

PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI USAHAWAN DI PASAR MODERN BSD CITY

Yafeti Ndruru

Program Studi Akuntansi Perpajakan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: yafetindruru@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi perpajakan (X1) dan pengetahuan perpajakan (X2) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y), baik secara parsial maupun simultan, pada wajib pajak orang pribadi usahawan di Pasar Modern BSD City. Penelitian ini didasari oleh research gap berupa inkonsistensi hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh sosialisasi dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, serta terbatasnya penelitian yang secara spesifik menyoroti usahawan di lingkungan pasar modern kawasan perkotaan baru seperti BSD City, yang memiliki karakteristik berbeda dari sisi skala usaha, literasi digital, dan interaksi dengan sistem administrasi perpajakan modern seperti Coretax. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan populasi sebanyak 843 usahawan wajib pajak di Pasar Modern BSD City. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%, sehingga diperoleh 90 responden melalui teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi $Y = 5,837 + 0,576X_1 + 0,200X_2$. Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (t hitung 11,064 > t tabel 1,66055; sig. 0,000 < 0,05) dengan kontribusi sebesar 58,2%. Pengetahuan perpajakan juga berpengaruh positif dan signifikan (t hitung 7,390 > t tabel 1,66055; sig. 0,000 < 0,05) dengan kontribusi sebesar 38,3%. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kontribusi sebesar 59,9% (F hitung 65,034 > F tabel 3,09; sig. 0,000 < 0,05). Hasil ini mengonfirmasi bahwa penguatan sosialisasi dan pengetahuan perpajakan secara bersamaan efektif meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan, sekaligus mengisi kekosongan penelitian pada objek dan lokasi pasar modern kawasan perkotaan baru.

Kata kunci

Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Kepatuhan Wajib Pajak

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tax socialization (X1) and tax knowledge (X2) on taxpayer compliance (Y), both partially and simultaneously, among individual entrepreneur taxpayers in Modern Market BSD City. The study is grounded in a research gap: inconsistent findings in prior studies regarding the effect of tax socialization and knowledge on compliance, and the limited number of studies specifically targeting entrepreneurs in new urban modern markets such as BSD City, whose business scale, digital literacy, and interaction with modern tax administration systems (Coretax) differ from conventional markets. An associative quantitative approach was used, with a population of 843 entrepreneur taxpayers. Using the Slovin formula with a 10% margin of error and accidental sampling, 90 respondents were obtained. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression in SPSS 25. The regression equation obtained was $Y = 5.837 + 0.576X_1 + 0.200X_2$. Tax socialization has a positive and significant partial effect on compliance (t -count 11.064 > t -table 1.66055; sig. 0.000 < 0.05), contributing 58.2%. Tax knowledge also has a positive and significant partial effect (t -count 7.390 > t -table 1.66055; sig. 0.000 < 0.05), contributing 38.3%. Simultaneously, both variables have a positive and significant effect, contributing 59.9% (F -count 65.034 > F -table 3.09; sig. 0.000 < 0.05). These results confirm that strengthening tax socialization and tax knowledge together

Keywords

effectively improves the compliance of individual entrepreneur taxpayers, while filling the research gap in the context of new urban modern markets.
Tax Socialization, Tax Knowledge, Taxpayer Compliance

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber utama pendapatan negara yang memiliki kontribusi besar bagi pembangunan ekonomi Indonesia (Nurafiza & Kisnawati, 2024). Indonesia menerapkan sistem perpajakan berbasis self assessment system, yang memberikan kewenangan penuh kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, menyetor, serta melaporkan kewajiban perpajakannya secara mandiri (Palupi & Arifin, 2023). Dengan sistem ini, keberhasilan penerimaan pajak lebih ditentukan oleh tingkat kepatuhan sukarela (voluntary compliance) wajib pajak dibandingkan intensitas pengawasan aparat pajak, sejalan dengan salah satu tujuan Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP).

Sosialisasi perpajakan merupakan faktor eksternal, sedangkan pengetahuan perpajakan merupakan faktor internal yang sama-sama diyakini memengaruhi kepatuhan wajib pajak (Wati, 2022). Berdasarkan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-98/PJ/2011, sosialisasi perpajakan diartikan sebagai upaya penyampaian informasi perpajakan yang bertujuan mengubah pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat agar terdorong memahami, menyadari, dan berperan aktif memenuhi kewajiban perpajakannya (Sari & Saryadi, 2022). Sejumlah penelitian mendukung pengaruh positif kedua variabel ini, misalnya temuan bahwa sosialisasi perpajakan memengaruhi kepatuhan melalui pengetahuan perpajakan sebagai variabel intervening (Wati, 2022), serta studi pada usahawan di ITC Cempaka Mas yang menunjukkan sosialisasi dan pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan melalui kesadaran wajib pajak (Venti & Sandra, 2021).

Namun demikian, kondisi ideal tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam praktik. Data Kementerian Keuangan mencatat tax ratio Indonesia menunjukkan tren stagnan bahkan menurun, dari 12% pada 2003 menjadi 10,41% pada 2022, dan diproyeksikan hanya 9,61% pada 2023 — jauh di bawah negara ASEAN lain seperti Vietnam (22,7%) dan Filipina (17,8%). Rendahnya rasio pajak ini berkaitan erat dengan masih rendahnya kepatuhan sektor informal dan UMKM. Studi pada 1.200 pelaku UMKM di Jawa Barat bahkan menemukan 68% di antaranya tidak melaporkan omzet sebenarnya, dengan rata-rata underreporting mencapai 42%, serta temuan bahwa sosialisasi perpajakan justru berpengaruh negatif terhadap kepatuhan pada sebagian sampel (Firmansyah et al., 2022) — bertentangan dengan asumsi teoritis umum. Tingkat kepatuhan formal wajib pajak nasional pada 2024 pun hanya mencapai 85,75%, menurun dibandingkan 2023 (86,97%) dan 2022 (86,80%).

Inkonsistensi hasil penelitian terdahulu ini mengindikasikan bahwa pengaruh sosialisasi dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan bersifat kontekstual, sangat bergantung pada karakteristik objek, wilayah, dan segmen wajib pajak yang diteliti. Mayoritas penelitian terdahulu berfokus pada wajib pajak terdaftar di KPP Pratama, pelaku UMKM di kota tertentu seperti Padang, maupun usahawan di pusat perbelanjaan wilayah DKI Jakarta. Penelitian yang secara spesifik menyoroti wajib pajak orang pribadi usahawan di lingkungan pasar modern kawasan perkotaan baru seperti BSD City masih sangat terbatas, padahal karakteristik usahawan di kawasan tersebut relatif berbeda dari sisi skala usaha, literasi digital, dan interaksi dengan sistem administrasi perpajakan modern seperti Coretax. Kekosongan (gap) inilah yang menjadi dasar penelitian ini, dengan tujuan untuk menguji secara empiris pengaruh sosialisasi perpajakan dan

pengetahuan perpajakan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan di Pasar Modern BSD City. Urgensi penelitian ini semakin kuat mengingat pemerintah tengah gencar melakukan reformasi administrasi perpajakan melalui implementasi sistem Coretax sejak awal 2025, yang efektivitasnya sangat bergantung pada seberapa baik sosialisasi dijalankan dan seberapa memadai pengetahuan perpajakan wajib pajak di lapangan.

a. Theory Of Planned Behaviour (Tpb)

Theory of Planned Behaviour (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa perilaku individu timbul dari niat untuk berperilaku, yang dipengaruhi oleh tiga faktor: normative beliefs (keyakinan terhadap harapan normatif dan motivasi memenuhinya), behavioral beliefs (keyakinan atas hasil dan evaluasi suatu perilaku), dan control beliefs (keyakinan atas hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku) (Armaijn et al., 2024). Dalam konteks perpajakan, sosialisasi perpajakan berkaitan dengan normative beliefs — semakin efektif sosialisasi yang diterima, semakin besar dorongan wajib pajak untuk patuh. Pengetahuan perpajakan berkaitan dengan behavioral beliefs — wajib pajak yang memahami konsekuensi kepatuhan dan ketidakpatuhan akan lebih terdorong berperilaku patuh. Teori ini menjadi landasan konseptual utama yang menghubungkan kedua variabel independen dengan kepatuhan wajib pajak dalam penelitian ini.

b. Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pengetahuan perpajakan kepada masyarakat, khususnya wajib pajak, agar mengetahui peraturan dan tata cara perpajakan melalui metode yang tepat (Siahaan & Halimatusyadiah, 2018). Sosialisasi juga mengacu pada kemampuan wajib pajak memahami peraturan perpajakan secara utuh, dengan indikator meliputi fungsi perpajakan, peraturan perpajakan, pendaftaran wajib pajak, tata cara pembayaran, dan tarif pajak (Ristanti et al., 2022). Dalam penelitian ini, sosialisasi perpajakan diukur melalui tiga dimensi: penyelenggaraan sosialisasi (informasi peraturan baru dan penjelasan petugas pajak), media sosialisasi (media cetak dan elektronik), serta manfaat sosialisasi bagi kepatuhan wajib pajak (Wati, 2022).

c. Pengetahuan Perpajakan

Pengetahuan perpajakan merupakan ilmu yang dimiliki wajib pajak mengenai tata cara menghitung, membayar, dan melaporkan pajak (Ermawati, 2018). Pengetahuan ini juga dipandang sebagai pendorong bagi individu untuk memperoleh dan menambah wawasan terkait ketentuan umum perpajakan, subjek dan objek pajak, tarif, serta prosedur pelaporan (Aniswatin dalam Rahayu, 2021), sekaligus menjadi dasar wajib pajak dalam mengambil keputusan melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya (Pratama & Riduwan, 2020). Indikator pengetahuan perpajakan dalam penelitian ini meliputi pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan, pengetahuan mengenai sistem perpajakan di Indonesia, dan pengetahuan mengenai fungsi perpajakan (Wati, 2022).

d. Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak adalah sikap atau perilaku wajib pajak yang melaksanakan seluruh kewajiban perpajakannya sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Khomsyah dalam Faridzi et al., 2022). Kepatuhan mencakup pendaftaran sebagai wajib pajak, perhitungan yang benar, pembayaran tepat waktu, dan pelaporan sesuai ketentuan, yang dapat bersifat sukarela maupun terpaksa akibat pengawasan dan sanksi (Sulistiyorini & Latifah, 2022). Indikator kepatuhan wajib pajak dalam penelitian ini meliputi tiga dimensi: mendaftarkan diri, menghitung kewajiban pajak, dan membayar pajak tepat waktu (Hidayat & Gunawan, 2022).

e. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu menjadi acuan dan pembanding dalam penelitian ini, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

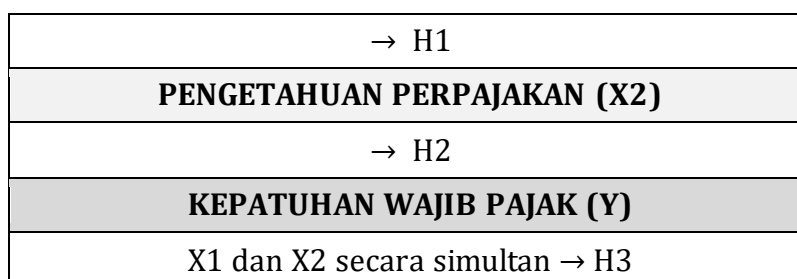
Peneliti (Tahun)	Fokus Penelitian	Hasil Utama
Wardani & Wati (2018)	Sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan WP dengan pengetahuan perpajakan sebagai variabel intervening (WPOP KPP Pratama Kebumen)	Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan, baik langsung maupun melalui pengetahuan perpajakan
Hartini & Sopian (2018)	Pengetahuan perpajakan dan kesadaran WP terhadap kepatuhan WPOP	Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan
Insanny et al. (2023)	Pengetahuan perpajakan dan program E-Samsat terhadap kepatuhan WP kendaraan bermotor	Kedua variabel berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan
Venti & Sandra (2021)	Sosialisasi dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan usahawan dengan kesadaran WP sebagai intervening (ITC Cempaka Mas)	Sosialisasi dan pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan
Yulia et al. (2020)	Pengetahuan perpajakan, kesadaran WP, tingkat pendidikan, sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan UMKM Kota Padang	Secara simultan seluruh variabel berpengaruh terhadap kepatuhan
Haryanti & Pitoyo (2022)	Modernisasi administrasi, pengetahuan, sosialisasi, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan WPOP Kabupaten Bekasi	Pengetahuan, sosialisasi, dan sanksi berpengaruh positif; modernisasi administrasi tidak berpengaruh

Berdasarkan kajian di atas, mayoritas penelitian terdahulu dilakukan pada objek wajib pajak di KPP Pratama, UMKM kota tertentu, atau pusat perbelanjaan wilayah Jakarta, sehingga penelitian pada usahawan pasar modern kawasan perkotaan baru seperti BSD City memberikan kontribusi baru bagi literatur perpajakan.

f. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan hubungan antara sosialisasi perpajakan (X1) dan pengetahuan perpajakan (X2) sebagai variabel independen terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) sebagai variabel dependen, baik secara parsial (H1, H2) maupun simultan (H3), sebagaimana disajikan pada Gambar 1.

SOSIALISASI PERPAJAKAN (X1)



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

g. Pengembangan Hipotesis

- H1: Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan di Pasar Modern BSD City.
- H2: Pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan di Pasar Modern BSD City.
- H3: Sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan di Pasar Modern BSD City.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Metode ini dipilih untuk mengukur seberapa besar pengaruh sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan di Pasar Modern BSD City.

2.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Pasar Modern BSD City, Tangerang Selatan, dengan objek wajib pajak orang pribadi usahawan yang menjalankan usaha di lokasi tersebut. Penelitian berlangsung selama kurang lebih enam bulan, mulai dari tahap perizinan, penyusunan instrumen, penyebaran kuesioner, hingga pengolahan data.

2.3 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian berjumlah 843 usahawan wajib pajak di Pasar Modern BSD City, yang terdiri dari pedagang ruko, kios, lapak, lahan, dan selasar (Tabel 2). Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%:

$$n = N / (1 + N.e^2) = 843 / (1 + 843(0,1)^2) = 843 / 9,43 \approx 89,46, \text{ dibulatkan menjadi } 90 \text{ responden.}$$

Tabel 2. Jumlah Pedagang di Pasar Modern BSD City

No	Jenis Usaha	Jumlah Usahawan
1	Ruko	168
2	Kios	316
3	Lapak	310
4	Lahan	31
5	Selasar	18
	Jumlah Populasi	843

Sumber: Pasar Modern BSD City (diolah peneliti)

Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode accidental sampling, yaitu siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu peneliti dan memenuhi karakteristik sampel dapat dijadikan responden.

2.4 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Sosialisasi Perpajakan (X1)	Penyelenggaraan sosialisasi; media sosialisasi; manfaat sosialisasi	Likert
Pengetahuan Perpajakan (X2)	Ketentuan umum dan tata cara perpajakan; sistem perpajakan; fungsi perpajakan	Likert
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Mendaftar; menghitung; membayar	Likert

2.5 Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju sampai Sangat Setuju) yang disebarluaskan kepada 90 responden. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi terkait profil dan kondisi Pasar Modern BSD City.

2.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji koefisien korelasi dan determinasi, serta pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dan simultan (uji F) dengan taraf signifikansi 5%, menggunakan bantuan SPSS versi 25.

3. HASIL PEMBAHASAN

3.1 Hasil

a. Karakteristik Responden

Dari 90 responden, mayoritas berjenis kelamin laki-laki (52,2%) dan perempuan (47,8%), menunjukkan komposisi yang relatif seimbang. Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden merupakan lulusan SLTA (57,8%), diikuti S1/S2 (24,4%), SMP (10%), dan D3/D4 (7,8%). Sebanyak 84,4% responden telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), sedangkan 15,6% belum memilikinya. Data ini menunjukkan bahwa usahawan di Pasar Modern BSD City memiliki latar belakang pendidikan menengah ke atas dengan tingkat kesadaran mendaftarkan diri sebagai wajib pajak yang cukup tinggi.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan pada variabel sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan, dan kepatuhan wajib pajak memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 untuk seluruh variabel, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk pengumpulan data.

c. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan data berdistribusi normal, yang juga didukung oleh sebaran titik pada grafik P-P Plot yang mengikuti garis diagonal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,886 ($< 10,00$) dan nilai tolerance sebesar 0,530 ($> 0,10$), sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas antarvariabel independen. Hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot menunjukkan titik-titik menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y,

sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, seluruh uji asumsi klasik terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	Beta (β)	t	Sig.
(Constant)	5,837	1,877	-	3,110	0,003
Sosialisasi Perpajakan (X1)	0,576	0,084	0,639	6,852	0,000
Pengetahuan Perpajakan (X2)	0,200	0,103	0,181	1,944	0,005

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh persamaan regresi linear berganda: $Y = 5,837 + 0,576X_1 + 0,200X_2$. Nilai konstanta 5,837 menunjukkan bahwa apabila sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan bernilai konstan (nol), maka kepatuhan wajib pajak berada pada nilai dasar 5,837. Koefisien X_1 sebesar 0,576 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan sosialisasi perpajakan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,576 satuan, dengan asumsi X_2 tetap. Koefisien X_2 sebesar 0,200 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pengetahuan perpajakan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,200 satuan, dengan asumsi X_1 tetap. Kedua koefisien bernilai positif, mengindikasikan bahwa peningkatan sosialisasi maupun pengetahuan perpajakan secara konsisten mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak.

e. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Pengaruh	R	R Square (R^2)	Kontribusi
$X_1 \rightarrow Y$ (parsial)	0,763	0,582	58,2%
$X_2 \rightarrow Y$ (parsial)	0,619	0,383	38,3%
$X_1, X_2 \rightarrow Y$ (simultan)	0,774	0,599	59,9%

Nilai R sebesar 0,763 pada pengaruh sosialisasi perpajakan menunjukkan hubungan yang kuat terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan kontribusi (R^2) sebesar 58,2%, sedangkan sisanya 41,8% dipengaruhi faktor lain di luar model. Pengetahuan perpajakan memiliki nilai R sebesar 0,619 dengan kontribusi 38,3%, sedangkan sisanya 61,7% dijelaskan faktor lain. Secara simultan, kedua variabel independen memiliki nilai R sebesar 0,774 dengan kontribusi sebesar 59,9%, sedangkan 40,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus, atau sanksi perpajakan.

f. Pengujian Hipotesis

Tabel 6. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Nilai Uji	Nilai Kritis	Sig.	Keputusan
H1: $X_1 \rightarrow Y$	t hitung = 11,064	t tabel = 1,66055	0,000	Ha1 diterima
H2: $X_2 \rightarrow Y$	t hitung = 7,390	t tabel = 1,66055	0,000	Ha2 diterima
H3: $X_1, X_2 \rightarrow Y$	F hitung = 65,034	F tabel = 3,09	0,000	Ha3 diterima

Ketiga hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) dan nilai uji melebihi nilai kritis, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima pada seluruh hipotesis. Hal ini membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan di Pasar Modern BSD City.

3.2 Pembahasan

a. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan kontribusi sebesar 58,2%. Temuan ini konsisten dengan Theory of Planned Behaviour, yang menempatkan sosialisasi perpajakan sebagai bagian dari normative beliefs — semakin efektif sosialisasi yang diterima wajib pajak, semakin besar dorongan untuk berperilaku patuh. Hasil ini sejalan dengan penelitian Wardani & Wati (2018) dan Hartini & Sopian (2018) yang juga menemukan pengaruh positif sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun demikian, hasil ini berbeda dengan temuan pada sebagian sampel penelitian lain yang justru menunjukkan pengaruh negatif (Firmansyah et al., 2022), yang mengindikasikan bahwa efektivitas sosialisasi sangat bergantung pada karakteristik lokasi dan segmen wajib pajak yang dituju — dalam hal ini usahawan pasar modern kawasan perkotaan baru BSD City, yang relatif memiliki literasi digital lebih tinggi dibandingkan pedagang pasar tradisional pada umumnya.

b. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengetahuan perpajakan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kontribusi sebesar 38,3%. Sesuai dengan behavioral beliefs dalam Theory of Planned Behaviour, wajib pajak yang memahami konsekuensi dari kepatuhan maupun ketidakpatuhan akan lebih terdorong untuk berperilaku patuh. Temuan ini mendukung hasil penelitian Insanny et al. (2023) dan Milleani & Maryono (2020) yang menunjukkan pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan. Meskipun demikian, kontribusi pengetahuan perpajakan (38,3%) relatif lebih rendah dibandingkan sosialisasi perpajakan (58,2%), yang mengindikasikan bahwa pada objek usahawan Pasar Modern BSD City, upaya penyampaian informasi secara langsung dan berkelanjutan (sosialisasi) memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan sekadar tingkat pengetahuan yang telah dimiliki wajib pajak.

c. Pengaruh Simultan Sosialisasi dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Secara simultan, sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kontribusi sebesar 59,9%, sedangkan sisanya 40,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar model, seperti kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus, dan sanksi perpajakan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Haryanti & Pitoyo (2022) dan Yulia et al. (2020) yang menemukan pengaruh simultan yang signifikan dari variabel-variabel serupa terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil ini memperkuat argumen bahwa strategi peningkatan kepatuhan wajib pajak usahawan di kawasan pasar modern perkotaan baru sebaiknya menggabungkan dua pendekatan sekaligus: penguatan intensitas dan kualitas sosialisasi perpajakan, serta peningkatan literasi/pengetahuan perpajakan wajib pajak secara berkelanjutan, khususnya dalam menghadapi transisi ke sistem administrasi Coretax

4. KESIMPULAN

- a. Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan di Pasar Modern BSD City (t hitung 11,064 > t tabel 1,66055; sig. 0,000 < 0,05), sehingga H1 diterima.
- b. Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan di Pasar Modern BSD City (t hitung 7,390 > t tabel 1,66055; sig. 0,000 < 0,05), sehingga H2 diterima.
- c. Sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan di Pasar Modern BSD City (F hitung 65,034 > F tabel 3,09; sig. 0,000 < 0,05), dengan kontribusi sebesar 59,9%, sehingga H3 diterima.

4. DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Aniswatin, dalam Rahayu, A. A., Erawati, T., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh motivasi pengetahuan perpajakan, motivasi karir, motivasi kualitas, motivasi sosial, dan motivasi ekonomi terhadap minat mahasiswa mengikuti program brevet pajak. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(2), 240–264.
- Armajijn, dkk. (2024). Theory of Planned Behaviour dalam kepatuhan perpajakan.
- Devi, N., & Purba, M. A. (2019). Pengaruh sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Direktorat Jenderal Pajak. (2022). Presiden RI sahkan UU Harmonisasi Peraturan Perpajakan. <https://www.pajak.go.id/en/node/72649>
- Ermawati, N. (2018). Pengaruh religiusitas, kesadaran wajib pajak dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 10(1), 106–122.
- Faridzi, M. A., Suryanto, T., & Devi, Y. (2022). Pengaruh pemahaman dan religiusitas terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dalam membayar pajak PP 23 Th 2018 (Studi UMKM Kecamatan Sukarame). *Al-Mal: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 3(01), 85–107.
- Firmansyah, dkk. (2022). Inkonsistensi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak: Studi UMKM Jawa Barat.
- Hartini, O., & Sopian, D. (2018). Pengaruh pengetahuan perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(2), 43–56.
- Haryanti, M. D., & Pitoyo, B. S. (2022). Pengaruh modernisasi administrasi perpajakan, pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di wilayah Kabupaten Bekasi. *Jurnal Akuntansi & Perpajakan*, 3(2).
- Hidayat, I., & Gunawan, S. (2022). Kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan dan kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Bumi dan Bangunan. *Manazhim*, 4(1), 110–132.
- Insanny, A. N., Sofianty, D., & Mardini, R. (2023). Pengaruh pengetahuan perpajakan dan penerapan program E-Samsat terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Riset Akuntansi Unisba Press*, 3(1).
- Milleani, A., & Maryono. (2020). Pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak dan SAMSAT keliling terhadap kepatuhan wajib

- pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Kendal. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 13(1).
- Nurafiza, & Kisnawati. (2024). Pajak sebagai sumber pendapatan negara dan kepatuhan wajib pajak.
- Palupi, M. E., & Arifin, J. (2023). Kepatuhan wajib pajak UMKM di Indonesia: Faktor internal dan eksternal. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 5, 336–346.
- Pratama, A. P., & Riduwan, A. (2020). Pengaruh sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan dan penerapan e-filing terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(9).
- Ristanti, F., Khasanah, U., & Kuntadi, C. (2022). Literature review pengaruh penerapan pajak UMKM, sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 380–391.
- Sari, & Saryadi. (2022). Sosialisasi perpajakan berdasarkan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-98/PJ/2011.
- Siahaan, S., & Halimatusyadiah, H. (2018). Pengaruh kesadaran perpajakan, sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Akuntansi*, 8(1), 1–14.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi penelitian manajemen, kuantitatif, kualitatif, kombinasi, penelitian tindakan dan evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyorini, E., & Latifah, N. (2022). Pengaruh kepatuhan wajib pajak, pemeriksaan pajak, dan penagihan pajak terhadap penerimaan pajak penghasilan badan. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(1), 105–112.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. <https://peraturan.bpk.go.id/details/185162/uu-no-7-tahun-2021>
- Venti, V., & Sandra, A. (2021). Pengaruh sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan dengan kesadaran wajib pajak sebagai variabel intervening. *Prosiding Simposium Nasional Perpajakan*, 1(1), 107–124.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan pengetahuan perpajakan sebagai variabel intervening (Studi pada WPOP di KPP Pratama Kebumen). *Nominal*, 7(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358>
- Wati, W. (2022). Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan pengetahuan perpajakan sebagai variabel intervening.
- Yulia, Y., Wijaya, R. A., Sari, D. P., & Adawi, M. (2020). Pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, tingkat pendidikan, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 5(1), 158–170.