

## Pengaruh Kebijakan PP No.55 Tahun 2022 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Surabaya

Oleh: **Amanda Nabila Rachmad<sup>1</sup>, Dewi Murdiawati<sup>2</sup>**

<sup>12</sup> (Program Studi Akuntansi, FEB Universitas Hayam Wuruk Perbanas)

Email: \*<sup>1</sup> [202101031003@mhs.hayamwuruk.ac.id](mailto:202101031003@mhs.hayamwuruk.ac.id) <sup>2</sup> [dewi.murdiawati@perbanas.ac.id](mailto:dewi.murdiawati@perbanas.ac.id)

Diterima: 1 Oktober 2024 | Revisi: 30 November 2024 | Diterbitkan: 31 Desember 2024

**Abstrak**–Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penerapan PP No. 55 Tahun 2022, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Surabaya. Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah *purposive sampling*. Wajib pajak UMKM orang pribadi dengan penghasilan tahunan paling banyak Rp500 juta yang terdaftar melalui Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Menengah Kota Surabaya atau melalui situs PEKEN Surabaya. Besar sampel minimal 100 wajib pajak UMKM orang pribadi di Surabaya ditentukan melalui penerapan rumus *Slovin*. Kuesioner disebarkan kepada responden secara langsung atau melalui *Google Form* untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) yang didukung oleh perangkat lunak *SmartPLS 4.0* untuk mengevaluasi data. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kebijakan PP No. 55 Tahun 2022, sosialisasi perpajakan, dan kesadaran perpajakan secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Surabaya. Disarankan agar peneliti selanjutnya memilih instrument yang tepat.

**Kata Kunci:** Kebijakan PP No. 55 Tahun 2022; Sosialisasi Pajak; Kesadaran Pajak; UMKM; Kepatuhan Wajib Pajak

### *The Impact of PP Policy No. 55 of 2022 on Tax Compliance of Surabaya MSMEs*

**Abstract**–The purpose of this study was to determine the effect of the implementation of PP No. 55 of 2022, tax socialization, and tax awareness on the compliance of MSME taxpayers in Surabaya. The method used in determining the sample was *purposive sampling*. Individual MSME taxpayers with an annual income of up to IDR 500 million are registered through the Surabaya City Micro and Medium Enterprises Cooperatives Service or the Surabaya PEKEN website. The sample size of at least 100 individual MSME taxpayers in Surabaya was determined by applying the *Slovin* formula. The questionnaire was distributed to respondents directly or via *Google Form* to collect data. This study uses the *Structural Equation Model* (SEM) approach supported by *SmartPLS 4.0* software to evaluate the data. The results of data processing show that the PP No. 55 of 2022 policy, tax socialization, and tax awareness together have a significant and positive effect on the level of compliance of MSME taxpayers in Surabaya. It is recommended that further researchers choose the right instrument.

**Keywords:** *PP Policy No. 55 of 2022; Tax Socialization; Tax Awareness; MSME's; Taxpayer Compliance*

## PENDAHULUAN

Pajak menjadi pilar utama dalam sumber pendapatan negara. Menurut (Maulana, 2020), pajak adalah salah satu fondasi pemasukan negara yang krusial dalam pembangunan serta perbaikan infrastruktur, sekaligus berperan dalam peningkatan perekonomian nasional. Selain itu, pajak juga menjadi salah satu penyumbang utama bagi penerimaan negara yang memiliki dampak besar terhadap kemakmuran masyarakat. Oleh karena itu, peran masyarakat tentu sangat diperlukan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Eksistensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam struktur ekonomi suatu negara merupakan topik yang patut untuk diteliti lebih lanjut. Hal ini dikarenakan sektor tersebut tidak hanya membuka berbagai lapangan kerja, tetapi juga memberikan dampak yang signifikan terhadap *Gross Domestic Product* (GDP) negara. Berdasarkan data yang didapat dari Buku Nota Keuangan Republik Indonesia (2023), jumlah wajib pajak di Indonesia hingga tahun 2023 mencapai angka 69.1 juta. Walaupun jumlah wajib pajak mengalami kenaikan, dampak strategis sektor UMKM dalam menyumbang pendapatan negara masih tergolong kecil, yakni hanya sekitar 5% dari total penerimaan pajak. Padahal, lebih dari 60% dari *PDB* Indonesia berasal dari sektor tersebut (Hernowo, 2023).

UMKM di Kota Surabaya menjadi salah satu elemen penting dalam perekonomian lokal. Kota Surabaya merupakan pusat perdagangan dan juga industri yang banyak memberikan peluang bagi para pengusaha UMKM untuk

berkembang. Menurut data statistik pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, sektor UMKM di Surabaya saat ini mencakup 58,17 persen, lebih tinggi dibandingkan dengan kota atau kabupaten lainnya (Januar, 2023). Menurut (Jaen, 2023) di tahun 2022, tercatat angka mencapai 36.716 Wajib Pajak Orang Pribadi non-karyawan yang mengirimkan pelaporan SPT pajak di Kota Surabaya. Sebagai perbandingan, pada tahun sebelumnya, yakni 2021, jumlah Wajib Pajak Orang Pribadi non-karyawan yang melaporkan SPT pajak berjumlah 39.384. Individu yang merupakan Wajib Pajak non-karyawan juga termasuk dalam kategori Wajib Pajak UMKM jika memiliki pendapatan atau omset tahunan yang tidak melebihi 500 juta (Handoyo, 2023). Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terjadi penurunan dalam pelaporan SPT di wilayah Surabaya. Oleh sebab itu, studi ini menjadi sangat penting untuk dilakukan guna mengidentifikasi kendala yang dialami oleh para pelaku UMKM serta merumuskan solusi yang efektif agar peran mereka dalam pembayaran pajak dapat dioptimalkan secara lebih signifikan.

Teori atribusi merupakan gagasan awal yang diperkenalkan oleh Fritz Heider pada tahun 1958 merujuk pada suatu pendekatan yang menguraikan faktor-faktor yang menjadi penyebab suatu peristiwa terkait dengan perilaku individu, baik yang asalnya dari aspek internal maupun eksternal individu tersebut (Romadhon & Diamastuti, 2020). Konsep atribusi berperan signifikan dalam ranah

perpajakan, misalnya dalam menelaah beragam aspek yang menentukan sejauh mana wajib pajak mematuhi kewajiban perpajakannya (Romadhon & Diamastuti, 2020). Teori atribusi dipandang sebagai pendekatan yang tepat dalam penelitian ini karena variabel yang diterapkan mencakup aspek-aspek yang bersumber dari perilaku internal dan eksternal. Variabel kebijakan PP No.55 tahun 2022 (X1) dan Variabel sosialisasi pajak (X2) adalah variabel yang dipengaruhi oleh faktor eksternal karena faktor-faktor dari luar dapat memengaruhi perilaku wajib pajak, seperti situasi, lingkungan, dan tuntutan. variabel kesadaran pajak (X3) adalah variabel yang dipengaruhi oleh faktor internal karena perilaku tersebut muncul di dalam diri wajib pajak itu sendiri.

Dalam upaya mendongkrak kontribusi dan kepatuhan wajib pajak dari sektor ini, pemerintah terus berupaya meringankan beban kewajiban perpajakan para pelaku UMKM. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan memberlakukan PP No. 55 Tahun 2022. Ketentuan perpajakan UMKM sebelumnya mengacu pada Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 yang menyebutkan wajib pajak dengan omzet usaha maksimal Rp4.800.000.000, baik orang pribadi maupun badan usaha (seperti CV, PT, firma, atau koperasi) dikenakan tarif pajak sebesar 0,5%. Namun, UMKM yang merupakan wajib pajak orang pribadi dengan omzet tahunan sampai dengan Rp500.000.000, kini dikecualikan dari kewajiban perpajakan berdasarkan kebijakan baru, PP No. 55 Tahun 2022. Lantaran menyederhanakan proses pencatatan dan memberikan

pemahaman yang lebih komprehensif tentang prosedur perpajakan, kebijakan ini dapat menjadi elemen eksternal yang mendorong kepatuhan pajak UMKM. Lebih lanjut, PP No. 55 Tahun 2022 berupaya untuk mengurangi beban pajak bagi UMKM, khususnya bagi mereka yang terdaftar sebagai wajib pajak dan memiliki pendapatan tahunan di bawah Rp500 juta. Hasil penelitian oleh (Apriani & Damayanthi, 2024; Prihastuti et al., 2023; Gaol & Lasando, 2023) menunjukkan jika Kebijakan PP Nomor 55 Tahun 2022 memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Namun berbeda dengan peneliti lain oleh (Kusufiyah & Anggraini, 2024; Sech Syarini & Tambun, 2024) yang menunjukkan jika Kebijakan PP Nomor 55 Tahun 2022 tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Direktorat Jenderal Pajak melaksanakan kegiatan edukasi untuk meningkatkan pemahaman serta kesadaran masyarakat terhadap mekanisme perpajakan (Hura & Kakisina, 2022). Sosialisasi pajak penting untuk mengurangi ketidakpahaman terkait peraturan dan prosedur, sehingga dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam perpajakan dan memberikan umpan balik terhadap kebijakan perpajakan. Edukasi terkait perpajakan merupakan faktor eksternal yang berperan dalam meningkatkan kesadaran individu terhadap kewajiban mereka dalam membayar pajak. Ketika para wajib pajak mendapatkan pemahaman yang cukup serta menyadari manfaat dari partisipasi mereka dalam sistem perpajakan, kecenderungan mereka untuk memenuhi tanggung jawab tersebut akan semakin

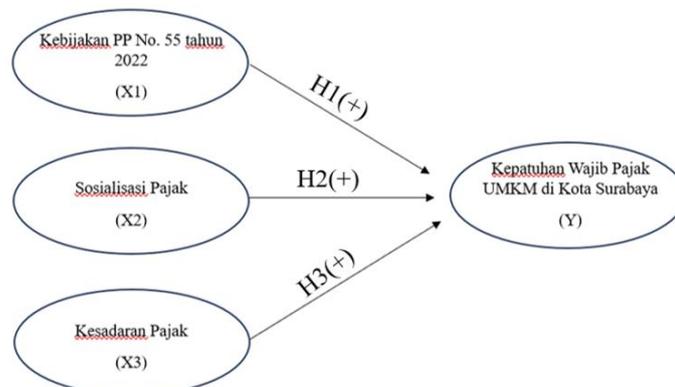
tinggi. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian oleh (Andanawarih & Khudoifah, 2024; Sech Syarini & Tambun, 2024; Gaol & Lasando, 2023; Lestari & Daito, 2020) yang menyatakan jika sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal tersebut berbeda dengan hasil penelitian oleh (Widya Indah Nurmalasari, 2023; Yulia et al., 2020) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Menurut (Ristanti et al., 2022) kesadaran terhadap kewajiban perpajakan terjadi ketika seorang wajib pajak memahami dan dengan penuh kesadaran mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku. Aspek internal memiliki peran krusial dalam menentukan sejauh mana tingkat ketaatan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban terkait perpajakan. Semakin tinggi kesadaran pajak yang dimiliki, semakin besar dorongan untuk mencari tahu lebih banyak mengenai informasi perpajakan dan kewajiban yang harus dipenuhi, sehingga pajak tidak lagi dilihat sebagai suatu beban. Hal ini selaras dengan hasil penelitian oleh (Kusufiyah & Anggraini, 2024; Andanawarih & Khudoifah, 2024;

Widya Indah Nurmalasari, 2023; Yulia et al., 2020; Perdana & Dwirandra, 2020) yang menyatakan bahwasannya kesadaran pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Lain halnya dengan hasil penelitian oleh (Rizki & Farina, 2022) yang menyatakan bahwasannya kesadaran pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kebijakan PP No. 55 Tahun 2022 terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Surabaya” karena latar belakang yang telah penulis sampaikan serta adanya *research gap* pada penelitian terdahulu.

## METODE PENELITIAN

Sesuai paradigma penelitian, penelitian ini ialah bagian dari penelitian kuantitatif yang dimana penelitian ini ditujukan untuk dapat mengukur dan menganalisis faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak UMKM yang di mana penelitian ini sesuai dengan variabel independennya yaitu kebijakan PP No. 55 tahun 2022, Sosialisasi Pajak, dan Kesadaran Pajak. Berikut model untuk penelitian ini.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: (Data diolah, 2024)

Partisipan penelitian adalah wajib pajak UMKM di Surabaya. Berdasarkan hasil perhitungan dengan metode *Slovin*, jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah 99,87 sampel karena jumlah populasi dalam penelitian ini cukup besar, yaitu 79.269 unit UMKM. Dengan demikian, sampel penelitian berjumlah 100 responden dan 100 kuesioner dibagikan kepada wajib pajak UMKM di Surabaya secara langsung atau melalui Google Form. Analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS), dengan pengolahan data menggunakan perangkat lunak *SmartPLS 4.0*.

Pengambilan sampel secara *purposive sampling* digunakan untuk

memilih sampel secara cermat pada penelitian ini. Sampel untuk penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kriteria berikut:

1. Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Surabaya yang memenuhi kriteria UMKM dan mempunyai peredaran bruto atau ekuitas tahunan kurang dari 500 juta
2. Pelaku UMKM di Surabaya yang memiliki NPWP dan terdaftar di *website* Peken Surabaya atau Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur.

Dalam pengukuran variabel penelitian ini digunakan beberapa indikator sebagai berikut:

**Tabel 1. Indikator Pengukur Variabel**

Variabel	Indikator	Keterangan
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendaftarkan diri untuk mendapat NPWP</li> <li>2. Menghitung pajak dengan benar dan jujur</li> <li>3. Batas akhir membayar pajak</li> <li>4. Tepat waktu pelaporan (melaporkan dengan mengisi SPT secara benar)</li> <li>5. Tidak pernah mendapat sanksi administrasi</li> <li>6. Tidak memiliki tunggakan pajak</li> </ol>	Kusufiya & Anggraini (2024) dan Atichasari et al. (2024)
Kebijakan PP No.55 Tahun 2022 (X1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Besaran PPh final untuk pelaku UMKM dengan pendapatan tahunan di bawah 500 juta</li> <li>2. Periode berlaku untuk tarif pajak tersebut</li> <li>3. Kelompok yang berhak memperoleh manfaat dari kebijakan PP 55 tahun 2022</li> <li>4. Keringanan dalam mematuhi peraturan pajak</li> </ol>	Kusufiyah & Anggraini (2024)
Sosialisasi Pajak (X2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyelenggaraan sosialisasi</li> <li>2. Manfaat sosialisasi</li> <li>3. Sosialisasi pajak secara langsung</li> <li>4. Sosialisasi pajak tidak langsung</li> </ol>	I. N. Ainiyah & Febriani (2023)
Kesadaran Pajak (X3)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemasukan utama negara berasal dari pajak</li> <li>2. Penundaan dalam pembayaran pajak dapat merugikan keuangan negara</li> <li>3. Melakukan kewajiban pajak dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan</li> <li>4. Menyampaikan laporan pajak tepat waktu dan sesuai dengan ketentuan dalam tax law</li> </ol>	Kusufiyah & Anggraini (2024)

*Sumber:* (Data diolah, 2024)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji *Outer Model* (Uji Validitas dan Reliabilitas)

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Kode Item	Loading Factor	Composite Reliability	AVE	Keterangan
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Y1	0.747	0.931	0.692	Valid
	Y2	0.819			Valid
	Y3	0.878			Valid
	Y4	0.846			Valid
	Y5	0.851			Valid
	Y6	0.845			Valid
Kebijakan PP No.55 Tahun 2022	X1.1	0.813	0.781	0.532	Valid
	X1.2	0.061			Tidak Valid
	X1.3	0.857			Valid
	X1.4	0.853			Valid
Sosialisasi Pajak	X2.1	0.909	0.944	0.809	Valid
	X2.2	0.919			Valid
	X2.3	0.873			Valid
	X2.4	0.897			Valid
Kesadaran Pajak	X3.1	0.898	0.821	0.601	Valid
	X3.2	0.876			Valid
	X3.3	0.021			Tidak Valid
	X3.4	0.910			Valid

Sumber: (Data diolah, 2024)

Berdasarkan data pada tabel 2 di atas yang menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas, variabel kepatuhan wajib pajak UMKM dan variabel sosialisasi perpajakan telah terverifikasi valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *loading factor* lebih besar dari 0,7 untuk masing-masing pernyataan dan nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7. Berbeda dengan 2 variabel lainnya yaitu Kebijakan PP No.55 Tahun 2022 dan Kesadaran Pajak yang terdapat perbedaan pada pernyataan dengan kode X1.2 dan X3.3 yang telah dinyatakan tidak valid karena nilai *loading factor* kurang dari 0,7 sehingga peneliti menghapus sebanyak 2 pernyataan tersebut karena pada

pernyataan tersebut kurang mampu untuk mengukur variabel dengan baik.

Pada tabel 2 di bawah menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas setelah dilakukan revisi dengan menghapus 2 pernyataan yang tidak valid pada variabel Kebijakan PP No.55 Tahun 2022 dan variabel Kesadaran Pajak pada kode item X1.2 dan X3.3. Sehingga untuk semua variabel tersebut telah dinyatakan valid karena semua pernyataan telah diatas 0.7 untuk setiap *loading factornya* dan memiliki nilai *AVE* pada seluruh variabel diatas 0.5. Semua variabel tersebut juga telah dinyatakan reliabel karena untuk nilai *composite reliability* diatas 0.7.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas setelah revisi**

Variabel	Kode Item	Loading Factor	Composite Reliability	AVE	Keterangan
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Y1	0.747	0.931	0.692	Valid
	Y2	0.819			Valid
	Y3	0.878			Valid
	Y4	0.846			Valid
	Y5	0.851			Valid
	Y6	0.845			Valid
Kebijakan PP No.55 Tahun 2022	X1.1	0.813	0.781	0.532	Valid
	X1.3	0.858			Valid
	X1.4	0.853			Valid
Sosialisasi Pajak	X2.1	0.909	0.944	0.809	Valid
	X2.2	0.919			Valid
	X2.3	0.873			Valid
	X2.4	0.897			Valid
Kesadaran Pajak	X3.1	0.898	0.821	0.601	Valid
	X3.2	0.876			Valid
	X3.4	0.911			Valid

Sumber: (Data diolah, 2024)

Uji Inner Model (Multikolinearitas, R-Squared, F-Squared, Uji  $Q^2$  Predictive Relevance)

**Tabel 3. Hasil Uji Inner Model**

	Kepatuhan WP UMKM	Kebijakan PP No.55	Sosialisasi Pajak	Kesadaran Pajak
VIF		1,800	1,413	1,585
Adj R-Square	0,669			
F-Square		0,100	0,119	0,517
$Q^2$ Predict	0,461			

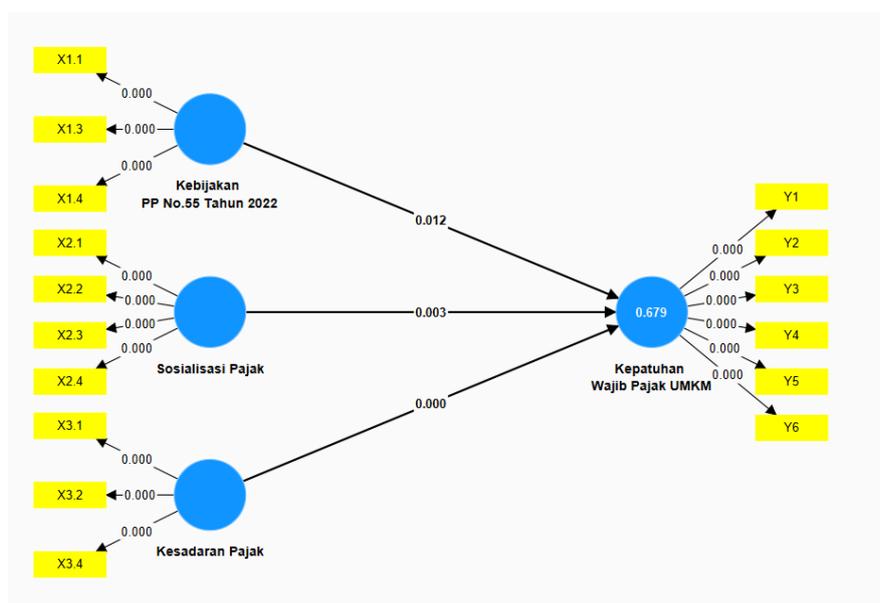
Sumber: (Data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 3, nilai *VIF* pada tabel di atas, tidak terdapat angka *VIF* yang melebihi 5, sehingga masalah multikolinearitas dapat dihindari. Variabel Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y) memiliki nilai R-square sebesar 0,669. Hal ini bermakna bahwa variabel Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y) memiliki model yang kuat. Ditinjau dari nilai *F-Square* ditunjukkan bahwa variabel kesadaran pajak memiliki pengaruh yang besar, sedangkan variabel

kebijakan PP No.55 Tahun 2022 dan Sosialisasi Pajak memiliki pengaruh yang sedang. Nilai  $Q^2$  di atas 0 mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik, sementara nilai  $Q^2$  yang bernilai kurang dari 0 menandakan rendahnya relevansi prediktif model. Hal ini sesuai kriteria dari (Rahadi, 2023). Nilai  $Q^2$  Predict pada tabel di atas dapat disimpulkan cukup baik dalam melakukan prediksi karena nilainya diatas 0.

## Analisis Jalur

Model analisis jalur disajikan dalam gambar 2 berikut.



Gambar 2. Model Analisis Jalur

Sumber: (Data diolah, 2024)

## Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis dicerminkan pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Path Coefficient	P-Value
Kebijakan PP No. 55 Tahun 2022 → Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	0,240	0,012
Sosialisasi Pajak → Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	0,513	0,003
Kesadaran Pajak → Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	0,232	<0.001

Sumber: (Data diolah, 2024)

Apabila nilai P kurang dari 0,05, hipotesis dianggap diterima; jika tidak, hipotesis dianggap ditolak (Rahadi, 2023). Dengan nilai p sebesar 0,012 dari uji hipotesis pertama, disimpulkan bahwa Kebijakan PP No. 55 Tahun 2022 berdampak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Hal ini

menunjukkan bahwasannya kepuasan wajib pajak UMKM juga meningkat akibat tersedianya kebijakan yang mendukung mereka dalam hal insentif, kemudahan administrasi, dan pengurangan beban pajak.

Dengan mengacu pada konsep mendasar dalam teori atribusi, yang

dikaitkan dengan ketentuan dalam PP No. 55 Tahun 2022 mengenai tarif pajak bagi UMKM dalam penelitian ini, teori tersebut menguraikan bahwa perilaku individu dapat dipahami dengan menelusuri aspek-aspek yang memicu terjadinya suatu situasi yang berkaitan dengan tindakan orang tersebut. Aspek-aspek ini asalnya dari faktor intrinsik individu maupun pengaruh eksternal dari lingkungannya. Dalam hal ini, kebijakan yang diatur dalam PP No. 55 Tahun 2022 dikategorikan sebagai faktor *eksternal* karena menciptakan kondisi yang mendorong tingkat kepatuhan yang lebih tinggi dari para wajib pajak UMKM terhadap kewajiban perpajakannya. Dalam hal ini, wajib pajak UMKM akan lebih termotivasi dalam memenuhi kewajiban pajaknya karena memahami regulasi tersebut dan merasa jika regulasi tersebut mendukung dari segi insentif, kemudahan administrasi, dan pengurangan beban pajak, sehingga wajib pajak juga merasa diuntungkan karena wajib pajak dapat merasakan manfaat yang diperoleh dari adanya kebijakan tersebut. Kebijakan ini menjadi upaya pemerintah dalam meningkatkan perekonomian pelaku UMKM, serta diharapkan dapat meningkatkan sikap untuk lebih patuh pada wajib pajak UMKM dalam melakukan kewajiban perpajakannya.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh (Prihastuti et al., 2023; Apriani & Damayanthi, 2024; Gaol & Lasando, 2023) yang menyatakan bahwa kebijakan PP No 55 tahun 2022 memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Berdasarkan analisis terhadap hipotesis kedua, nilai *p-value* sebesar 0.003, menandakan bahwa upaya sosialisasi pajak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Situasi ini mencerminkan bahwa dengan strategi yang efektif serta penyampaian informasi yang transparan dalam sosialisasi pajak, para wajib pajak dapat lebih mendalami pemahaman ketentuan dan prosedur perpajakan, sehingga memberikan sumbangsih dalam mendorong tingkat kepatuhan pajak di kalangan UMKM.

Menurut teori atribusi, hal ini berkaitan dengan proses sosialisasi perpajakan yang diterapkan dalam kajian ini. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dapat diamati dengan mengidentifikasi faktor penyebab atas suatu peristiwa yang berkaitan dengan perilaku suatu individu, baik faktor yang asalnya dari internal ataupun faktor yang asalnya dari eksternal suatu individu. Sosialisasi ini termasuk faktor eksternal karena menciptakan lingkungan atau situasi untuk memicu wajib pajak UMKM agar lebih mematuhi kewajiban perpajakannya. Adanya sosialisasi pajak dapat memberikan penjelasan tentang manfaat pajak, prosedur pelaporan, dan konsekuensi ketidakpatuhan yang bertujuan untuk mendorong wajib pajak dalam hal kepatuhan. Sosialisasi pajak yang dilakukan secara langsung, seperti melalui seminar dan pertemuan, memberikan kesempatan kepada wajib pajak untuk berinteraksi langsung dengan narasumber, sehingga mereka dapat memahami materi dengan lebih jelas dan mendalam. Dengan penggunaan metode yang sesuai pada *audience*, sosialisasi

pajak tidak hanya menambah pengetahuan tetapi juga menumbuhkan sikap positif pada kepatuhan pajak. Penyuluhan pajak yang dilaksanakan secara berkala oleh pemerintah berdampak baik pada tingkat kepatuhan pajak pelaku UMKM. Hal ini disebabkan oleh adanya program sosialisasi yang teratur, yang memberikan pemahaman lebih lengkap tentang tanggung jawab perpajakan bagi mereka. Selain itu, manfaat nyata yang dirasakan dari sosialisasi, seperti pemahaman mengenai fungsi dan dampak pajak bagi pembangunan, mendorong pelaku UMKM untuk lebih patuh karena wajib pajak merasa kontribusinya terhadap pajak memiliki tujuan yang jelas. Tidak hanya itu, sosialisasi memanfaatkan media massa layaknya surat kabar, majalah, radio, televisi, dan internet, memberikan akses informasi terbaru mengenai peraturan pajak secara cepat dan luas. Dengan pemahaman yang meningkat dan akses informasi yang mudah, pelaku UMKM lebih percaya diri dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka, sehingga meningkatkan sikap patuh terhadap kewajiban perpajakan. Hasil pada studi ini selaras dengan yang dilakukan oleh (Sech Syarini & Tambun, 2024; Gaol & Lasando, 2023; Apriani & Damayanthi, 2024) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Hasil dari uji hipotesis ketiga mencerminkan *p-value* yang bernilai lebih rendah dari 0.001, yang mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan antara *tax awareness* (kesadaran pajak) dan kepatuhan pajak pada UMKM. Hal ini mengartikan bahwasannya semakin tinggi

tingkat *tax awareness* yang dimiliki, semakin besar pula kesadaran wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan penuh tanggung jawab. Menurut teori atribusi, *tax awareness* berfungsi sebagai aspek internal yang memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM, karena mencerminkan pemahaman serta sikap individu terkait kewajiban perpajakan. Semakin besar tingkat *tax awareness*, semakin besar pula rasa tanggung jawab wajib pajak untuk memenuhi kewajiban tersebut. Ketika mereka menyadari betapa krusialnya kontribusi pajak terhadap pembangunan dan kesejahteraan sosial, mereka akan cenderung mengaitkan kepatuhan mereka dengan nilai-nilai pribadi serta komitmen terhadap masyarakat. Kesadaran ini membuat wajib pajak lebih mampu untuk memahami konsekuensi dari ketidakpatuhan pajak dan lebih termotivasi untuk mematuhi aturan yang berlaku. Sebaliknya, jika kesadaran pajak rendah, wajib pajak mungkin menganggap kewajiban perpajakan sebagai beban, sehingga mengurangi motivasi untuk patuh. Dalam hal ini, kesadaran pajak sebagai faktor internal berperan penting dalam membentuk atribusi positif terhadap kepatuhan, sehingga mempengaruhi perilaku wajib pajak secara langsung.

Kesadaran pajak menumbuhkan pengaruh besar terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Ketika pelaku UMKM menyadari bahwasannya pajak sebagai salah satu kontributor utama pendapatan negara yang memiliki peran krusial pada pembangunan negara, wajib pajak merasa memiliki tanggung jawab moral untuk mematuhi kewajiban perpajakan. Selain

itu, kesadaran bahwa menunda pelaporan pajak dapat merugikan negara dan menghambat kualitas layanan publik mendorong mereka untuk melaporkan pajak secara tepat waktu. Komitmen untuk memastikan bahwa informasi pajak yang dilaporkan akurat dan sesuai dengan peraturan juga menunjukkan bahwa pemahaman yang baik tentang pajak mampu meminimalkan risiko pelanggaran. Dengan meningkatnya kesadaran ini, pelaku UMKM cenderung menjadi lebih disiplin dan bertanggung jawab dalam menjalankan kewajiban perpajakan mereka.

Studi ini selaras dengan yang dilakukan oleh (Perdana & Dwirandra, 2020; Kusufiyah & Anggraini, 2024; Andanawarih & Khudoifah, 2024; Widya Indah Nurmallasari, 2023; Yulia et al., 2020) menunjukkan bahwa kesadaran pajak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa Kebijakan PP No. 55 Tahun 2022, Sosialisasi Perpajakan, dan Kesadaran Perpajakan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat saran bagi peneliti selanjutnya untuk meminimalisir adanya item pernyataan yang tidak valid yaitu dengan memilih instrument yang tepat dan menggunakan item pernyataan yang mudah dipahami. Selain itu juga dapat melakukan uji coba kuesioner kepada kelompok kecil terlebih dahulu untuk mendeteksi masalah dalam item pernyataan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, I. N., & Febriani, E. (2023). Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Pengetahuan Wajib Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan*.
- Andanawarih, P. P., & Khudoifah. (2024). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, Sosialisasi Perpajakan, dan Tingkat Pendapatan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Kendal. *Journal Economic Insight*.
- Apriani, N. W. C. A., & Damayanthi, I. G. A. E. (2024). Pengaruh Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 dan Penggunaan E-System Pada Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Kabupaten Gianyar.
- Atichasari, A. S., Ristiyana, R., & Handayani, S. (2024). Pengaruh Implementasi PP No. 55 Tahun 2022, Pemahaman Perpajakan Dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Owner*, 8(3), 2051–2063. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i3.2235>
- Gaol, L., & Lasando, V. (2023). The Effect Of PP 55 Of 2022 Implementation And Taxation Socialisation On Tax Compliance Level Of MSMEs. *Jurnal Ekombis Review*, 11(2), 1143–1152. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2>
- Handoyo. (2023, October 23). *Rasio Kepatuhan Wajib Pajak Non Karyawan Belum Sentuh 50%. Nasional*.Kontan.Co.Id.

- Hernowo, P. (2023, August 8). *Struktur Ekonomi dan Rendahnya Tax Ratio Kita*. DetikNews.
- Hura, A., & Kakisina, S. M. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 174–181. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.31>
- Jaen, E. (2023, March 28). *Pelaporan SPT Pajak Tahunan di Surabaya Meningkat*. RRI.Co.Id.
- Januar. (2023, March 11). *Peningkatan Sektor UMKM Surabaya Jadi Perhatian Rakerda IKA Lemhanas Jawa Timur*. TribunJatim.Com.
- Kusufiyah, Y. V., & Anggraini, D. (2024). Dampak Kebijakan PP Nomor 55 Tahun 2022, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kepercayaan Kepada Pemerintah Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(1), 98–112. <https://doi.org/10.47233/jebs.v4i1.1531>
- Lestari, S. M., & Daito, A. (2020). The Influence of Taxation Knowledge, Tax Socialization and Tax Administration on Taxpayer Compliance (Empirical Study In Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) Tobat Village, Balaraja Sub-District, Tangerang Regency, Banten Province). 1(5). <https://doi.org/10.31933/DIJMS>
- Maulana, M. F. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Dalam Melaksanakan Kewajiban Perpajakan (Studi Kasus Pada Wajib Pajak UMKM di Kota Batu Jawa Timur)*.
- Nota Keuangan Republik Indonesia. (2024). <https://media.kemenkeu.go.id/getmedia/46a5372a-ddbc-4b8e-be87-6ea95d2f72a5/BUKU-II-Nota-Kuangan-RAPBN-TA-2024.pdf?ext=.pdf>
- Perdana, E. S., & Dwirandra, A. A. N. B. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1458. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i06.p09>
- Prihastuti, A. H., Sukri, S. Al, Jusmarni, & Kusumastuti, R. (2023). Pengaruh Kebijakan PP Nomor 55 Tahun 2022 dan Kepercayaan Kepada Pemerintah Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Pajak & Bisnis*, 4.
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Square Structural Equation Model PLS-SEM*.
- Ristanti, F., Khasanah, U., & Kuntadi, C. (2022). *Literature Review Pengaruh Penerapan Pajak UMKM, Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. 1(2). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2>
- Rizki, M., & Farina, K. (2022). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Perpajakan dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm di Pasar Tohaga Cibinong (Vol. 03, Issue 02)*.
- Romadhon, F., & Diamastuti, E. (2020). Kepatuhan Pajak: Sebuah Analisis Teoritis Berdasarkan Perspektif Teori Atribusi. *Jurnal Ilmiah ESAI*, 14(1), 17–35. <https://doi.org/10.25181/esai.v14i1.2382>
- Sech Syarini, I., & Tambun, S. (2024). Moderasi Sosialisasi Perpajakan Atas Pengaruh Literasi Akuntansi dan Pemahaman PP Nomor 55 Tahun 2022 Terhadap Kepatuhan

Wajib Pajak UMKM di E-Order  
BPPBJ DKI Jakarta. *EKOMA :  
Jurnal Ekonomi*, 3(3).

Widya Indah Nurmalasari. (2023). The  
Influence of Tax Socialization, Tax  
Sanctions, Understanding of Tax  
Regulations And Tax Awareness  
Regarding Taxpayer Compliance In  
Surabaya. *Jurnal Bisnis Terapan*,  
7(2),159–168.

[https://doi.org/10.24123/jbt.v7i2.59  
39](https://doi.org/10.24123/jbt.v7i2.5939).

Yulia, Y., Wijaya, R. A., Sari, D. P., &  
Adawi, M. (2020). *Pengaruh  
Pengetahuan Perpajakan,  
Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat  
Pendidikan dan Sosialisasi  
Perpajakan Terhadap Kepatuhan  
Wajib Pajak Pada UMKM dikota  
Padang*.