



Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah

Nazwa Salsabila^{1*}, Susilawati²

^{1,2}Program Studi Akuntansi Perpajakan D4, Universitas Pamulang

Email: ¹ salsabilaaanazwa056@gmail.com, ² dosen03166@unpam.ac.id

Article History: Received on 30 July 2026, Revised on 08 August 2026, Published on 11 August 2026

ABSTRACT

Tax revenue is one of the main sources of funding for national development, including tax revenue generated from Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The level of MSME taxpayer compliance is an important factor in optimizing tax revenue. This study aims to examine and analyze the effect of tax socialization, tax understanding, and tax sanctions on the level of MSME taxpayer compliance in Bogor Tengah District. This study employed a quantitative research method using multiple linear regression analysis. The sample consisted of 97 respondents selected through purposive sampling, namely MSME taxpayers in Bogor Tengah District who met the predetermined research criteria. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS. The results show that tax socialization and tax understanding have a positive and significant effect on the level of MSME taxpayer compliance. Meanwhile, tax sanctions do not have a significant effect on the level of MSME taxpayer compliance. Simultaneously, tax socialization, tax understanding, and tax sanctions have a significant effect on the level of MSME taxpayer compliance in Bogor Tengah District.

Keywords: MSME Taxpayer Compliance, Tax Understanding, Tax Sanctions, Tax Socialization.

ABSTRAK

Penerimaan negara yang berasal dari sektor perpajakan merupakan salah satu sumber utama pembiayaan pembangunan nasional, termasuk penerimaan yang berasal dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM menjadi faktor penting dalam mengoptimalkan penerimaan pajak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah yang memenuhi kriteria penelitian. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan dan pemahaman perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM. Sementara itu, sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM. Secara simultan, sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah.

Kata Kunci: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM, Pemahaman Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan.



PENDAHULUAN

Pajak memiliki peranan yang sangat penting dalam pembangunan suatu negara karena menjadi salah satu sumber utama penerimaan negara. Pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, tanpa mendapatkan imbalan secara langsung, dan digunakan untuk kemakmuran rakyat (Hani & Furqon, 2021). Hukum pajak berfungsi sebagai instrumen pengumpulan pendapatan negara sekaligus sebagai alat untuk mencapai tujuan pembangunan nasional dan kesejahteraan rakyat (Reyvani et al., 2024). Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan penerimaan pajak, salah satunya dengan memperluas sosialisasi, pemahaman perpajakan, dan penerapan sanksi guna mendorong kepatuhan wajib pajak UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta unit dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,2 persen atau senilai Rp8.573,89 triliun, serta mampu menyerap sekitar 117 juta pekerja atau 97 persen dari total tenaga kerja. Meskipun kontribusinya besar, kemajuan UMKM belum diiringi peningkatan yang sepadan dalam aspek kepatuhan perpajakan. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya menyadari kewajibannya sebagai wajib pajak, baik dalam hal pendaftaran NPWP, pelaporan SPT, maupun pembayaran pajak secara benar dan tepat waktu (Khoirinnisa, 2023). Direktorat Jenderal Kementerian Keuangan juga mengungkapkan bahwa porsi pajak penghasilan orang pribadi dari kelas menengah, yang sebagian besar berasal dari pelaku UMKM di sektor informal, masih kurang dari 1% terhadap total penerimaan pajak nasional.

Untuk mendorong kepatuhan UMKM, pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu, yang menurunkan tarif PPh Final dari 1% menjadi 0,5% dari omzet bruto bagi wajib pajak dengan omzet tidak melebihi Rp4,8 miliar per tahun. Namun demikian, kemudahan ini belum sepenuhnya mampu meningkatkan pemahaman, sosialisasi, dan efektivitas sanksi perpajakan, sehingga implementasi kebijakan tersebut belum berjalan optimal di kalangan pelaku UMKM.

Kajian atas penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan adanya kesenjangan (research gap) pada faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Pada variabel sanksi perpajakan, (Permata & Zahroh, 2022) menemukan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan (Maxuel & Primastiwi, 2021) menemukan sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan. Pada variabel sosialisasi perpajakan, (Nugroho, 2020) menemukan pengaruh positif yang signifikan, namun Devi & Purba (2019) menemukan hasil sebaliknya, yaitu tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan di luar Kecamatan Bogor Tengah, seperti di Kudus, Demak, dan DKI Jakarta, sehingga konteks wilayah penelitian juga menjadi kesenjangan yang penting untuk diisi.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan sanksi perpajakan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan UMKM serta menjadi dasar bagi pembuat kebijakan dalam merancang strategi perpajakan yang lebih efektif.

LANDASAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behavior (TPB)

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) atau Teori Perilaku Terencana yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang, termasuk kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan,



dipengaruhi oleh sikap (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) yang bersama-sama membentuk niat berperilaku (Seni & Ratnadi, 2017); (Maxuel & Primastiwi, 2021). Jika wajib pajak memiliki keyakinan positif terhadap manfaat pajak dan merasa mampu memenuhi kewajibannya, maka niat dan perilaku kepatuhan pajak akan semakin kuat.

Kepatuhan wajib pajak UMKM merupakan kesediaan wajib pajak untuk melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Sosialisasi perpajakan adalah upaya pemberian informasi dan pembinaan kepada wajib pajak agar memahami segala hal mengenai perpajakan, yang dapat dilakukan melalui seminar, penyuluhan, maupun media informasi lainnya (Maxuel & Primastiwi, 2021); (Nono & Tyas, 2022); (Wardani & Wati, 2018). Pemahaman perpajakan adalah kemampuan wajib pajak dalam mengetahui dan memahami ketentuan serta prosedur perpajakan yang berlaku, mencakup perhitungan, tata cara pembayaran, jenis pajak, dan sanksi atas ketidakpatuhan (Rizka Sabrina Salsabila, 2024); (Zakia et al., 2022). Sanksi perpajakan adalah instrumen yang digunakan pemerintah sebagai jaminan agar ketentuan perundang-undangan perpajakan dipatuhi, sekaligus berfungsi sebagai alat pencegah (*preventif*) bagi wajib pajak agar tidak melanggar norma perpajakan (Caroline et al., 2023).

Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Diduga sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah.

H2: Diduga pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah.

H3: Diduga sanksi perpajakan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah.

H4: Diduga sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan sanksi perpajakan secara simultan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM melalui analisis regresi linear berganda. Penelitian dilaksanakan di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perdagangan, dan Perindustrian (DinKUKMDagin) Kota Bogor pada periode Juli 2025 hingga Agustus 2026.

Populasi penelitian ini adalah seluruh wajib pajak UMKM yang terdaftar di DinKUKMDagin Kota Bogor, yaitu sebanyak 3.531 pelaku usaha. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel minimal sebesar 97,25 yang dibulatkan menjadi 97 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria UMKM yang berlokasi di Kota Bogor dan memiliki nomor induk berusaha atau izin usaha.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner (angket) yang berisi pertanyaan tertutup berdasarkan Skala Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju) untuk mengukur variabel sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, sanksi perpajakan, dan tingkat kepatuhan wajib pajak.



Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.	Mengisi formulir dengan benar, lengkap dan jelas; Melakukan perhitungan dengan benar; Melakukan pembayaran tepat waktu; Melakukan pelaporan tepat waktu.
Sosialisasi Perpajakan (X1)	Kegiatan pemberian wawasan, pemahaman, serta pembinaan kepada wajib pajak agar mengetahui dan memahami segala sesuatu yang berkaitan dengan perpajakan.	Sosialisasi membantu masyarakat khususnya wajib pajak dalam memahami keuntungan pajak bagi negara; Sosialisasi membantu memberikan informasi peraturan pajak baru; Sosialisasi dalam bentuk informasi pajak dapat diketahui melalui media elektronik seperti website pajak atau iklan layanan masyarakat di televisi.
Pemahaman Perpajakan (X2)	Kemampuan wajib pajak dalam memahami ketentuan dan melaksanakan kewajiban perpajakan.	Wajib pajak berusaha memahami ketentuan perpajakan; Wajib pajak mengisi formulir pajak; Wajib pajak membayar pajak terutang.
Sanksi Perpajakan (X3)	Jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan akan ditaati dan dipatuhi, serta menjadi alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan.	Keterlambatan melaporkan pajak harus dikenai sanksi; Keterlambatan membayar pajak harus dikenai sanksi; Tingkat penerapan sanksi dimulai dari adanya teguran bagi wajib pajak; Sanksi digunakan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Sumber: dikembangkan oleh penulis dari instrumen penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan program SPSS versi 25 yang meliputi analisis statistik deskriptif; uji kualitas data (validitas dan reliabilitas); uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas); analisis regresi linear berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$; serta uji hipotesis melalui uji koefisien determinasi (Adjusted R Square), uji F (simultan), dan uji t (parsial).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kuesioner sebanyak 100 responden memenuhi kriteria kelayakan dan digunakan dalam analisis. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (55%), berusia 18-30 tahun (63%), dan berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa (34%), diikuti oleh pegawai swasta dan wiraswasta (masing-masing 24%). Tabel 2 menyajikan statistik deskriptif variabel penelitian.

**Tabel 2. Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Min	Maks	Mean	Std. Dev.
Program Pemutihan Pajak (X1)	97	44,00	75,00	58,3196	7,24216
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	97	45,00	75,00	58,4124	7,14544
Kualitas Pelayanan (X3)	97	42,00	100,00	76,5979	10,35582
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	97	57,00	100,00	79,0825	9,53138

Sumber: output SPSS, diolah oleh penulis.

Seluruh konstruk menghasilkan nilai korelasi item-total terkoreksi lebih besar dari r-tabel sebesar 0,196 dengan signifikansi di bawah 0,05, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2, nilai Cronbach's Alpha seluruh konstruk melebihi ambang batas 0,60, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Program Pemutihan Pajak (X1)	0,895	0,60	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	0,909	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,938	0,60	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,929	0,60	Reliabel

Sumber: output SPSS, diolah oleh penulis.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan untuk pengujian hipotesis. Uji Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai Exact Sig. (2-tailed) sebesar 0,0263 ($> 0,05$), yang menunjukkan residual berdistribusi normal. Seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah 10 (X1: 0,329/3,036; X2: 0,197/5,070; X3: 0,280/3,576), sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Menggunakan metode Spearman's rho tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas pada X1 (sig. 0,272), X2 (sig. 0,223), dan X3 (sig. 0,309).

Analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan $Y = 15,930 + 0,751X1 + 0,237X2 - 0,072X3 + e$. Hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Regresi Berganda dan Uji Parsial (Uji t)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	15,930	2,156	-	7,389	0,000
Program Pemutihan Pajak (X1)	0,751	0,060	0,691	12,449	0,000
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	0,237	0,079	0,215	2,997	0,003
Kualitas Pelayanan (X3)	0,072	0,046	0,95	1,573	0,119

Variabel Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak. Sumber: output SPSS, diolah oleh penulis.

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 15,930. Koefisien regresi Sosialisasi Perpajakan sebesar 0,751 menunjukkan hubungan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Koefisien Pemahaman Perpajakan sebesar 0,237 juga menunjukkan hubungan positif, sedangkan Sanksi Perpajakan memiliki koefisien sebesar 0,072.

Tabel 5. Uji Simultan (Uji F/ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5381,763	3	1793,921	49,957	0,000
Residual	3339,577	93	35,909	-	-
Total	8721,340	96	-	-	-

Variabel Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak. Sumber: output SPSS, diolah oleh penulis.

Uji F menghasilkan nilai F sebesar 49,957 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H4 diterima: Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor, kesadaran wajib pajak, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.



Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,786	0,617	0,605	5,99245

Prediktor: Program Pemutihan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan. Sumber: output SPSS.

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,605 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan 60,5% variasi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, sedangkan 39,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji t, variabel Sosialisasi Perpajakan memperoleh nilai t-hitung sebesar 12,449 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik sosialisasi perpajakan yang diberikan kepada pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Sosialisasi melalui penyuluhan, seminar, media sosial, maupun penyebaran informasi perpajakan dapat membantu meningkatkan pengetahuan dan kesadaran wajib pajak mengenai pentingnya memenuhi kewajiban perpajakan. Hal tersebut sejalan dengan (Nono & Tyas, 2022) yang menjelaskan bahwa sosialisasi perpajakan merupakan kegiatan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai pajak serta membantu kelancaran pelayanan perpajakan.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, sosialisasi perpajakan berkaitan dengan pembentukan *attitude toward behavior*. Informasi yang diterima wajib pajak mengenai manfaat pajak dan kewajiban perpajakan dapat membentuk sikap positif terhadap pembayaran pajak. Selain itu, sosialisasi juga dapat membentuk *subjective norm* karena wajib pajak memperoleh pemahaman bahwa memenuhi kewajiban perpajakan merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan. Dengan demikian, semakin efektif sosialisasi yang diterima, semakin kuat pula niat wajib pajak untuk berperilaku patuh. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Maxuel & Primastiwi, 2021) yang menemukan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce*. Sosialisasi yang memberikan pemahaman secara baik dan benar dapat meningkatkan pengetahuan wajib pajak mengenai pentingnya membayar pajak sehingga mendorong terbentuknya perilaku kepatuhan.

Berdasarkan hasil uji t, variabel Pemahaman Perpajakan memperoleh nilai t-hitung sebesar 2,997 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka Pemahaman Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman wajib pajak mengenai ketentuan perpajakan, maka semakin tinggi pula kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Pemahaman perpajakan dapat membantu wajib pajak mengetahui dan menerapkan ketentuan yang berkaitan dengan hak dan kewajiban perpajakannya. (Ridhotin & Ardani, 2022) menjelaskan bahwa pemahaman wajib pajak berkaitan dengan pengetahuan mengenai berbagai aspek perpajakan serta pemahaman terhadap hak dan kewajiban perpajakan. Pemahaman yang memadai diharapkan dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, pemahaman perpajakan berperan dalam membentuk *behavioral beliefs*. Wajib pajak yang memahami peraturan dan prosedur perpajakan akan memiliki keyakinan yang lebih baik dalam melaksanakan kewajibannya. Pemahaman tersebut juga dapat meningkatkan kemampuan wajib pajak dalam mengambil keputusan yang sesuai dengan ketentuan perpajakan, sehingga mendorong terbentuknya perilaku patuh. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Akbar & Hardiansyah, 2024) yang menyatakan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Semakin baik pemahaman wajib pajak



UMKM mengenai peraturan dan kewajiban perpajakan, maka semakin tinggi pula kepatuhan mereka dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan hasil uji t, variabel Sanksi Perpajakan memperoleh nilai t-hitung sebesar 1,573 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,119. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa Sanksi Perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keberadaan sanksi perpajakan belum menjadi faktor utama yang mendorong wajib pajak UMKM untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Meskipun wajib pajak mengetahui adanya sanksi administrasi maupun sanksi lainnya, keberadaan sanksi tersebut belum tentu secara langsung meningkatkan kepatuhan. Kondisi tersebut dapat terjadi karena sebagian wajib pajak belum memahami secara rinci bentuk dan konsekuensi sanksi perpajakan yang berlaku. Selain itu, persepsi terhadap rendahnya risiko terkena sanksi juga dapat menyebabkan sanksi belum menjadi faktor utama dalam menentukan perilaku kepatuhan.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Berdasarkan hasil penelitian, kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah tampaknya lebih dipengaruhi oleh faktor edukasi dan pemahaman perpajakan dibandingkan dengan faktor sanksi. Artinya, pengetahuan dan kemampuan wajib pajak dalam memahami kewajiban perpajakan dapat menjadi faktor yang lebih dominan dalam mendorong kepatuhan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Ridhotin & Ardani, 2022) yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan (Maxuel & Primastiwi, 2021) yang menemukan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM *e-commerce*.

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F-hitung sebesar 49,957 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari kombinasi beberapa faktor. Sosialisasi perpajakan berperan dalam memberikan informasi dan meningkatkan pengetahuan wajib pajak, pemahaman perpajakan membantu wajib pajak mengetahui dan menerapkan ketentuan perpajakan, sedangkan sanksi perpajakan menjadi salah satu instrumen untuk mendorong wajib pajak menaati ketentuan yang berlaku. Ketiga faktor tersebut secara bersama-sama dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, sosialisasi perpajakan dapat membentuk *attitude toward behavior*, pemahaman perpajakan memperkuat *behavioral beliefs*, sedangkan sanksi perpajakan dapat menjadi faktor yang mendorong wajib pajak untuk mempertimbangkan konsekuensi dari perilaku ketidakpatuhan. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama dapat membentuk kondisi yang mendukung munculnya perilaku kepatuhan wajib pajak.

Kemampuan ketiga variabel dalam menjelaskan kepatuhan juga terlihat dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,605 atau 60,5%. Artinya, Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan secara bersama-sama mampu menjelaskan Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM sebesar 60,5%, sedangkan 39,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi dan pemahaman perpajakan menjadi faktor yang berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, sedangkan sanksi perpajakan tidak menunjukkan pengaruh secara parsial. Namun, ketika ketiga variabel diuji secara bersama-sama, seluruhnya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepatuhan dapat lebih diarahkan pada edukasi, penyampaian informasi perpajakan, serta peningkatan pemahaman wajib pajak, dengan tetap mempertahankan penerapan sanksi sebagai bagian dari sistem perpajakan.



KESIMPULAN

1. Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah ($t = 12,449$; $\text{sig.} = 0,000$).
2. Pemahaman Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah ($t = 2,997$; $\text{sig.} = 0,003$).
3. Sanksi Perpajakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah ($t = 1,573$; $\text{sig.} = 0,119$).
4. Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kecamatan Bogor Tengah ($F = 49,957$; $\text{sig.} = 0,000$; Adjusted $R^2 = 60,5\%$).

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. Z., & Hardiansyah, R. (2024). Pengaruh Pemahaman Perpajakan Tarif Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. 10, 923–934.
- Caroline, E., Eprianto, I., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Tarif Pajak Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 2, 2114–2121.
- Hani, D. A. U., & Furqon, I. K. (2021). Kepatuhan Membayar Wajib Pajak Pengaruh Sanksi Pajak Serta Pengetahuan Masyarakat Tentang Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Wajib Pajak. 5(1), 10–15.
- Khoirinnisa, I. (2023). Upaya Meningkatkan Kesadaran Pelaku UMKM Dalam Membayar Pajak Penghasilan Final. 4(1).
- Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm *E Commerce*. JRMB, 16.
- Nono, V. R. M., & Tyas, A. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) (Studi Kasus Paad Kantor Pelayanan Pajak Pratama Atambua). 1, 618–636.
- Nugroho, V. Q. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
- Permata, M. I., & Zahroh, F. (2022). Pengaruh pemahaman perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4, 2622–2205. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Reyvani, D., Sari, I. D., Yuanita, P., & Vientiany, D. (2024). Peranan Hukum Pajak Sebagai Sumber Keuangan Negara Pada Pembangunan Nasional Dalam Upaya Mewujudkan Kesejahteraan Rakyat. 01(04), 961–966.
- Ridhotin, N. F., & Ardani, L. (2022). Pengaruh Pemahaman Perpajakan , Sanksi Perpajakan Kemudahan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. 11.
- Rizka Sabrina Salsabila, S. A. B. (2024). Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Pelayanan Perpajakan, Persepsi Efektivitas Sistem Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 1192, 629–648.
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). *Theory Of Planned Behavior* Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. 12, 4043–4068.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). VII.
- Zakia, F. A., Sugiarti, & Siddiq, F. R. (2022). *Analysis Of Understanding Level Of Tax Regulation, Taxpayer Awareness, Tax Socialization And Tax Provisions Of E-Commerce UMKM Towards*



Taxpayer Compliance (Case Study On UMKM E-Commerce Business Owners In Kudus City).
7(2), 208–218. <http://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank>