat untuk mengikuti kegiatan sosialisasi perpajakan. Sehingga kegiatan sosialisasi memenuhi target yang disasar dan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk melaksanakan kewajiban perpajakan. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Putri dan Tambun (2018) yang menyatakan tingkat kepercayaan dan sosialisasi perpajakan berhubungan langsung dengan kemauan dalam membayar pajak.

Pengaruh Pemahaman Perpajakan Terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak Dengan Tingkat Kepercayaan Sebagai Moderasi

Dari uji residual-2 diperoleh nilai koefisien mengarah negatif yaitu $-0,334$ dan memiliki signifikansi $0,001 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Tingkat Kepercayaan (Z) dapat memoderasi namun memperlemah pengaruh Pemahaman Perpajakan (X2) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y). Tingkat kepercayaan yang disertai dengan pemahaman perpajakan yang baik akan meningkatkan kemauan dalam membayar pajak, Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan dapat memoderasi pengaruh pemahaman perpajakan terhadap kemauan dalam membayar pajak. Penelitian ini

sejalan dengan yang dilakukan oleh Astuti (2019) yang menyatakan bahwa pemahaman perpajakan akan mempengaruhi kemauan dalam membayar pajak ketika ditambah dengan tingkat kepercayaan.

Pengaruh Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan Terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak Dengan Tingkat Kepercayaan Sebagai Moderasi

Dari uji residual-3 diperoleh nilai koefisien mengarah negatif yaitu -0,192 dan memiliki signifikansi $0,055 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Tingkat Kepercayaan (Z) tidak dapat memoderasi serta memperlemah pengaruh Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan (X3) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y). Kepercayaan terhadap sistem dapat diartikan sebagai suatu penilaian wajib pajak terhadap hukum dan badan negara dalam penyelenggaraan kekuasaan – kekuasaan negara untuk kepentingan negara itu sendiri untuk mewujudkan keadilan dan kesejahteraan rakyat berdasarkan undang – undang yang telah ditetapkan (Ramadhan, dkk, 2019). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan tidak dapat memberikan dampak persepsi yang baik atas efektifitas sistem perpajakan terhadap kemauan dalam membayar pajak. Namun tingkat kepercayaan yang dimiliki setiap individu belum tentu dapat mempengaruhi persepsi dalam kemauan membayar pajak. Jadi persepsi disertai kepercayaan belum tentu akan meningkatkan kemauan dalam membayar pajak, Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh Astuti (2019) yang menyatakan bahwa tingkat kepercayaan mampu memoderasi pengaruh persepsi yang baik atas efektifitas sistem perpajakan terhadap kemauan dalam membayar pajak secara signifikan.

Kesimpulan.

Sosialisasi Perpajakan (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y) pada pelaku UMKM yang terdaftar sebagai wajib pajak di Kecamatan Bandar Tahun 2021 (H1 diterima). Pemahaman Perpajakan (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y) pada pelaku UMKM yang terdaftar sebagai wajib pajak di Kecamatan Bandar Tahun 2021 (H2 diterima). Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y) pada pelaku UMKM yang terdaftar sebagai wajib pajak di Kecamatan Bandar Tahun 2021 (H3 diterima). Tingkat Kepercayaan (Z) mampu memoderasi pengaruh Sosialisasi Perpajakan (X1) secara signifikan terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y) pada pelaku UMKM yang terdaftar sebagai wajib pajak di Kecamatan Bandar Tahun 2021 (H4 diterima). Tingkat Kepercayaan (Z) mampu memoderasi pengaruh Pemahaman Perpajakan (X2) secara signifikan terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y) pada pelaku UMKM yang terdaftar sebagai wajib pajak di Kecamatan Bandar Tahun 2021 (H5 diterima). Tingkat Kepercayaan (Z) tidak mampu memoderasi pengaruh Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan (X3) terhadap Kemauan Dalam Membayar Pajak (Y) pada pelaku UMKM yang terdaftar sebagai wajib pajak di Kecamatan Bandar Tahun 2021 (H6 ditolak).

Daftar Pustaka

- [1] Abun, K. (2022). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pelaku UMKM Dalam Membayar Pajak Penghasilan (Studi Pada Usaha Makanan dan Minuman di Kelurahan Tlogomas Kota Malang). *Jurnal Akuntansi Universitas Tribhuwana Tunggaladewi*.
- [2] Achmad, A., Septiyanti, R., & Metalia, M. (2017). Pengaruh Ukuran Pemerintah Daerah, Intergovernmental Revenue, dan Hasil Audit BPK Terhadap Kinerja Keuangan

- Pemerintah Daerah (Studi Empiris Pada Pemerintah Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmiah Berkala Empat Bulanan*, 22(1).
- [3] Aryapin, A. (2022). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Pemilik Usaha Kecil Menengah Untuk Membayar Pajak (Studi Kasus di Kecamatan Neglasari Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(2).
- [4] Assa, K. M., Morasa, J., & Pusung, R. J. (2017). Pengaruh Motivasi, Tingkat Pendidikan, dan Sosialisasi Dalam Mendorong Kemauan Wajib Pajak Mengikuti Pengampunan Pajak (Studi Kasus Pada KPP Pratama Manado). *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 12(2), 409-422.
- [5] Astuti, N. (2019). Pengaruh Kesadaran Membayar Pajak, Pemahaman Tentang Peraturan Perpajakan, dan Persepsi Yang Baik Atas Efektifitas Sistem Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Kepercayaan Wajib Pajak Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Fakultas Ekonomi UNY*, 1-30.
- [6] Fahluzy, S. F., & Agustina, L. (2014). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak UMKM di Kabupaten Kendal. *Accounting Analysis Journal*, 3(3).
- [7] Fatimah, I. (2019). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan UMKM Membayar Pajak Penghasilan Dengan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Studia Akuntansi dan Bisnis*, 7(3), 163-172.
- [8] Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Universitas Diponegoro.
- [9] Putri, N. A., & Tambun, S. (2018). Pengaruh Kualitas Sistem Perpajakan dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kemauan Membayar Pajak Dengan Kepercayaan Terhadap Otoritas Perpajakan Sebagai Variabel Moderating. *Media Studi Ekonomi*, 21(1), 1-9.
- [10] Ramadhan, R. P., Fallah, S., & Sanggenafa, M. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Persepsi Efektifitas Sistem Perpajakan Terhadap Kemauan Membayar Pajak. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah*, 14(1), 36-53.
- [11] Rosi, R. A. (2018). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku UMKM Dalam Melaksanakan Kewajiban Perpajakan (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Pelaku UMKM Yang Terdaftar di KPP Pratama Kabupaten Karanganyer). *Jurnal Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- [12] Saragih, S., F. (2013). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan Pelaksanaan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Medan Timur.
- [13] Seiana, E., & Khairani, S. (2018). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Terhadap Kemauan Membayar Pajak (Studi Kasus Pada KPP Palembang Seberang Ulu). *Core STM IK GI MDP*.
- [14] Wahjudi, D., & Himmawan, A. (2015). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak, Wajib Pajak Individu Yang Memiliki Pekerjaan Bebas (Studi pada UMKM Semarang). *Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 4(1), 72-89.