

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Bima

Muhamad Nur Febryanto, Alwi, Aliah Pratiwi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima
E-mail : febrianto@gmail.com

Published: Agustus, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kota Bima. Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang berperan penting dalam pembangunan nasional. Namun, tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi masih rendah. Salah satu upaya untuk meningkatkan kepatuhan adalah melalui sosialisasi perpajakan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Raba – Kota Bima, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berbasis skala Likert. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi dengan nilai t hitung $10,034 > t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R sebesar $0,712$ menunjukkan hubungan yang kuat, dan R^2 sebesar $0,507$ yang berarti $50,7\%$ variasi kepatuhan wajib pajak dijelaskan oleh sosialisasi perpajakan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas sosialisasi dapat meningkatkan kepatuhan pajak.

Kata kunci: Sosialisasi perpajakan, kepatuhan wajib pajak, Kota Bima.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara yang berperan penting dalam pembiayaan pembangunan dan penyelenggaraan negara. Menurut Mardiasmo (2018), pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, tanpa imbalan secara langsung, dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dalam konteks perpajakan, salah satu hal yang paling mendasar adalah kepatuhan wajib pajak, terutama wajib pajak orang pribadi. Kepatuhan pajak ini mencakup kewajiban untuk melaporkan, menghitung, dan membayar pajak yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Namun, meskipun pajak memiliki peranan yang sangat vital, tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Indonesia masih terbilang rendah. Hal ini menjadi tantangan bagi pemerintah dalam meningkatkan penerimaan pajak yang optimal.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah sosialisasi perpajakan. Sosialisasi ini merujuk pada upaya pemerintah untuk menyebarkan informasi terkait kewajiban perpajakan. Menurut penelitian oleh Safitri dan Aisyiah (2023), sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan intensitas sosialisasi dapat mendorong pemahaman wajib pajak mengenai kewajiban perpajakan mereka, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya peran pajak dalam pembangunan negara.

Menurut Kurniawan dan Suryanto (2016), sosialisasi yang dilakukan dengan baik dapat mengurangi ketidakpahaman wajib pajak terkait aturan perpajakan dan membuat mereka lebih sadar akan konsekuensi hukum jika tidak memenuhi kewajiban perpajakan. Hal ini senada dengan pendapat Rahardjo (2017) yang menyatakan bahwa program sosialisasi yang intensif dapat mengubah persepsi wajib pajak tentang pajak, sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Namun, meskipun berbagai upaya sosialisasi telah dilakukan, tantangan dalam meningkatkan kepatuhan pajak tetap ada. Menurut Soekanto (2018), efektivitas sosialisasi perpajakan sangat bergantung pada berbagai faktor, seperti pendekatan yang digunakan, saluran komunikasi yang tepat, serta keterlibatan pihak yang berkompeten dalam penyuluhan perpajakan.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti di Kota Bima melalui wawancara informal dengan beberapa wajib pajak dan pegawai KPP Pratama menunjukkan bahwa banyak wajib pajak masih kurang memahami prosedur dan ketentuan perpajakan, serta belum menyadari pentingnya peran pajak dalam pembangunan. Kurangnya pemahaman ini juga berdampak pada rendahnya kesadaran untuk melaporkan dan membayar pajak tepat waktu. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dan kesadaran perpajakan wajib pajak masih perlu ditingkatkan.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan adalah sosialisasi perpajakan, yakni upaya penyampaian informasi oleh otoritas pajak kepada masyarakat mengenai hak dan kewajiban perpajakan. Namun, sosialisasi yang dilakukan selama ini belum terlaksana secara maksimal dan efektif. Beberapa wajib pajak mengaku tidak pernah menerima informasi langsung terkait kewajiban perpajakan, atau tidak mengetahui adanya program penyuluhan dari pihak KPP. Hal ini mencerminkan bahwa penyampaian informasi belum menyentuh seluruh lapisan masyarakat, baik dari sisi frekuensi, media, maupun pendakatan yang digunakan.

Selain itu, masih terdapat berbagai tantangan dalam proses penyuluhan dan edukasi pajak, seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya kerja sama antar lembaga, minimnya pelibatan tokoh masyarakat, serta pemanfaatan media digital yang belum optimal. Menurut Soekanto (2018), keberhasilan sosialisasi perpajakan sangat dipengaruhi oleh pendekatan komunikasi, partisipasi masyarakat, dan kapasitas petugas penyuluh itu sendiri.

Penelitian ini adalah modifikasi dari penelitian Rahmawati, (2021). Perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan, jika penelitian sebelumnya menggunakan variabel pengaruh pemahaman tentang aturan perpajakan, kualitas pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di kota bima, sedangkan penelitian ini berfokus pada variabel “Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kota Bima”. Peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian mengenai sosialisasi perpajakan dalam bentuk jurnal. Melihat pentingnya peran sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami sejauh mana sosialisasi perpajakan dapat mempengaruhi perilaku wajib pajak, serta memberikan rekomendasi bagi pemerintah untuk meningkatkan efektivitas program sosialisasi perpajakan dalam rangka mencapai kepatuhan pajak yang lebih baik.

TINJAUAN PUSTAKA

A. KAJIAN TEORI

1. Wajib Pajak Orang Pribadi

Wajib pajak orang pribadi adalah setiap individu yang memiliki status hukum untuk memenuhi kewajiban perpajakannya, baik berdasarkan penghasilan yang diterima atau berdasarkan harta yang dimiliki (Yahya, 2015). Menurut Pasal 1 UU No.28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Wajib Pajak orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Yang dimaksud wajib pajak orang pribadi disini sudah jelas hanya seorang semata (pribadi). Misalnya dokter, Pengacara, Usanawan, PNS, TNI, POLRI, dan lain sebagainya sesuai peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Jadi dapat disimpulkan bahwa wajib pajak dapat dibagi menjadi dua, yaitu wajib pajak orang pribadi dan wajib pajak badan. Namun sasaran dalam

penelitian ini ditujukan pada wajib pajak orang pribadi.

2. Kepatuhan Wajib Pajak

Wajib pajak yaitu setiap orang atau masyarakat yang secara hukum memenuhi kriteria sebagai pembayar pajak dan telah mendaftarkan diri ke KPP sesuai dengan ketentuan norma perpajakan yang berlaku. Setelah terdaftar sebagai wajib pajak, orang pribadi atau badan dituntut agar patuh dalam membayar dan melaporkan pajaknya. Kepatuhan wajib pajak berarti sikap seseorang secara taat, patuh, dan disiplin terhadap norma atau aturan pajaknya. Wajib pajak dapat dikatakan patuh apabila bersikap taat atau disiplin dalam memenuhi serta menjalankan tanggungan perpajakannya sesuai dengan aturan pajak yang berlaku (Faizin & Ruhana, 2016). Kepatuhan wajib pajak merupakan bentuk dari pemenuhan kewajiban perpajakan seseorang terhadap peraturan atau undang-undang perpajakan. Menurut Devano dan Rahayu (2006) menyatakan beberapa indikator kepatuhan wajib pajak sebagai berikut: (a) Kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan diri, (b) Kepatuhan untuk menyetorkan kembali Surat Pemberitahuan, (c) Kepatuhan dalam menghitung, memperhitungkan dan membayar pajak terutang, (d) Kepatuhan dalam pelaporan dan pembayaran tunggakan.

3. Sosialisasi perpajakan

Menurut Fany (2016) menyatakan sosialisasi adalah pemberian wawasan dan pembinaan kepada seseorang agar mengetahui tentang suatu hal tertentu. Menurut Pekerli et al., (2015) sosialisasi merupakan sebuah proses pembelajaran yang membantu individu dalam cara berpikir, mengetahui dan memahami sesuatu. Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa sosialisasi adalah pemberian informasi dan wawasan oleh individu atau kelompok kepada individu atau kelompok lainnya agar memahami sesuatu hal. Menurut Christiani (2016) menyatakan sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Direktorat venderal Pajak melalui jajaran aparatnya untuk memberikan penerian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya, mengenal segala sesuatu yang berhubungan dengan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Sosialisasi merupakan hal yang tidak terpisahkan dalam upaya peningkatan jumlah wajib pajak, Hukum yang terkait pajak harus ditegakan Kegiatan penyuluhan pajak juga memiliki andil yang besar dalam mengsucceskan sosialisasi perpajakan keseluruh wajib pajak. Penyuluhan melalui berbagai media cetak, elektronik, spanduk, serta berbagai penyuluhan pajak yang dilakukan Dirjen pajak diharapkan dapat membawa pesan moral terhadap pentingnya pajak bagi Negara dan bukan hanya dapat meningkatkan pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan yang baru, tetapi juga diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan dari wajib pajak sehingga secara otomatis pajak juga akan meningkat sesuai dengan target penerimaan yang ditetapkan. Menurut Ananda et al., (2015) Dirjen Pajak memberikan beberapa indikator tentang sosialisasi dimana kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan kesadaran dan rasa peduli terhadap pajak yang dimodifikasi dari pengembangan program pelayanan perpajakan sebagai berikut: (a) Tata cara sosialisasi, (b) Frekuensi sosialisasi, (c) Sosialisasi perpajakan yang diadakan harus dapat menyampaikan semua informasi kedalam wajib pajak, (d) Pengetahuan perpajakan.

4. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Hasil

penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Riyan Sufiyanto dkk. (2024) menunjukan

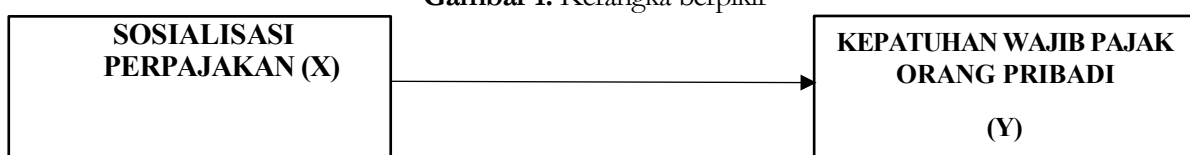
Pengaruh Sosialisasi Perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap

Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

B. HIPOTESIS PENELITIAN

Untuk menjelaskan pemikiran di balik penelitian ini maka di gambarkan kerangka konseptual penelitian di sertai rumusan hipotesis.

Gambar 1. Kerangka berpikir



Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, ariab rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2016).

Berdasarkan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi, hipotesis yang diajukan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis Utama (H1):

Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hipotesis ini mengasumsikan bahwa semakin efektif sosialisasi perpajakan yang dilakukan, semakin tinggi variabel kepatuhan wajib pajak orang pribadi dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

2. Hipotesis Nol (H0):

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hipotesis ini menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

METODOLOGI PENELITIAN

A. JENIS PENELITIAN

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian asosisatif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian asosiatif merupakan suatu penelitian yang bersifat mencari hubungan antara dua variable atau lebih. Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauhmana pengaruh variable X (variable bebas) yakni sosialisasi perpajakan terhadap variabel Y (kepatuhan wajib pajak orang pribadi).

B. INSTRUMEN PENELITIAN

Dalam pengumpulan data, metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2018) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Untuk mengukur persepsi responden dalam penelitian ini digunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2019) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena asosial. Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert.

Berikut ini adalah penjelasan 5 poin skala likert (Sugiyono, 2018):

Tabel 1. Jawaban Kuesioner

Kode	Keterangan	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2018)

C. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di instansi perpajakan atau Direktorat Jenderal Pajak (DJP) di kota bima sebanyak 80.179 jiwa menurut data BPS kota bima tahun 2017, (<https://bimakota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzKxIzI=/perkembangan-jumlah-wajib-pajak-dan-realisasi-penerimaan-pajak.html>).

Populasi ini mencakup individu yang memiliki kewajiban untuk membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia. Secara lebih spesifik, populasi yang dimaksud adalah:

- Wajib pajak orang pribadi yang telah terdaftar dalam sistem administrasi perpajakan (misalnya, melalui Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)).
- Wajib pajak orang pribadi yang terlibat dalam aktivitas sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh DJP atau pihak terkait (baik melalui seminar, *workshop*, media sosial, atau kampanye pajak lainnya).
- Wajib pajak orang pribadi yang memiliki potensi untuk patuh atau tidak patuh terhadap kewajiban perpajakan mereka, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk sosialisasi perpajakan.

2. Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel. Sugiyono (2017), rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel ketika jumlah populasi diketahui, dan peneliti ingin menetapkan tingkat kesalahan (*error tolerance*) tertentu agar hasil penelitian tetap representatif tetapi efisien dari segi waktu dan sumber daya. rumus Slovin adalah sebagai berikut:

Berdasarkan rumus slovin, perhitungan berikut di hasilkan:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{80.179}{1 + 80.179 \times (0,1)^2} = \frac{80.179}{1 + 801,79} = \frac{80.179}{802,79} \approx 99,86$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebesar 100 responden. Jumlah ini dianggap telah mewakili populasi dengan tingkat kesalahan 10%. Peneliti menetapkan jumlah 100 responden sebagai sampel dalam penelitian ini untuk menjaga keseimbangan antara keterwakilan populasi dan keterbatasan waktu, biaya, serta tenaga dalam proses pengumpulan data.

D. LOKASI PENELITIAN

Adapun lokasi penelitian difokuskan pada wajib pajak orang pribadi yang terdaftar dan berada di bawah pengawasan Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Raba – Kota Bima.

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Menurut (sugiyono, 2016) observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila di bandingkan teknik yang lain. Observasi di lakukan dengan melihat langsung di lapangan yang digunakan untuk factor layak yang di dukung melalui wawancara.

2. Angket (kuesioner)

Menurut (Prawiyogi et al., 2021) Kuesioner merupakan suatu instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk mereka jawab.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (Sugiyono 2017) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

F. TEKNIK ANALISIS DATA

Menurut Sugiyono, (2019) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item dalam kuesioner mampu

mengukur konstruk yang dimaksud. Menurut Sugiyono (2018), validitas adalah ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Item dinyatakan valid apabila nilai korelasi (r hitung) $> r$ tabel dan signifikansi $< 0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi instrumen dalam mengukur variabel. Menurut Arikunto (2010), instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang tetap walaupun dilakukan pengukuran berulang. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cronbach's Alpha, di mana suatu instrumen dinyatakan reliabel jika memiliki nilai $\alpha \geq 0,60$ (Sugiyono, 2018).

3. Uji Regresi Linear sederhana

Uji Regresi Linear sederhana Untuk mengetahui pengaruh variabel sosialisasi perpajakan (X) terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi (Y), digunakan analisis regresi linier sederhana. Menurut Sugiyono (2019:277), analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat dalam bentuk hubungan linier. Bentuk umum persamaannya adalah:

$$Y = a + bx$$

Di mana Y merupakan variabel terikat (kepatuhan wajib pajak), X merupakan variabel bebas (sosialisasi perpajakan), a adalah konstanta, dan b adalah koefisien regresi yang menunjukkan arah dan besarnya pengaruh X terhadap Y.

4. Uji Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui hubungan antara variabel sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak, digunakan koefisien korelasi. Koefisien korelasi merupakan nilai yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016).

Tabel 2. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1.000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2019)

5. Uji koefisien Determinasi

koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Ghazali (2016), R^2 menunjukkan persentase variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R^2 yang tinggi menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik.

6. Uji T

Uji t adalah pengujian signifikansi pengaruh secara parsial yaitu apakah pengaruh ditemukan untuk semua populasi (Sugiyono, 2016). Untuk menguji signifikansi koefisien regresi adalah dengan melihat nilai probabilitasnya, dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika t hitung $> t$ tabel dan Sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak $\rightarrow$ artinya variabel X berpengaruh signifikan terhadap Y.
- Jika t hitung $\leq t$ tabel dan Sig. $\geq 0,05$, maka H_0 diterima $\rightarrow$ artinya tidak ada pengaruh signifikan.

HASIL PENELITIAN

A. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item-item pernyataan pada kuesioner dapat mengukur variabel yang dimaksud secara tepat. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai validitas) dengan r tabel (standar validitas) sebesar 0,500. Suatu item dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Nama Variabel	Item	Nilai Validity	Standar Validity	Keterangan
Sosialisasi perpajakan (X)	1	0.659	0.500	Valid
	2	0.751	0.500	Valid
	3	0.768	0.500	Valid
	4	0.738	0.500	Valid
	5	0.778	0.500	Valid
	6	0.747	0.500	Valid
	7	0.620	0.500	Valid
	8	0.570	0.500	Valid
Kepatuhan wajib pajak (Y)	1	0.581	0.500	Valid
	2	0.633	0.500	Valid
	3	0.666	0.500	Valid
	4	0.744	0.500	Valid
	5	0.733	0.500	Valid
	6	0.716	0.500	Valid
	7	0.520	0.500	Valid
	8	0.622	0.500	Valid

Sumber: Data Sekunder diolah Spss v25 2025

Berdasarkan Tabel 3 di atas, hasil uji validitas untuk masing-masing item pernyataan pada variabel Sosialisasi Perpajakan (X) terdiri dari 8 item pernyataan. yang semuanya lebih besar dari nilai standar validitas (0,500). Dengan demikian, seluruh item pada variabel X dinyatakan valid. Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) juga terdiri dari 8 item pernyataan. yang juga seluruhnya lebih besar dari nilai standar validitas (0,500). Maka, seluruh item pada variabel Y dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten apabila digunakan dalam pengukuran yang berulang. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, dengan ketentuan bahwa suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,600.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar	Keterangan
Sosialisasi perpajakan	8	0,851	0,600	Reliabel
Kepatuhan wajib pajak	8	0,807	0,600	Reliabel

Sumber: Data Sekunder diolah Spss v25 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan pada Tabel 4, diperoleh Variabel Sosialisasi Perpajakan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,851, yang lebih besar dari nilai standar 0,600. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pada variabel tersebut dinyatakan reliabel. Variabel Kepatuhan Wajib Pajak memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,807, juga lebih besar dari standar 0,600. Maka, instrumen untuk variabel ini juga dinyatakan reliabel.

3. Uji Regresi Linear sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (Sosialisasi Perpajakan) terhadap variabel dependen (Kepatuhan Wajib Pajak).

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	12.747	2.131		5.982	.000
	Sosialisasi Perpajakan	.641	.064	.712	10.034	.000

a. Dependent Variable: kepatuhan wajib pajak

Sumber: Data Sekunder diolah Spss v25 2025

Berdasarkan output yang ditampilkan pada Tabel 5, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 12,747 + 0,641x$.

- Nilai konstanta sebesar 12,747 menunjukkan bahwa jika tidak ada sosialisasi perpajakan ($X = 0$), maka nilai kepatuhan wajib pajak (Y) sebesar 12,747 satuan.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel sosialisasi perpajakan sebesar 0,641 artinya setiap peningkatan satu satuan dalam sosialisasi perpajakan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,641 satuan.

4. Uji Koefisien korelasi (R)

Tabel 6. Hasil uji Koefisien korelasi (R)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 ^a	.507	.502	2.40064

a. Predictors: (Constant), Sosialisasi Perpajakan

Sumber: Data Sekunder diolah Spss v25 2025

Koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel independen (Sosialisasi Perpajakan) dengan variabel dependen (Kepatuhan Wajib Pajak). Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai R sebesar 0,712. Nilai ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak. Dalam interpretasi statistik, nilai R berkisar antara 0 hingga 1, dengan ketentuan berdasarkan tabel 2, nilai R sebesar 0,712 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat.

5. Uji Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R Square) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan tabel 6, diperoleh nilai R Square sebesar 0,507, yang berarti bahwa 50,7% variasi dalam Kepatuhan Wajib Pajak dapat dijelaskan oleh Sosialisasi Perpajakan. Sementara itu, sisanya sebesar 49,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Uji T

Berdasarkan Tabel 5 di atas, diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar $10,034 > t_{tabel} 1,984$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dan hipotesis H_1 diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik sosialisasi yang dilakukan oleh pihak otoritas pajak, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, kewajiban pelaporan, serta sanksi yang dapat dikenakan jika terjadi pelanggaran. Pemahaman ini berdampak pada meningkatnya kesadaran dan tanggung jawab dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Hasil ini sejalan dengan Safitri dan Aisyiah (2023) yang menunjukkan bahwa intensitas sosialisasi perpajakan secara signifikan meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Begitu pula Kurniawan dan Suryanto (2016) menyatakan bahwa pendekatan langsung, media yang relevan, serta partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan sosialisasi dapat secara efektif meningkatkan kepatuhan. Selain itu, Sufiyanto dkk. (2024) juga menemukan bahwa penyuluhan pajak memiliki dampak positif terhadap kesadaran dan kepatuhan pajak.

Namun demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan temuan oleh Lestari dan Rahmat (2020) yang menyimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, karena dalam wilayah penelitiannya, responden merasa informasi perpajakan masih sulit diakses dan tidak relevan dengan kondisi mereka. Demikian pula, Putri (2022) menemukan bahwa meskipun sosialisasi telah dilakukan, pengaruhnya terhadap kepatuhan rendah karena tingkat literasi perpajakan masyarakat yang masih minim dan rendahnya kepercayaan terhadap lembaga perpajakan.

Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh perbedaan kondisi wilayah, karakteristik responden, metode sosialisasi yang digunakan, serta faktor sosial-ekonomi yang memengaruhi responden di masing-masing penelitian.

KESIMPULAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil analisis diatas maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah Sosialisasi Perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di kota BIMA.

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan agar Kantor Pelayanan Pajak Pratama Raba Bima dapat meningkatkan kualitas dan jangkauan sosialisasi perpajakan dengan memanfaatkan media digital dan pendekatan yang lebih komunikatif. Wajib pajak orang pribadi juga diharapkan lebih proaktif dalam mencari informasi serta mengikuti kegiatan sosialisasi agar dapat memahami dan melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan baik. Pemerintah daerah bersama instansi terkait sebaiknya menjalin kerja sama dengan DJP untuk memperluas edukasi pajak, terutama di daerah yang masih kurang terjangkau informasi. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan dan harapan wajib pajak orang pribadi perlu memahami dan melaksanakan dalam tindakan bahwa pajak yang dibayarkan merupakan kontribusi pajak mereka bagi kemajuan bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ananda, R., Siregar, H., & Lestari, F. (2015). Sosialisasi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Administrasi Fiskal*, 4(1), 1–10.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Christiani, A. (2016). Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Perpajakan. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 5(1), 53–62.
- Devano, S., & Rahayu, N. (2006). *Perpajakan: Konsep, Teori dan Isu*. Jakarta: Kencana. Faizin, & Ruhana, I. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 6(2), 201–209.
- Fany, L. (2016). Sosialisasi Perpajakan dan Pengaruhnya terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 3(2), 13–20.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kurniawan, T., & Suryanto, T. (2016). Efektivitas Sosialisasi Pajak dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Pajak Nasional*, 7(1), 21–28.
- Lestari, D., & Rahmat, A. (2020). Analisis pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan*, 7(1), 55– 66.
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi.
- Pekerli, N., Yildirim, E., & Dogan, S. (2015). Tax Compliance Through Socialization. *International Journal of Business and Social Science*, 6(5), 1–7.
- Putri, N. P. (2022). Pengaruh literasi perpajakan dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak di daerah pedesaan. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 9(3), 223–234
- Prawiyogi, A. G., Zulfikar, A., & Gunawan, W. (2021). *Metodologi Penelitian: Panduan Menyusun Proposal Skripsi dan Laporan Penelitian*. Bandung: CV Jejak.
- Rahardjo, M. (2017). Sosialisasi Perpajakan dan Pengaruhnya terhadap Kesadaran Perpajakan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Kebijakan Publik*, 6(1), 77–84.
- Rahmawati, I. (2021). Pengaruh Pemahaman Aturan Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Sanksi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Kota Bima. *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 122–133.
- Safitri, A., & Aisyiah, S. (2023). Pengaruh Sosialisasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Ilmiah Pajak dan Keuangan Negara*, 5(1), 35–45.
- Soekanto, S. (2018). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sufiyanto, A., Ramadhan, R., & Dewi, M. A. (2024). Pengaruh penyuluhan pajak terhadap kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Perpajakan dan Akuntansi Daerah*, 6(1), 12–25.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yahya, M. (2015). *Perpajakan untuk Wajib Pajak Orang Pribadi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.