

Pengaruh Penurunan Tarif Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi

Kamila Windyani Putri^{1*}, Marhusin², Nur Hajjah³

¹Akuntansi Syariah, Universitas Islam Negeri Antasari, Indonesia

²Bisnis Digital, Politeknik Hasnur, Indonesia

³Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Hasnur, Indonesia

*Corresponding Author: kamilawp@uin-antasari.ac.id

Submitted: 11/11/2025; Accepted: 20/11/2025; Published: 17/12/2025

Abstract: This study aims to analyze the effect of tax rate reduction and tax sanctions on the compliance of individual taxpayers engaged in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), with tax socialization as a moderating variable. The Theory of Planned Behavior (TPB) is used as the theoretical framework to explain taxpayer behavior based on attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control. The research applies a quantitative approach with data collected from individual MSME taxpayers registered at KPP Pratama Banjarmasin. Sampling was determined using the Slovin formula, and data were analyzed through regression testing and Moderated Regression Analysis (MRA). The results indicate that both tax rate reduction and tax sanctions have a significant influence, which is further moderated by tax socialization in improving taxpayer compliance. Effective tax socialization strengthens the relationship between the independent variables and taxpayer compliance by increasing understanding, awareness, and perception of fairness. These findings provide practical implications for the Directorate General of Taxes (DGT) in developing fair and sustainable tax policies that encourage voluntary compliance through continuous education and outreach

Keywords: Tax Compliance, Tax Rate Reduction, Tax Sanctions, Tax Socialization, Theory of Planned Behavior

PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang berperan penting dalam membiayai pembangunan nasional dan penyelenggaraan pemerintahan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), pajak didefinisikan sebagai kontribusi wajib kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang tanpa imbalan langsung, dan digunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dalam konteks pembangunan ekonomi, keberhasilan pengumpulan pajak sangat bergantung pada tingkat kepatuhan wajib pajak, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional.

Kepatuhan wajib pajak UMKM memiliki peran strategis karena sektor ini menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Pemerintah telah memberikan berbagai fasilitas, seperti penerapan Pajak Penghasilan (PPh) Final sebesar 0,5% melalui Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 yang kemudian diatur lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022. Kebijakan ini diharapkan dapat mendorong kesadaran dan kepatuhan pelaku UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakannya secara sederhana, proporsional, dan berkeadilan.

Namun, tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM dalam melaporkan SPT Tahunan masih tergolong rendah. Data historis menunjukkan bahwa di wilayah kerja KPP Pratama Banjarmasin, pada tahun 2019 terdapat 17.399 Wajib Pajak Orang Pribadi (WP OP) UMKM terdaftar, dengan 7.338 orang (42,17%) yang melaporkan SPT



Tahunan; angka tersebut menurun pada tahun 2020 menjadi 4.938 orang (27,14%) dari 18.194 WP terdaftar, dan sedikit meningkat kembali pada tahun 2021 menjadi 5.727 orang (31,40%) dari 18.239 WP terdaftar (Rahman & Hadi, 2023). Data tersebut menunjukkan bahwa meskipun ada upaya pembinaan dan sosialisasi, tingkat kepatuhan pajak UMKM masih fluktuatif dan belum mencapai target optimal. Fenomena ini menandakan adanya kesenjangan antara regulasi yang memudahkan dan implementasi di lapangan.

Data terbaru berdasarkan Laporan Kinerja (LAKIN) KPP Pratama Banjarmasin Tahun 2024 menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan penyampaian SPT Tahunan Wajib Pajak Badan dan Orang Pribadi mencapai 108,04% dari target nasional, dengan efektivitas pengawasan pembayaran pajak sebesar 100,10%. Meskipun demikian, laporan tersebut juga mencatat bahwa “kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan SPT belum maksimal”, menandakan bahwa sebagian peningkatan bersifat administratif, bukan substantif (KPP Pratama Banjarmasin, 2024). Kondisi ini memperlihatkan bahwa pemerintah masih perlu memperkuat strategi pembinaan, edukasi, dan pendampingan bagi pelaku UMKM agar kepatuhan pajak tidak hanya karena kewajiban hukum, tetapi juga tumbuh dari kesadaran fiskal yang berkelanjutan. Dalam menganalisis perilaku kepatuhan wajib pajak, penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) sebagai landasan teoritis utama. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Ketiga faktor tersebut berperan dalam membentuk niat (*intention*) seseorang untuk berperilaku patuh, termasuk dalam konteks kepatuhan pajak.

Dalam konteks perpajakan, TPB relevan untuk menjelaskan bagaimana penurunan tarif pajak, penerapan sanksi, dan kegiatan sosialisasi dapat memengaruhi niat dan perilaku kepatuhan wajib pajak. Penurunan tarif pajak dapat meningkatkan persepsi keadilan dan kemauan membayar pajak, karena beban pajak yang lebih ringan sering kali meningkatkan sikap positif terhadap sistem perpajakan. Sementara itu, sanksi pajak berperan membentuk norma subjektif dan kontrol perilaku, di mana ancaman hukuman mendorong wajib pajak untuk mematuhi ketentuan agar terhindar dari konsekuensi hukum. Selain itu, sosialisasi perpajakan berfungsi sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh tarif dan sanksi terhadap kepatuhan pajak. Melalui kegiatan edukasi, penyuluhan, dan pendampingan pajak, wajib pajak memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang manfaat dan kewajiban perpajakan. Dengan meningkatnya pengetahuan dan kesadaran fiskal, niat untuk patuh pajak tidak hanya muncul karena paksaan hukum, tetapi juga karena kesadaran moral dan tanggung jawab sosial.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung hubungan antar variabel tersebut. Savitri (2024) menemukan bahwa penurunan tarif pajak dan sanksi berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di KPP Pratama Lubuk Pakam. Hasilnya menunjukkan bahwa wajib pajak lebih patuh ketika beban tarif lebih ringan dan sanksi diterapkan secara tegas. Penelitian Marasabessy (2023) juga menunjukkan bahwa kebijakan penurunan tarif PPh Final 0,5% mendorong peningkatan pelaporan pajak karena dianggap sebagai insentif fiskal yang adil. Namun, hasil tersebut bergantung pada tingkat pemahaman wajib pajak terhadap aturan yang berlaku. Artinya, kebijakan tarif rendah tidak selalu efektif tanpa diiringi peningkatan literasi pajak. Selanjutnya, Wardani (2022) menemukan bahwa sanksi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Penelitian ini menegaskan bahwa kepatuhan meningkat ketika wajib pajak memiliki persepsi risiko tinggi terhadap pelanggaran. Namun, efek ini lebih kuat ketika diiringi kegiatan sosialisasi dan penyuluhan pajak yang efektif.

Penelitian Sari dan Rahmawati (2022) menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk menganalisis kepatuhan pajak UMKM dan menemukan bahwa sosialisasi perpajakan memperkuat hubungan

antara niat dan perilaku patuh wajib pajak. Dengan adanya sosialisasi yang intensif, wajib pajak memiliki pemahaman dan persepsi kontrol perilaku yang lebih baik terhadap sistem perpajakan. Hasil ini menunjukkan bahwa sosialisasi dapat menjadi variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara kebijakan fiskal dan kepatuhan pajak. Hasil penelitian Kumaratih (2020) juga menguatkan bahwa perubahan tarif PPh Final berdampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Namun, dampak tersebut tidak signifikan tanpa adanya dukungan dari kebijakan edukatif dan sosialisasi yang tepat sasaran. Hal ini menandakan bahwa kebijakan fiskal perlu dikombinasikan dengan pendekatan edukatif untuk mendorong kepatuhan yang berkelanjutan.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian (*research gap*) yang telah diuraikan, tampak bahwa hasil-hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan ketidakkonsistenan hubungan antara penurunan tarif pajak, sanksi pajak, dan tingkat kepatuhan wajib pajak, terutama ketika sosialisasi perpajakan belum dipertimbangkan sebagai variabel moderasi. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya penelitian yang dapat menjelaskan secara empiris sejauh mana penurunan tarif pajak dan penerapan sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, serta bagaimana sosialisasi perpajakan memperkuat hubungan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh penurunan tarif pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM, serta untuk mengetahui apakah sosialisasi perpajakan dapat memperkuat pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kepatuhan wajib pajak

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi *Theory of Planned Behaviour* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) didasarkan pada anggapan bahwa niat seseorang untuk bertindak (*behavioral intention*) tidak hanya dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) dan norma subjektif (*subjective norm*), tetapi juga oleh persepsi individu atas kemampuan mengendalikan perilaku tersebut (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991). TPB merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang banyak digunakan dalam kajian perilaku konsumen. Melalui TPB, Ajzen menambahkan unsur kontrol perilaku yang dirasakan sebagai faktor penting dalam pembentukan niat dan tindakan individu. Dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA), dijelaskan bahwa perilaku dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui sikap dan norma subjektif. Teori ini menekankan bahwa sikap memengaruhi perilaku melalui proses pengambilan keputusan yang rasional dan terencana. Selain itu, TRA menyoroti bahwa sikap spesifik terhadap suatu objek dan norma subjektif bersama-sama membentuk niat untuk berperilaku (Fishbein & Ajzen, 1975; Vallerand et al., 1992).

Konsep Dasar dan Pengertian Pajak

Terdapat beragam definisi pajak yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut Mardiasmo (2016), pajak merupakan kontribusi wajib dari masyarakat kepada kas negara yang didasarkan pada undang-undang dan bersifat *memaksa* tanpa adanya imbalan langsung yang dapat diterima pembayar pajak. Dana yang diperoleh dari pajak tersebut dimanfaatkan untuk membiayai berbagai kebutuhan dan pengeluaran publik. Sementara itu, Peter Jacob Albert Adriani mendefinisikan pajak sebagai iuran wajib kepada negara yang dapat dipaksakan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan tanpa adanya prestasi langsung yang dapat ditunjukkan kepada wajib pajak. Pajak berfungsi sebagai sumber penerimaan utama negara untuk membiayai pengeluaran yang berkaitan

dengan pelaksanaan tugas pemerintahan. Definisi ini menegaskan bahwa pajak memiliki karakter memaksa namun tetap berorientasi pada kepentingan umum (Mardiasmo, 2016).

Fungsi Pajak Di Indonesia

Pajak memiliki peran yang sangat penting dalam sistem perekonomian Indonesia. Secara umum, pajak berfungsi tidak hanya sebagai sumber penerimaan negara, tetapi juga sebagai alat kebijakan fiskal yang dapat mengatur, menstabilkan, dan pemeratakan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan teori keuangan publik, terdapat empat fungsi utama pajak di Indonesia, yaitu fungsi anggaran (*budgetair*), fungsi mengatur (*regulerend*), fungsi stabilitas, dan fungsi redistribusi pendapatan. Secara konseptual, fungsi-fungsi tersebut dapat digambarkan dalam suatu kerangka yang saling terhubung, di mana pajak berperan sebagai pusat penggerak ekonomi: penerimaan negara dari pajak digunakan untuk membiayai pengeluaran publik (*fungsi anggaran*), kemudian melalui kebijakan tarif dan insentif pajak, pemerintah mengarahkan aktivitas ekonomi masyarakat (*fungsi mengatur*). Pajak juga berfungsi menjaga keseimbangan ekonomi nasional (*fungsi stabilitas*), dan akhirnya hasil penerimaan pajak digunakan untuk mewujudkan pemerataan kesejahteraan (*fungsi redistribusi pendapatan*) (Lathifa, 2022).

Sistem Pemungutan Pajak

1. *Official Assessment System*

Pemerintah yang menghitung dan menetapkan pajak terutang. Wajib pajak pasif, hanya menunggu ketetapan dari fiskus. Contoh: Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) sebelum reformasi.

2. *Self Assessment System*

Wajib pajak diberi kepercayaan untuk menghitung, menyeter, dan melaporkan sendiri pajak terutangnya. Pemerintah berperan sebagai pengawas. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh) dan PPN di Indonesia.

3. *Withholding System*

Pihak ketiga (bukan wajib pajak, bukan fiskus) diberi kewenangan untuk memotong atau memungut pajak. Contoh: perusahaan memotong PPh 21 karyawan, bank memotong PPh atas bunga deposito (Mardiasmo, 2019).

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu faktor utama dalam keberhasilan sistem perpajakan di Indonesia. Menurut Suyanto dan Pratama (2021), kepatuhan wajib pajak mencerminkan sejauh mana wajib pajak memahami, menyadari, dan melaksanakan kewajiban perpajakannya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tingkat kepatuhan ini tidak hanya dipengaruhi oleh kesadaran individu, tetapi juga oleh efektivitas kebijakan pemerintah dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh otoritas pajak. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Gaol dan Sarumaha (2022) menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak dapat meningkat apabila fiskus memberikan pelayanan yang baik, melakukan penyuluhan pajak secara berkesinambungan, dan menerapkan sanksi pajak secara tegas. Temuan serupa juga disampaikan oleh Purwaningsih, Iswanaji, dan Bharata (2022) yang menjelaskan bahwa faktor-faktor seperti kesadaran pajak, pemahaman atas peraturan pajak, tingkat pendapatan, serta keberadaan sanksi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib

pajak orang pribadi. Hal ini menegaskan pentingnya pendekatan edukatif dan preventif dalam upaya meningkatkan kepatuhan pajak.

Kurniawan, Novayanthi, dan Febrianto (2023) menambahkan bahwa kepatuhan pajak tidak hanya ditentukan oleh faktor internal wajib pajak, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi terhadap keadilan sistem perpajakan dan kejelasan regulasi. Sementara itu, Ayemi, Pratama, Oksidea, dan Sales (2024) menyoroti adanya dinamika penelitian tentang kepatuhan wajib pajak yang terus berkembang seiring dengan perubahan kebijakan fiskal dan kemajuan teknologi administrasi perpajakan di Indonesia. Oleh karena itu, memahami berbagai determinan kepatuhan wajib pajak menjadi penting untuk merancang strategi peningkatan penerimaan negara secara berkelanjutan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja serta pemerataan pendapatan masyarakat di berbagai daerah. Selain itu, sektor ini juga terbukti memiliki ketahanan tinggi dalam menghadapi berbagai krisis ekonomi yang melanda Indonesia (Sofyan, 2017; Azizah et al., 2024). Meskipun memiliki peran strategis, UMKM masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan akses pembiayaan, rendahnya kemampuan manajerial, dan keterlambatan dalam adopsi teknologi digital. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin bergeser ke arah digital menuntut pelaku UMKM untuk berinovasi dan menyesuaikan strategi pemasarannya. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan literasi digital menjadi kebutuhan yang mendesak bagi keberlanjutan usaha (Djarmiko & Pudyastiwi, 2024; Septiani et al., 2023).

Pemerintah memiliki peran penting dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pengembangan UMKM melalui kebijakan fiskal, pembinaan, dan pemberian insentif. Dukungan kebijakan yang tepat dapat mendorong peningkatan produktivitas dan daya saing UMKM di pasar domestik maupun global. Dengan demikian, sinergi antara pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat menjadi kunci utama dalam memperkuat kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (Hidayat et al., 2023; Nurul Husna, 2023).

Penurunan Tarif Pajak di Indonesia

Penurunan tarif pajak merupakan salah satu instrumen kebijakan fiskal yang digunakan pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan memperluas basis pajak. Melalui penurunan tarif, diharapkan beban perpajakan menjadi lebih ringan sehingga mendorong kepatuhan dan partisipasi wajib pajak. Reformasi perpajakan di Indonesia juga diarahkan untuk menciptakan sistem yang lebih efisien, adil, dan mampu mendukung keberlanjutan fiskal nasional. Kebijakan penurunan tarif pajak diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) yang menetapkan tarif PPh Badan sebesar 22% mulai tahun pajak 2020 dan 2021, serta rencana penurunan menjadi 20% pada tahun 2022. Selain itu, bagi Wajib Pajak Badan berbentuk Perseroan Terbuka (Tbk) dengan minimal 40% saham dimiliki publik, diberikan potongan tarif sebesar 3% lebih rendah sesuai dengan Pasal 31E Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Kebijakan ini sejalan dengan strategi pemerintah dalam menarik investasi dan menjaga daya saing ekonomi nasional di tingkat global.

Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pemerintah memberikan insentif pajak melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018 yang menurunkan tarif pajak final dari 1% menjadi 0,5% dari

omzet bruto. Insentif ini ditujukan agar UMKM dapat tumbuh lebih cepat dan memiliki kemampuan untuk masuk ke sistem perpajakan formal tanpa beban administrasi yang berat. Kebijakan penurunan tarif pajak ini terbukti mampu meningkatkan kepatuhan sukarela dan memperluas basis pajak nasional (Nurhayati & Setiawan, 2020; Yulianti & Supriyadi, 2021).

Sanksi Pajak

Sanksi pajak merupakan konsekuensi hukum yang diberikan kepada wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Sanksi pajak terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu sanksi administrasi (meliputi denda, bunga, dan kenaikan) serta sanksi pidana (seperti hukuman penjara atau kurungan) apabila pelanggaran telah mencapai tingkat tindak pidana perpajakan. Penegakan sanksi bertujuan untuk meningkatkan efektivitas sistem perpajakan, mendorong kepatuhan wajib pajak, dan menjaga stabilitas penerimaan negara sesuai dengan fungsi anggaran (Mardiasmo, 2019). Dari segi regulasi, sanksi perpajakan diatur dalam *Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan* sebagaimana telah diubah terakhir dengan *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*. Pasal 38 sampai dengan Pasal 41 mengatur tindak pidana perpajakan, seperti keterlambatan penyetoran, pemalsuan Surat Pemberitahuan (SPT), serta kelalaian dalam pelaporan kewajiban perpajakan (Pemerintah Republik Indonesia, 2021). Sementara itu, sanksi administrasi berupa denda, bunga, dan kenaikan dikenakan atas keterlambatan atau kelalaian wajib pajak dalam sistem *self-assessment* yang menuntut kejujuran dan kesadaran pajak (Ghozali, 2018).

Hasil penelitian empiris menunjukkan bahwa persepsi wajib pajak terhadap sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepatuhan. Semakin kuat keyakinan bahwa sanksi akan diterapkan secara tegas, semakin tinggi kecenderungan wajib pajak untuk patuh terhadap ketentuan perpajakan (Hartana & Merkusiwati, 2018; Suriambawa & Setiawan, 2018; Wardani, 2022). Namun demikian, efektivitas sanksi sangat bergantung pada konsistensi penegakan hukum, kualitas pengawasan, dan persepsi keadilan wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Ketika sanksi diterapkan secara tidak adil atau tidak konsisten, dampaknya terhadap kepatuhan wajib pajak dapat menurun (Putra & Dewi, 2023).

Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai hak dan kewajiban perpajakan. Kegiatan ini mencakup penyuluhan, pelatihan, publikasi, serta kampanye edukatif melalui berbagai media, baik secara langsung maupun daring. Tujuannya adalah meningkatkan kesadaran dan kepatuhan sukarela wajib pajak agar sistem *self-assessment* dapat berjalan efektif (Ismau, Safriliana, & Parawiyati, 2024). Sosialisasi yang baik tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menyesuaikan metode dan materi dengan karakteristik wajib pajak seperti pelaku UMKM, karyawan, maupun badan usaha. Melalui komunikasi yang interaktif dan mudah dipahami, wajib pajak diharapkan mampu memahami ketentuan perpajakan yang berlaku. Selain itu, sosialisasi yang berkelanjutan juga dapat mengurangi kesalahan dalam pelaporan pajak dan meningkatkan kepercayaan terhadap otoritas pajak (Hoar Seran & Priyastiwati, 2022).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Ketika wajib pajak memperoleh informasi yang jelas dan memadai mengenai manfaat

pajak, mekanisme pembayaran, serta sanksi yang berlaku, tingkat kepatuhan mereka cenderung meningkat. Oleh karena itu, sosialisasi perpajakan menjadi salah satu instrumen penting dalam upaya meningkatkan penerimaan negara dan mewujudkan sistem perpajakan yang transparan serta partisipatif (Sitorus & Gunarso, 2023; Arghyanti & Kesuma, 2022)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Fokus penelitian diarahkan pada masyarakat (individu), yaitu Wajib Pajak Orang Pribadi (WP OP) pelaku UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Banjarmasin. Seluruh WP OP UMKM yang terdaftar dan wajib melapor di KPP Pratama Banjarmasin dijadikan sebagai populasi penelitian. Berdasarkan data kinerja KPP Pratama Banjarmasin tahun 2024, tercatat bahwa jumlah WP OP UMKM yang aktif dan memiliki kewajiban pelaporan pajak tergolong cukup besar, sehingga dianggap representatif untuk dijadikan populasi penelitian (KPP Pratama Banjarmasin, 2024).

Ukuran sampel penelitian mengacu pada pendapat Hair et al. (2010) yang menyarankan jumlah antara 100 hingga 200 responden sebagai ukuran ideal untuk penelitian kuantitatif. Oleh karena itu, penelitian ini menetapkan 100 responden WP OP UMKM sebagai sampel yang dianggap mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini digunakan Skala Likert untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi responden terhadap pernyataan dalam kuesioner. Skala ini memberikan bobot penilaian dari tingkat persetujuan tertinggi hingga terendah untuk menggambarkan kecenderungan jawaban responden. Alternatif jawaban yang digunakan terdiri atas Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, Setuju (S) dengan skor 4, Ragu-ragu (RG) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1 (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang digunakan, yaitu penurunan tarif pajak (X1) dan sanksi pajak (X2) sebagai variabel independen, kepatuhan wajib pajak (Y) sebagai variabel dependen, serta sosialisasi perpajakan (Z) sebagai variabel moderasi. Analisis yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji apakah sosialisasi perpajakan mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh penurunan tarif pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Hipotesis moderasi diterima apabila interaksi antara variabel sosialisasi perpajakan dengan penurunan tarif pajak dan sanksi pajak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Ghozali, 2018).

Ghozali (2018) dalam bukunya menyebutkan MRA dengan 1 variabel independen (X) akan membandingkan 3 persamaan regresi dalam menentukan jenis variabel moderator, dengan persamaan sebagai berikut.

$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + e \quad (1)$$

$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + \beta_2 Z_i + e \quad (2)$$

$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + \beta_2 Z_i + \beta_3 X_i * Z_i + e \quad (3)$$

Persamaan 1 : persamaan regresi dengan 1 variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

Persamaan 2 : persamaan regresi dengan 2 variabel independen (X) dan moderator (Z) sebagai independen terhadap dependen (Y)



Persamaan 3 : persamaan regresi 3 variabel independen, 1 variabel independen (X), 1 variabel moderator (Z), 1 variabel interaksi X dan Z

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Moderasi X1

Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk mengetahui apakah variabel sosialisasi perpajakan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan penurunan tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Ghazali (2018) dalam bukunya menyebutkan MRA dengan 1 variabel independen (X) akan membandingkan 3 persamaan regresi dalam menentukan jenis variabel moderator. Berdasarkan tabel *coefficients* maka diperoleh persamaan regresi moderasi X2 yaitu sebagai berikut:

$$Y = 11.180 + 0.534X_2 + \varepsilon \text{ (Model 1)}$$

$$Y = 7.248 + 0.428X_2 + 0.295Z + \varepsilon \text{ (Model 2)}$$

$$Y = -13.040 + 1.398X_2 + 1.252Z + -0.045X_2Z + \varepsilon \text{ (Model 3)}$$

Interpretasi dari model 3 regresi moderasi adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -13.040 memberi arti apabila variabel independen diasumsikan 0, maka kepatuhan wajib pajak secara konstan akan bernilai sebesar -13.040.
2. β_1X_2 sebesar 1.398 memberikan arti bahwa penurunan tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa penambahan satu satuan penurunan tarif pajak maka akan terjadi kenaikan kepatuhan wajib pajak sebesar 1.398.
3. β_2Z sebesar 1.252 memberikan arti bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan sosialisasi perpajakan maka akan terjadi kenaikan kepatuhan wajib pajak sebesar 1.252.
4. β_3X_2Z sebesar -0.045 memberikan arti bahwa interaksi antara penurunan tarif pajak dan sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan interaksi antara penurunan tarif pajak dan sosialisasi perpajakan maka akan terjadi penurunan terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar -0,045.

Hasil Analisis Regresi Moderasi X2

Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk mengetahui apakah variabel sosialisasi perpajakan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tingkat pendapatan terhadap kepatuhan wajib pajak. Ghazali (2018) dalam bukunya menyebutkan MRA dengan 1 variabel independen (X) akan membandingkan 3 persamaan regresi dalam menentukan jenis variabel moderator. Berdasarkan Lampiran IV halaman 209-211 pada tabel *coefficients* maka diperoleh persamaan regresi moderasi X4 yaitu sebagai berikut:

$$Y = 8.138 + 0.692X_1 + \varepsilon \text{ (Model 1)}$$

$$Y = 7.240 + 0.615X_4 + 0.120Z + \varepsilon \text{ (Model 2)}$$

$$Y = -18.304 + 1.874X_4 + 1.388Z + -0,061X_4Z + \varepsilon \text{ (Model 3)}$$

Interpretasi dari model 3 regresi moderasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -18.304 memberi arti apabila variabel independen diasumsikan 0, maka kepatuhan wajib pajak secara konstan akan bernilai sebesar -18.304.



2. β_{1X4} sebesar 1.874 memberikan arti bahwa sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa penambahan satu satuan sanksi pajak maka akan terjadi kenaikan kepatuhan wajib pajak sebesar 1.874.
3. β_{2Z} sebesar 1.388 memberikan arti bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan sosialisasi perpajakan maka akan terjadi kenaikan kepatuhan wajib pajak sebesar 1.388. 118
4. β_{3X4Z} sebesar -0.061 memberikan arti bahwa interaksi antara sanksi pajak dan sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan penambahan satu satuan interaksi antara sanksi pajak dan sosialisasi perpajakan maka akan terjadi penurunan terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar -0,061.

Berdasarkan Hasil Uji Regresi Moderasi di atas, maka tabel berikut ini merupakan rangkuman temuan uji hipotesis 1 dan 2 penelitian ini:

Tabel 2. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis Yang Diujikan	Uraian Hipotesis	Uji	Nilai Sig.	Hasil Uji	Keterangan
H1	Sosialisasi perpajakan dapat memoderasi pengaruh penurunan tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.	Uji T	0,000	Signifikan	Diterima
H2	Sosialisasi perpajakan dapat memoderasi pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.	Uji T	0,000	Signifikan	Diterima

Sumber: Data primer diolah (2025)

Pengaruh Penurunan Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis 1 memberikan bukti statistik yang menunjukkan nilai sig 0,000. Nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai *unstandardized coefficients* beta sebesar -0,045 menunjukkan bahwa H1 diterima. Dengan demikian bermakna bahwa sosialisasi perpajakan secara signifikan terbukti memoderasi pengaruh penurunan tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM. Adapun jenis moderasi dari hipotesis 1 yaitu *quasi moderator*, yang artinya variabel sosialisasi perpajakan berfungsi sebagai variabel independen dan juga berinteraksi dengan variabel independen lainnya, yaitu penurunan tarif pajak. Dengan membandingkan ketiga persamaan regresi, diperoleh informasi bahwa $\beta_2 \neq 0$ (signifikan) dan $\beta_3 \neq 0$ (signifikan), maka dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan merupakan variabel *quasi moderator*. *Quasi moderator* merupakan variabel moderasi yang memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, di mana variabel semu (quasi) dapat berfungsi sebagai variabel independen sekaligus menjadi variabel moderator. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel sosialisasi perpajakan merupakan variabel independen yang secara langsung memengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM, namun juga sebagai variabel moderator yang berinteraksi dengan penurunan tarif pajak dan kemudian memengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM.

Hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niat (*intention*) yang terbentuk dari tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam konteks perpajakan, sosialisasi perpajakan berperan penting dalam membentuk sikap positif dan meningkatkan persepsi kontrol wajib pajak melalui pemahaman yang lebih baik tentang aturan dan kebijakan perpajakan yang berlaku. Pengetahuan wajib pajak mengenai penurunan tarif pajak yang diperoleh melalui sosialisasi perpajakan akan memberikan dampak terhadap meningkatnya kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi pajak yang dilakukan diharapkan dapat memberi pemahaman yang cukup kepada wajib pajak tentang ketentuan atau peraturan terbaru mengenai perpajakan. Untuk mencapai harapan tersebut, kegiatan sosialisasi pajak harus dilakukan secara efektif dan tepat sasaran.

Wajib pajak yang memiliki pengetahuan perpajakan mengenai penurunan tarif pajak akan terdorong untuk patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Hal ini karena penurunan tarif pajak sangat efektif dalam meningkatkan kemauan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Selain itu, penurunan tarif pajak menjadikan beban pajak yang dibayarkan oleh wajib pajak menjadi lebih rendah sehingga tidak memberatkan. Pembebanan yang relatif rendah membuat wajib pajak tidak terlalu keberatan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Semakin adil tarif pajak yang ditetapkan, maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan pajak. Dengan demikian, setelah mengetahui informasi terkait penurunan tarif pajak bagi pelaku UMKM melalui sosialisasi perpajakan, wajib pajak UMKM menjadi lebih patuh terhadap kewajiban perpajakannya (Putra & Dewi, 2023; Sari & Yulianingsih, 2024).

Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis 2 memberikan bukti statistik yang menunjukkan nilai sig 0,000. Nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai *unstandardized coefficients* beta sebesar -0,061 menunjukkan bahwa H2 diterima. Dengan demikian bermakna bahwa sosialisasi perpajakan secara signifikan terbukti memoderasi pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM. Adapun jenis moderasi dari hipotesis 2 yaitu *pure moderator*, yang artinya variabel sosialisasi perpajakan hanya berfungsi sebagai variabel yang berinteraksi dengan variabel independen tanpa menjadi variabel independen itu sendiri. Dengan membandingkan ketiga persamaan regresi, diperoleh informasi bahwa $\beta_2 = 0$ (tidak signifikan) dan $\beta_3 \neq 0$ (signifikan), maka dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan merupakan variabel *pure moderator*. *Pure moderator* merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, di mana variabel moderasi murni hanya berinteraksi dengan variabel independen tanpa memiliki pengaruh langsung terhadap variabel dependen. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel sosialisasi perpajakan berperan murni sebagai variabel moderator yang berinteraksi dengan sanksi perpajakan dan kemudian memengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM.

Hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa niat untuk berperilaku patuh dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan *perceived behavioral control* (PBC). Dalam konteks perpajakan, sanksi pajak dan sosialisasi perpajakan menjadi faktor eksternal yang dapat memengaruhi pembentukan niat kepatuhan wajib pajak melalui perubahan pada sikap dan norma sosial.

Sosialisasi perpajakan memiliki peran strategis dalam meningkatkan kepatuhan melalui peningkatan pemahaman dan kesadaran terhadap konsekuensi dari pelanggaran pajak. Pemberian materi sosialisasi tentang sanksi perpajakan membuat wajib pajak memahami risiko dan akibat dari ketidakpatuhan, sehingga memperkuat persepsi kontrol (PBC) dan norma subjektif untuk berperilaku patuh. Sebaliknya, kurangnya sosialisasi akan berdampak pada rendahnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai sanksi perpajakan, yang menyebabkan menurunnya kepatuhan dalam pelaporan dan pembayaran pajak. Adanya sosialisasi perpajakan yang efektif serta penerapan sanksi pajak yang tegas akan berdampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi mampu memperkuat efek sanksi karena wajib pajak memahami risiko nyata yang ditimbulkan oleh pelanggaran kewajiban perpajakan. Dengan demikian, sosialisasi perpajakan dan sanksi pajak saling melengkapi dalam memengaruhi niat dan perilaku patuh wajib pajak UMKM (Sari & Yulianingsih, 2024; Putra & Dewi, 2023).

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa sosialisasi dapat memperkuat hubungan antara sanksi pajak dan kepatuhan wajib pajak. Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian Hartana & Merkusiwati (2018) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor Bersama SAMSAT Tabanan, serta dengan penelitian Jayusman (2017) yang menunjukkan bahwa meskipun wajib pajak telah mengetahui sanksi yang berlaku, hal tersebut belum sepenuhnya mampu mengubah perilaku wajib pajak untuk patuh.

KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis (MRA)*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sosialisasi perpajakan terbukti dapat memoderasi pengaruh penurunan tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi mampu memperkuat hubungan antara penurunan tarif pajak dan tingkat kepatuhan wajib pajak. Melalui sosialisasi yang efektif, wajib pajak memperoleh pemahaman dan persepsi positif terhadap kebijakan penurunan tarif pajak, sehingga meningkatkan sikap dan niat untuk berperilaku patuh sebagaimana dijelaskan dalam *Theory of Planned Behavior (TPB)*.
2. Sosialisasi perpajakan terbukti dapat memoderasi pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman wajib pajak mengenai konsekuensi hukum dan risiko ketidakpatuhan melalui kegiatan sosialisasi dapat memperkuat pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan. Sosialisasi yang baik meningkatkan persepsi kontrol perilaku dan norma sosial untuk patuh terhadap ketentuan perpajakan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang menjelaskan bahwa niat untuk berperilaku patuh dibentuk oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks perpajakan, sosialisasi berperan penting dalam membentuk sikap positif, meningkatkan pengetahuan, serta memperkuat niat dan perilaku kepatuhan wajib pajak UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Arghyanti, F. A., & Kesuma, A. I. (2022). *Pengaruh sosialisasi dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kesadaran sebagai variabel intervening. Jurnal Media Informatika*, 6(3), 45–53. <https://doi.org/10.55338/jumin.v6i3.5789>
- Ayemi, S., Pratama, Y. H., Oksidea, J., & Sales, F. V. (2024). *Dinamika penelitian kepatuhan wajib pajak. Edunomic: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1). <https://doi.org/10.33603/ejpe.v12i1.33>
- Azizah, A. N., Damayanti, F., Lestari, I., & Sahara, R. N. (2024). *Peran UMKM terhadap perekonomian di Indonesia. Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(1), 553–556.
- Djarmiko, A., & Pudyastiti, E. (2024). *Hambatan dan tantangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia dalam menghadapi pandemi Covid-19. Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press.
- Fuadi, A., Wulandari, D. S., & Loka, S. P. (2024). *Enhancing tax compliance: The role of awareness, regulation understanding, and perceived system effectiveness among self-employed individuals. Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 9(1), 93–104. <https://doi.org/10.37366/akubis.v9i01.1800>
- Gaol, R. L., & Sarumaha, F. H. (2022). *Pengaruh kesadaran wajib pajak, pelayanan fiskus, penyuluhan wajib pajak, pemeriksaan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada KPP Pratama Medan Petisah. Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 8(1). <https://doi.org/10.54367/jrak.v8i1.1762>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartana, I. G. N., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2018). *Pengaruh sanksi perpajakan, kesadaran, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(1), 111–135.
- Herprabangkoro, G., & Rosdiana, H. (2024). *Analisis perubahan tarif PPh final atas UMKM terhadap kepatuhan wajib pajak. Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(11), 1456–1468.
- Hidayat, M. S., Septiyana, R., & Monaliza, S. (2023). *Peran kebijakan fiskal dalam mendorong pertumbuhan UMKM di Indonesia. SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 3(3).
- Hoar Seran, A., & Priyastiti, P. (2022). *Pengaruh kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 3(4), 233–245. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i4.861>
- Ismail, D. A., Safriliana, R., & Parawiyati, P. (2024). *Sosialisasi perpajakan: Membangun jembatan antara kesadaran dan pengetahuan pajak menuju kepatuhan Pajak Bumi dan Bangunan. JRAP (Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan)*, 11(1), 143–149. <https://doi.org/10.35838/jrap.2024.011.01.10>
- Jayusman, J. (2017). *Pengaruh pengetahuan perpajakan, sanksi pajak, dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 7(2), 123–134.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2018). *Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu*. Jakarta: Kemenkeu RI.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*. Jakarta: Kemenkeu RI.



- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. (2024). *Laporan Tahunan 2024: Perkembangan UMKM Indonesia*. Jakarta: KemenKopUKM.
- KPP Pratama Banjarmasin. (2024). *Laporan Kinerja (LAKIN) Tahun 2024*. Direktorat Jenderal Pajak, Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Kumaratih, N. (2020). *Pengaruh kebijakan perubahan tarif PPh Final terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM*. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 5(3), 78–89.
- Kurniawan, A., Novayanthi, R., & Febrianto, F. R. (2023). *Factors influencing tax compliance in Indonesia*. *Riset: Jurnal Aplikasi Ekonomi Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.37641/riset.v5i1.208>
- Lathifa, N. (2022). *Fungsi pajak di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Kebijakan Publik*, 9(2), 145–156.
- Listiyowati, E., Indarti, D., Wijayanti, D., & Setiawan, M. (2021). *Pengaruh sosialisasi dan pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM*. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Pajak*, 10(2), 50–63.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan (Edisi Terbaru)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan (Edisi Terbaru)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Marasabessy, I. L. (2023). *Pengaruh penurunan tarif pajak UMKM terhadap kepatuhan wajib pajak*. Skripsi, Universitas Pamulang.
- Nurhayati, D., & Setiawan, H. (2020). *Dampak penurunan tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Indonesia*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 17(2), 145–160.
- Nurul Husna, A. I. (2023). *Kebijakan peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. *Muttaqien: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 1(1).
- Purwaningsih, N., Iswanaji, C., & Bharata, R. W. (2022). *Pengaruh kesadaran pajak, pemahaman pajak, pendapatan, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak bumi dan bangunan orang pribadi di Kabupaten Magelang*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 455–466. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1425>
- Putra, I. G. N. P., & Dewi, N. L. P. S. (2023). *Pengaruh penurunan tarif pajak, kesadaran pajak, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM*. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan Indonesia*, 12(1), 45–58. <https://doi.org/10.24843/japi.2023.v12.i01.p04>
- Rahman, A., & Hadi, M. (2023). *Analisis kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM di KPP Pratama Banjarmasin*. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*, 5(2), 112–124.
- Rahayu, S. K. (2017). *Perpajakan: Konsep dan Aspek Formal*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Sari, D. P., & Rahmawati, L. (2022). *Penerapan Theory of Planned Behavior dalam menganalisis kepatuhan wajib pajak UMKM*. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 23(1), 45–58.
- Sari, D. P., & Yulianingsih, R. (2024). *Peran sosialisasi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui pendekatan Theory of Planned Behavior*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 18(2), 122–135. <https://doi.org/10.20885/jiak.vol18.iss2.art3>
- Savitri, I. (2024). *The effect of lowering UMKM tax rates and tax sanctions on taxpayer compliance*. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 6(1), 45–57.
- Septiani, A. D., Wahyuni, R. E., Nurhafitsyah, M., Kurniawati, P., & Sapriani, E. (2023). *Peran dan tantangan UMKM dalam era digital di Indonesia*. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*.
- Sitorus, B. R., & Gunarso, P. (2023). *Pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan insentif pajak UMKM terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Malang*. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Perpajakan (BIJAK)*, 5(1), 48–57. <https://doi.org/10.26905/j.bijak.v5i1.9483>
- Sofyan, S. (2017). *Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam perekonomian Indonesia*. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum*, 11(1), 33–64.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suriambawa, I. P. P., & Setiawan, P. E. (2018). *Pengaruh sanksi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Gianyar*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 25(1), 567–593.
- Suyanto, & Pratama, Y. H. (2021). *Kepatuhan wajib pajak orang pribadi: Studi aspek pengetahuan, kesadaran, kualitas layanan dan kebijakan sunset policy*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(1). <https://doi.org/10.24914/jeb.v21i1.704>
- Vallerand, R. J., Deshaies, P., Cuerrier, J. P., Pelletier, L. G., & Mongeau, C. (1992). *Ajzen and Fishbein's theory of reasoned action as applied to moral behavior: A confirmatory analysis*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(1), 98–109. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.62.1.98>
- Wardani, A. P. (2022). *Pengaruh sanksi pajak dan kesadaran terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi*. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*, 4(2), 99–110.
- Widodo, W., Djefris, D., & Wardhani, D. (2010). *Sosialisasi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak*. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 1(2), 225–239.
- Yuliani, E., & Pratama, M. R. (2023). *Pengaruh sanksi perpajakan, kesadaran, dan sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Pajak*, 10(2), 101–110. <https://doi.org/10.53088/jiap.v10i2.315>
- Yuliyannah, A., Noviany, R., & Fanani, D. (2018). *Analisis pengaruh penurunan tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi*. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 8(1), 1–12.
- Yulianti, A., & Supriyadi, B. (2021). *Analisis pengaruh kebijakan penurunan tarif pajak terhadap penerimaan pajak dan kepatuhan wajib pajak*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Kebijakan Pajak*, 5(1), 55–68