

Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak

Aceng Kurniawan

Dosen STIE STEMBI – Bandung Business School

Meilani Purwanti

Dosen STIE STEMBI – Bandung Business School

Elis Lidiawati

Peneliti Junior STIE STEMBI – Bandung Business School

Abstrak

Data Dirjen Pajak menunjukkan, tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi per 10 September 2015, baru 56,36%. Angka itu jauh lebih rendah dibandingkan tingkat kepatuhan 2014 yang mencapai 59,88%. Kewajiban formal wajib pajak Indonesia tergolong rendah. Pemahaman masyarakat tentang pajak yang masih rendah adalah salah satu yang menjadi penyebabnya. Untuk itulah, diperlukan upaya sosialisasi terus-menerus agar pemahaman masyarakat semakin baik. Gencarnya sosialisasi yang dilakukan telah dirasakan memberi dampak yang signifikan terhadap peningkatan kepedulian Wajib Pajak untuk melaporkan pajaknya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris bahwa pemahaman wajib pajak dan sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pemahaman wajib pajak (X_1), sosialisasi perpajakan (X_2) dan kepatuhan wajib pajak (Y).

Penelitian yang dilakukan adalah deskriptif dengan pendekatan metode survey sehingga data yang diperoleh adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden wajib pajak badan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Sumedang. Penentuan sampel data menggunakan metode Simple Random Sampling. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 98 wajib pajak badan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Sumedang. Sedangkan alat analisis yang digunakan yaitu Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa (1) pemahaman wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (2) sosialisasi wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

Kata Kunci : *Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Kepatuhan Wajib Pajak.*

PENDAHULUAN

Pengeluaran utama Negara adalah untuk pengeluaran rutin seperti gaji pegawai pemerintah serta untuk berbagai macam subsidi diantaranya pada sektor pendidikan, kesehatan, pertahanan dan keamanan, perumahan rakyat, ketenagakerjaan, agama, lingkungan hidup dan pengeluaran pembangunan lainnya. Oleh sebab itu, untuk

membiayai seluruh kepentingan umum tersebut, salah satu yang dibutuhkan dan terpenting adalah peran aktif dari masyarakat untuk memberikan iuran kepada Negara dalam bentuk pajak sehingga segala keperluan pembangunan dapat dibiayai. Pajak sangat penting bagi pembangunan Indonesia karena pajak memberikan kontribusi terbesar bagi pemasukan Negara. Pajak saat ini menjadi

andalan penerimaan bagi Negara **(Winerungan, 2013)**.

Usaha memaksimalkan penerimaan pajak tidak dapat hanya mengandalkan peran dari Dirjen Pajak maupun petugas pajak, tetapi dibutuhkan juga peran aktif dari para wajib pajak itu sendiri. Mengingat begitu pentingnya peranan pajak, maka pemerintah dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak telah melakukan beberapa upaya untuk memaksimalkan penerimaan pajak. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui reformasi perundang-undangan di bidang perpajakan dengan diberlakukannya *self assessment system*. *Self assessment system* mengharuskan Wajib Pajak untuk mendaftar, menghitung, membayar, serta melaporkan sendiri jumlah pajak terutang yang menjadi kewajiban mereka. Kepatuhan memenuhi kewajiban pajak secara sukarela merupakan tulang punggung dari *self assessment system*. Salah satu kendala yang dapat menghambat keefektifan pengumpulan pajak adalah kepatuhan Wajib Pajak (*Tax Compliance*). Kepatuhan Wajib Pajak yaitu bagaimana sikap dari seorang Wajib Pajak yang mau dan melaksanakan kewajiban perpajakan yang ada **(Tiraada, 2013)**.

Data Dirjen Pajak menunjukkan, tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi per 10 September 2015, baru 56,36%. Angka tersebut diperoleh dari jumlah pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) wajib pajak orang pribadi dibandingkan dengan jumlah orang pribadi yang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Angka itu jauh lebih rendah ketimbang tingkat kepatuhan 2014 yang mencapai 59,88%. Kewajiban formal wajib pajak Indonesia tergolong rendah. Dari tahun ke tahun, Direktorat Jenderal (Ditjen) Pajak Kementerian Keuangan belum juga berhasil membenahi kepatuhan wajib pajak melaporkan pajaknya.

Direktur Jenderal Pajak Kementerian Keuangan (Kemenkeu) **Sigit Priadi Pramudito** mengatakan *tax ratio* RI lebih rendah dari Malaysia dan Singapura. Sigit menyebutkan, *tax ratio* RI baru 11%, sedangkan Malaysia sebesar 16% dan Singapura 18%. *Tax ratio* sendiri merupakan jumlah pemilik NPWP terhadap populasi yang

masuk usia produktif. Artinya, kepatuhan kita membayar pajak rendah. Sigit menuturkan, kepatuhan WNI yang masih rendah dalam membayar pajak bisa menjadi peluang untuk melakukan pembinaan pajak yang lebih baik.

Hendar Iskandar (2015) bahwa ketidaktaatan bisa dipandang sebagai kesalahan kolektif akibat kurangnya pemahaman akan pentingnya pajak serta kurangnya pemahaman atas perpajakan baik karena unsur kekhilafan atau kesengajaan.

Untuk meningkatkan kesadaran membayar pajak ini, pemerintah melakukan beberapa kegiatan sosialisasi perpajakan dengan tujuan memberikan pemahaman bagi masyarakat mengenai perpajakan di Indonesia. Selain itu pemerintah juga harus dapat menunjukkan bahwa pajak yang dibayar oleh masyarakat, yakni melalui transparansi administrasi perpajakan. Apabila wajib pajak semakin sadar dan dengan tepat waktu membayar pajak terutang, maka tentunya hal tersebut dapat meningkatkan penerimaan pajak Negara **(Herryanto dan Toly, 2013)**.

Berdasarkan uraian di atas, penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh Pemahaman Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sumedang.
2. Seberapa besar pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sumedang.
3. Seberapa besar pengaruh antara Pemahaman Wajib Pajak dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sumedang.

KAJIAN PUSTAKA

Pemahaman Wajib Pajak

Fahluzy dan Agustina (2014) menjelaskan bahwa pengetahuan dan pemahaman wajib pajak adalah semua hal tentang perpajakan yang dimengerti dengan baik dan benar oleh wajib pajak. Wajib pajak hendaknya memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan perpajakan, khususnya tentang arti penting pajak bagi

pembiayaan pembangunan negara. Perilaku wajib pajak tersebut didasarkan dari pandangan mereka tentang pajak. Selanjutnya, wajib pajak juga harus memiliki pemahaman yang memadai tentang peraturan perpajakan yang berhubungan dengan pemenuhan hak dan kewajiban perpajakannya. Adanya pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan perpajakan diharapkan dapat mendorong kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

Menurut pengamatan **Norman D.Nowak** dalam **Zain (2005:31)**, peningkatan penerimaan pajak akibat verifikasi aparat perpajakan, aktivitas para ahli hukum, para akuntan serta tehnik lainnya dan keputusan pengadilan pajak, biasanya hanya merupakan tiga sampai lima persen dari seluruh penerimaan pajak, sedangkan sisanya sebesar sembilan puluh lima persen adalah hasil dari pengembangan iklim perpajakan. Misi utama dari instansi pajak adalah menciptakan dan mengembangkan iklim perpajakan dengan salah satu cirinya yaitu wajib pajak paham atau berusaha untuk memahami ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Hal ini berarti bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan harus tertulis dengan jelas dan juga adanya sistem komunikasi yang memungkinkan setiap wajib pajak mendapatkan informasi yang cukup, terutama dalam era yang sering berubah-ubahnya ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan atau sering dikeluarkannya surat edaran yang bersifat interpretasi ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan atau petunjuk pelaksanaannya. Cara pendekatan ini harus merupakan bagian dari struktur resmi dalam bentuk undang-undang, keputusan-keputusan, dan adanya tindakan-tindakan tertentu oleh administrator pajak untuk menafsirkan dan menyebarkan informasi. Tanpa diperhatikannya hal-hal tersebut diatas, para wajib pajak tidak akan mempunyai pengetahuan yang cukup mengenai perpajakan, baik wajib pajak maupun aparat perpajakan hendaknya sama-sama berlandaskan kepada persesuaian yang mendasar mengenai ketentuan peraturan

perundang-undangan perpajakan (**Zain, 2005:3**).

Pengertian informasi perpajakan adalah keterangan, pernyataan, gagasan, atau simbol-simbol yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta, maupun penjelasan mengenai perpajakan yang bisa dilihat, dibaca, serta didengar yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan media serta teknologi informasi dan komunikasi, baik secara elektronik ataupun non-elektronik mengenai pajak (**Pandiangan, 2014:57**).

Dengan diperolehnya informasi perpajakan yang cukup oleh wajib pajak, maka akan menambah pengetahuan dan pemahaman wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya. Informasi itu dapat digunakan untuk (**Pandiangan, 2014:58**):

- a. Memperoleh standar, aturan-aturan, ukuran-ukuran yang ada dalam perpajakan.
- b. Mencapai keputusan yang baik di bidang perpajakan.
- c. Menambah pengetahuan dan pemahaman di bidang perpajakan.
- d. Mengurangi bahkan menghilangkan keragu-raguan apalagi ketidakpastian WP dalam melaksanakan kewajiban dan perolehan hak-haknya di bidang perpajakan.
- e. Menghindari kesalahan, hambatan, dan kesulitan dalam perpajakan.
- f. Mengurangi risiko kegagalan dalam perpajakan.

Sosialisasi Perpajakan

Menurut **Basalamah (2004:196)** dalam **Widiastuti, dkk (2014)** berpendapat bahwa yang dimaksud dengan sosialisasi adalah suatu proses dimana orang-orang mempelajari sistem nilai, norma dan pola perilaku yang diharapkan oleh kelompok suatu bentuk transformasi dari orang tersebut sebagai orang luar menjadi organisasi yang efektif.

Sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai

perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat. Susanto (2012) menyatakan bahwa upaya dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak dilakukan dengan sosialisasi perpajakan dengan beragam bentuk atau cara sosialisasi. Namun, kegiatan sosialisasi harus dilakukan secara efektif dan dilakukan dengan media-media yang lain yang lebih diketahui masyarakat (**Rohmawati, dkk., 2013**).

Dalam rangka mencapai tujuannya, maka kegiatan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan dibagi ke dalam tiga fokus, yaitu kegiatan sosialisasi bagi calon Wajib Pajak, kegiatan sosialisasi bagi Wajib Pajak baru, dan kegiatan sosialisasi bagi Wajib Pajak terdaftar. Kegiatan sosialisasi bagi calon Wajib Pajak bertujuan untuk membangun *awareness* tentang pentingnya pajak serta menjangkau Wajib Pajak baru. Kegiatan sosialisasi bagi Wajib Pajak baru bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kepatuhan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya, khususnya bagi mereka yang belum menyampaikan SPT dan belum melakukan penyetoran pajak untuk yang pertama kali. Sedangkan kegiatan sosialisasi bagi Wajib Pajak terdaftar bertujuan untuk menjaga komitmen Wajib Pajak untuk terus patuh (**Herryanto dan Toly, 2013**).

Kegiatan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan dapat dilakukan dengan dua cara sebagai berikut (**Herryanto dan Toly, 2013**):

1. Sosialisasi Langsung

Sosialisasi langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan dengan berinteraksi langsung dengan Wajib Pajak atau calon Wajib Pajak. Bentuk sosialisasi langsung yang pernah diadakan antara lain *Early Tax Education, Tax Goes To School/ Tax Goes To Campus*, perlombaan perpajakan (Cerdas Cermat, Debat, Pidato Perpajakan, Artikel), sarasehan/ *tax gathering*, kelas pajak/ klinik pajak, seminar/ diskusi/ ceramah, dan *workshop*/ bimbingan teknis.

2. Sosialisasi tidak langsung

Sosialisasi tidak langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan kepada

masyarakat dengan tidak atau sedikit melakukan interaksi dengan peserta. Contoh kegiatan sosialisasi tidak langsung antara lain sosialisasi melalui radio/ televisi, penyebaran buku/ *booklet/ leaflet* perpajakan. Bentuk-bentuk sosialisasi tidak langsung dapat dibedakan berdasarkan medianya. Dengan media elektronik dapat berupa *talkshow* TV, *built-in program*, dan *talkshow* radio. Sedangkan dengan media cetak (koran/ majalah/ tabloid/ buku) dapat berupa suplemen, advertorial (*booklet/ leaflet* perpajakan), rubrik tanya jawab, penulisan artikel pajak, dan penerbitan majalah/ buku/ alat peraga penyuluhan (termasuk komik pajak).

Penyuluhan dan sosialisasi pajak dalam **Widodo, dkk (2010:168)** merupakan salah satu strategi paling penting didalam memasyarakatkan pengetahuan dan peran penting pajak, oleh karena itu DJP berusaha untuk menyeragamkan sosialisasi perpajakan masyarakat yang meliputi (Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak No. SE-22/PJ/2007 tentang penyeragaman sosialisasi perpajakan bagi masyarakat):

1. Media informasi

Sumber informasi tentang pajak banyak bersumber dari media massa, namun media luar ruang juga menjadi sumber informasi pajak yang diperhatikan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, maka sebaiknya media informasi lebih banyak digunakan dalam sosialisasi perpajakan secara urut adalah media televisi, Koran, spanduk, *Flyers* (poster dan brosur), *billboard*, radio.

2. Slogan

Slogan yang digunakan hendaknya tidak boleh menakut-nakuti atau bersifat intimidasi, tetapi lebih bersifat ajakan. Slogan lebih ditekankan pada "manfaat pajak" yang diperoleh.

3. Cara Penyampaian

Penyampaian informasi perpajakan sebaiknya dilakukan dengan cara kontak langsung kepada masyarakat misalnya melalui seminar, diskusi dan sejenisnya. Dalam penyampaian informasi tersebut

sebaiknya menggunakan bahasa yang sederhana mungkin dan bukan bersifat teknis, sehingga informasi tersebut dapat diterima dengan baik.

4. **Kualitas Sumber Informasi**
Informasi tentang pajak dirasa masih kurang oleh masyarakat. Sumber informasi yang dinilai informatif dan dibutuhkan secara urut adalah *call center*, penyuluhan, internet, petugas pajak, televisi, iklan bis.
5. **Materi Sosialisasi**
Materi sosialisasi yang disampaikan lebih ditekankan pada manfaat pajak, manfaat NPWP dan layanan perpajakan di masing-masing unit.
6. **Kegiatan Penyuluhan**
Dalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan, yang penting diperhatikan adalah, metode yang digunakan adalah metode diskusi, media yang dipergunakan adalah proyektor, materi yang disampaikan adalah pengisian SPT dan pengetahuan perpajakan, penyuluhan/pembicara harus sudah menguasai materi. Melalui penyuluhan dan sosialisasi yang dilakukan oleh petugas pajak, diharapkan dapat memudahkan masyarakat khususnya Wajib Pajak dan menambah pengetahuan perpajakan mereka.

Kepatuhan Wajib Pajak

Safri Nurmantu dalam **Devano dan Rahayu (2006:110)** mengatakan bahwa kepatuhan perpajakan dapat di identifikasikan sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya.

Wajib pajak patuh adalah wajib pajak yang sadar pajak, paham hak dan kewajiban perpajakannya, dan diharapkan peduli pajak, yaitu melaksanakan kewajiban perpajakan dengan benar dan paham akan hak perpajakannya. Sebenarnya pemberian predikat wajib pajak patuh, yang sekaligus sebagai suatu pemberian penghargaan bagi wajib pajak, sudah pasti akan memberi motivasi dan *deterrent effect* yang positif bagi wajib pajak yang lain untuk menjadi wajib pajak patuh (**Devano dan Rahayu, 2006:114**).

Maka, pada prinsipnya kepatuhan perpajakan adalah tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu Negara. Predikat wajib pajak patuh dalam arti disiplin dan taat, tidak sama dengan wajib pajak yang berpredikat pembayar pajak dalam jumlah besar, tidak ada hubungan antara kepatuhan dengan jumlah nominal setoran pajak yang dibayarkan pada kas Negara. Karena, pembayar pajak terbesar sekalipun belum tentu memenuhi kriteria sebagai wajib pajak patuh, meskipun memberikan kontribusi besar pada Negara, jika masih memiliki tunggakan maupun keterlambatan penyetoran pajak maka tidak dapat diberikan predikat wajib pajak patuh (**Devano dan Rahayu, 2006:112**).

Ada dua macam kepatuhan menurut **Nurmantu** dalam **Ihsan (2013)** yaitu:

1. **Kepatuhan Formal**
Kepatuhan formal adalah suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi kewajiban secara formal sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang perpajakan. Misalnya ketentuan batas waktu penyampaian SPT PPh Tahunan tanggal 31 Maret. Apabila Wajib Pajak telah melaporkan SPT PPh Tahunan sebelum atau pada tanggal 31 Maret maka Wajib Pajak telah memenuhi kepatuhan formal, akan tetapi isinya belum tentu memenuhi kepatuhan material.
2. **Kepatuhan Material**
Kepatuhan material adalah suatu keadaan dimana wajib pajak secara substantif atau hakikatnya memenuhi semua ketentuan material perpajakan, yakni sesuai dan jiwa Undang-Undang perpajakan. Kepatuhan pajak material memuat norma-norma yang menerangkan antara lain keadaan, perbuatan, peristiwa hukum yang dikenai pajak (objek pajak), siapa yang dikenakan pajak (sumber), berapa besar pajak yang dikenakan (tarif), segala sesuatu tentang timbul dan hapusnya utang pajak, dan hubungan hukum

antara pemerintah dan Wajib Pajak. Kepatuhan material dapat juga meliputi kepatuhan formal. Wajib pajak yang memenuhi kepatuhan material adalah wajib pajak yang mengisi dengan jujur, lengkap dan benar surat pemberitahuan sesuai ketentuan dan menyampaikannya ke KPP sebelum batas waktu berakhir.

Fidel (2010:53) mendefinisikan wajib pajak patuh adalah wajib pajak yang ditetapkan oleh Direktur Jenderal Pajak sebagai wajib pajak yang memenuhi kriteria tertentu:

- 1) Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan, meliputi:
 - a. Penyampaian Surat Pemberitahuan Tahunan tepat waktu dalam 3 (tiga) tahun terakhir;
 - b. Penyampaian Surat Pemberitahuan Masa yang terlambat dalam tahun terakhir untuk masa Pajak Januari sampai November tidak lebih dari 3 (tiga) Masa Pajak untuk setiap jenis pajak dan tidak berturut – turut; dan
 - c. Surat Pemberitahuan Masa yang terlambat sebagaimana dimaksud pada butir b) telah disampaikan tidak lewat dari batas waktu penyampaian Surat Pemberitahuan Masa pajak berikutnya.
- 2) Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak, meliputi keadaan pada 31 Desember tahun sebelum penetapan sebagai Wajib Pajak Patuh dan tidak termasuk utang pajak yang belum melewati batas akhir pelunasan.
- 3) Tidak pernah terkena sanksi perpajakan, wajib pajak atau pengusaha kena pajak yang tidak atau terlambat menyampaikan SPT akan dikenakan sanksi perpajakan berupa sanksi administrasi dan sanksi pidana. Sanksi pidana sehubungan dengan pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan perpajakan khususnya dalam Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Pemahaman Wajib Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak

Pengaruh pemahaman wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan dengan teori atribusi dan teori pembelajaran sosial. Dalam teori atribusi, pemahaman wajib pajak tentang peraturan perpajakan merupakan penyebab internal karena berada di bawah kendali wajib pajak sendiri. Tingkat pemahaman wajib pajak yang berbeda-beda akan mempengaruhi penilaian masing-masing wajib pajak untuk berperilaku patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Tingkat pemahaman wajib pajak tinggi akan membuat wajib pajak memilih berperilaku patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Dalam teori pembelajaran sosial, wajib pajak dapat belajar dengan mengamati wajib pajak lain dan mengalami langsung bagaimana peran pemahaman yang dimiliki wajib pajak tentang peraturan perpajakan dalam membantu wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan sehingga menjadi lebih mudah. Pengamatan dan pengalaman langsung tersebut menjadi dasar bagi wajib pajak untuk menilai pemahaman tentang peraturan perpajakan dan memilih berperilaku patuh atau tidak (**Masruroh dan Zulaikha, 2013**).

Penelitian yang dilakukan oleh **Widiastuti, dkk. (2014)** memperoleh kesimpulan bahwa pemahaman wajib pajak yang diketahui sangat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut berarti jika KPP terus berusaha untuk memberikan pemahaman mengenai perpajakan yang membuat wajib pajak paham dan mengerti, maka kepatuhan wajib pajak pada KPP tersebut dapat meningkat.

Sosialisasi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak

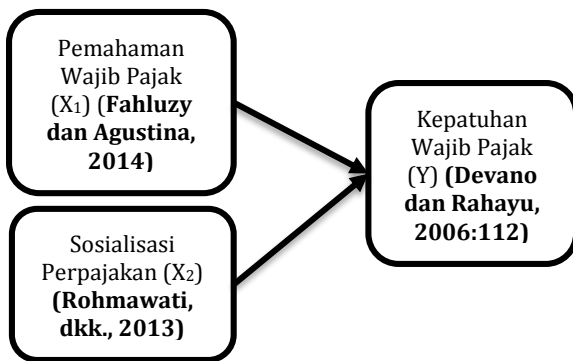
Sosialisasi yang diberikan kepada masyarakat dimaksudkan untuk memberikan pengertian kepada masyarakat akan pentingnya membayar pajak. Dengan sosialisasi ini masyarakat menjadi mengerti dan paham tentang manfaat membayar pajak serta sanksi jika tidak membayar pajak. Sehingga dengan demikian sosialisasi perpajakan ini dapat berpengaruh untuk

menambah jumlah wajib pajak dan dapat menimbulkan kepatuhan dari wajib pajak sehingga secara otomatis tingkat kepatuhan wajib pajak akan semakin bertambah juga penerimaan pajak negara akan meningkat. Kurangnya sosialisasi mungkin berdampak pada rendahnya pengetahuan masyarakat tentang pajak yang menyebabkan rendahnya kesadaran masyarakat untuk melaporkan dan membayar pajak yang pada akhirnya mungkin menyebabkan rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak (**Winerungan, 2013**).

Penelitian yang dilakukan oleh **Widiastuti, dkk. (2014)** memberikan kesimpulan bahwa peran sosialisasi sangat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini menjadi penting karena wajib pajak telah menganggap bahwa sosialisasi yang telah diberikan oleh Kantor Pelayanan Pajak telah memberikan banyak pengertian tentang semua hal yang berkaitan tentang perpajakan.

KERANGKA BERPIKIR

Berdasarkan penelusuran teori dan hasil penelitian, maka model penelitian dapat dibuat dalam paradig seperti dibawah ini:



Gambar 1
Kerangka Paradigma Penelitian

HIPOTESIS

Adapun hipotesis atau kesimpulan sementara yang dapat disajikan sebagai berikut:

- H1: Pemahaman Wajib Pajak Berpengaruh Signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
- H2: Sosialisasi Perpajakan Berpengaruh Signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

H3: Pemahaman Wajib Pajak dan Sosialisasi Perpajakan Berpengaruh Signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini yaitu pemahaman wajib pajak (X₁) dan sosialisasi perpajakan (X₂), sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini yaitu kepatuhan wajib pajak (Y).

Penelitian yang dilakukan oleh penulis termasuk kedalam penelitian kuantitatif, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau pada sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (**Sugiyono, 2014:14**).

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah metode survey. Dalam **Sugiyono (2014:11)** Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur, dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (**Sugiyono, 2014:117**). Dalam penelitian ini yang akan dijadikan populasi adalah Wajib Pajak Badan yang terdaftar pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Sumedang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana,

tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2014:118). Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2014:118). *Simple Random Sampling*, dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2014:120). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wajib pajak badan yang terdaftar pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Sumedang pada tahun 2014 sebanyak 4.488 Wajib Pajak. Dalam penentuan sampel menggunakan rumus *slovin* sehingga responden yang diambil adalah sebanyak 98 Wajib Pajak Badan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Telaah kepustakaan

Telaah kepustakaan ini dilakukan untuk mendapatkan data secara sekunder, yaitu dengan cara mencari dan mempelajari berbagai teori yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti. Selain itu juga penulis banyak mengumpulkan dan mengolah data dari jurnal dan artikel serta melalui situs internet.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014:199).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Sugiyono, (2014:134) menyatakan bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian skala *likert*, pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan peneliti adalah Selalu/Setuju,

Kadang-Kadang/Ragu-Ragu, Tidak Pernah/Tidak Setuju. Dalam penelitian ini, penulis memberikan skor dari setiap jawaban responden berturut-turut diberi nilai 3,2,1 jika item pertanyaan berindikasi positif, dan sebaliknya setiap jawaban responden berturut-turut jika item pertanyaan berindikasi negatif.

Pengujian analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, karena tidak menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel secara jelas, sehingga dalam hal ini menarik kesimpulan adanya keterhubungan antar variabel tersebut secara nalar. Secara umum, analisis regresi berganda merupakan studi mengenai ketergantungan variabel terikat (dependen) dengan satu atau beberapa variabel bebas (independen), dengan tujuan untuk mengestimasi/ memprediksi rata-rata nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui pengaruh Pemahaman Wajib Pajak (X₁), Sosialisasi Perpajakan (X₂) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) baik secara simultan maupun parsial. Dengan bantuan *software IBM SPSS Statistics 22*, maka hasil dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Koefisien Regresi Dependen (Y)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.896	1.168		2.478	.015		
X1	.217	.066	.308	3.297	.001	.896	1.116
X2	.170	.051	.314	3.356	.001	.896	1.116

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olah Hasil SPSS

Dari tabel 1 diatas pengujian menunjukkan persamaan regresi dengan persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \epsilon$$

Yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,896 + 0,217X_1 + 0,170X_2 + \epsilon$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dilihat bahwa koefisien regresi (β_1) untuk variabel pemahaman wajib pajak (X_1) berpengaruh positif signifikan dan koefisien regresi (β_2) untuk variabel sosialisasi perpajakan (X_2) juga berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Variabel pemahaman wajib pajak (X_1) memiliki nilai koefisien regresi (β_1) sebesar 0,217. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel pemahaman wajib pajak (X_1) satu satuan nilai akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak 0,217 satuan nilai, dengan asumsi variabel lainnya nol/konstan. Artinya, semakin banyak wajib pajak yang paham mengenai perpajakan maka akan meningkatkan kesadaran wajib pajak mengenai pentingnya pajak sehingga bisa meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Variabel sosialisasi perpajakan (X_2) memiliki nilai koefisien regresi (β_2) sebesar 0,170. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel sosialisasi perpajakan (X_2) satu satuan nilai akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak 0,170 satuan nilai, dengan asumsi variabel lainnya nol/konstan. Artinya, dengan dilaksanakannya kegiatan sosialisasi dengan baik maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Sumedang.

Pemahaman Wajib Pajak dan Sosialisasi Perpajakan terhadap KepatuhanWajib Pajak Secara Simultan

Setelah asumsi-asumsi klasik linear berganda diperiksa dan dipenuhi maka berikutnya akan diuji pengaruh pemahaman wajib pajak (X_1) dan sosialisasi perpajakan (X_2) secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). bentuk hipotesisnya adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_1=\beta_2=0$ Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara pemahaman wajib pajak (X_1) dan sosialisasi perpajakan (X_2) secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y)

$H_1: \beta_1\neq\beta_2\neq 0$ Artinya terdapat pengaruh signifikan antara pemahaman

wajib pajak (X_1) dan sosialisasi perpajakan (X_2) secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y)

Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh kedua variabel X tersebut secara simultan terhadap variabel Y adalah dengan melakukan pengujian dengan koefisien determinasi (R^2). Dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) persamaan regresi yaitu sebesar 0,256 (nilai R-Square pada tabel Model Summary) berikut:

Tabel 2
Model Summary

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.506 ^b	.256	.240	1.55141	2.116

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olah Hasil SPSS

Ini berarti secara bersama-sama variabel pemahaman wajib pajak (X_1) dan sosialisasi perpajakan (X_2) memberikan pengaruh sebesar 0,256 atau 25,6% terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Angka 25,6% disini artinya setiap perubahan kepatuhan wajib pajak sebesar 25,6% dipengaruhi oleh pemahaman wajib pajak dan sosialisasi perpajakan. Adapun sebesar 0,744 atau 74,4% sisanya disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar variabel pemahaman wajib pajak dan sosialisasi perpajakan yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan dalam penelitian **Masruroh dan Zulaikha (2013)**.

Untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh pemahaman wajib pajak (X_1) dan sosialisasi perpajakan (X_2) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) secara keseluruhan, maka dilakukan uji F dengan uji satu pihak dalam taraf nyata 1% (0,01). Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Tabel ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	78.616	2	39.308	16.332	.000 ^b
	Residual	228.653	95	2.407		
	Total	307.269	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Olah Hasil SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan yang terlibat dalam tabel ANOVA diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 16,332. Sedangkan F_{tabel} pada taraf nyata (α) 1% dengan derajat bebas $V_1 = k$; $V_2 = n-k-1 = 98 - 2 - 1 = 95$ ialah 4,84. Berikut merupakan perbandingan F hitung dengan F tabel:

Tabel 4

Kesimpulan Pengujian Secara Keseluruhan Model Persamaan

Nilai F_{hitung}	Nilai F_{tabel}	Kesimpulan
16,332	4,84	Signifikan

Sumber: Data Penghitungan

Dari tabel 4 diatas terlihat bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} sehingga hasil pengujian yang diperoleh adalah signifikan, atau dengan kata lain pengaruh yang terjadi dapat digeneralisir terhadap seluruh populasi yakni wajib pajak badan pada KPP Pratama Sumedang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau dengan kata terdapat pengaruh signifikan variabel pemahaman wajib pajak (X_1) dan sosialisasi perpajakan (X_2) secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

Pemahaman Wajib Pajak dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Secara Parsial

Berikutnya akan diuji pengaruh dari masing-masing variabel pemahaman wajib pajak (X_1) dan sosialisasi perpajakan (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) secara parsial. Bentuk hipotesisnya adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan pemahaman wajib pajak (X_1) secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak (Y)

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh signifikan pemahaman wajib pajak (X_1) secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak (Y)

$H_0 : \beta_2 = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan sosialisasi perpajakan (X_2) secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak (Y)

$H_1 : \beta_2 \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh signifikan sosialisasi perpajakan (X_2) secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak (Y)

Statistik uji yang digunakan untuk menguji hipotesis diatas adalah uji-t. untuk mengetahui pengaruh langsung secara individual, maka harus dilakukan uji-t terlebih dahulu. Terlebih dahulu harus dicari nilai t_{hitung} dari masing-masing X_1 dan X_2 setelah itu nilai t_{hitung} tersebut dibandingkan dengan nilai t di tabel. Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} maka hipotesis signifikan, artinya bahwa pengaruh yang terjadi dapat digeneralisir terhadap seluruh populasi yaitu wajib pajak badan pada KPP Pratama Sumedang. Sebaliknya apabila nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} , maka hipotesis tidak signifikan, artinya bahwa pengaruh yang terjadi tidak dapat digeneralisir terhadap seluruh populasi yaitu wajib pajak badan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Sumedang. Berdasarkan hasil pengolahan data sebagaimana terlihat pada tabel *Coefficients* (tabel 5) diperoleh nilai t_{hitung} :

Tabel 5
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.896	1.168		2.478	.015		
X1	.217	.066	.308	3.297	.001	.896	1.116
X2	.170	.051	.314	3.356	.001	.896	1.116

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olah Hasil SPSS

Dari tabel *Coefficients* (tabel 5) diatas, maka dapat diambil kesimpulan seperti yang tertera dalam tabel t_{hitung} dari masing-masing variabel bebas yang tertera dibawah ini.

Sedangkan nilai t_{tabel} ialah nilai distribusi t -*student* pada taraf nyata (α) 1% dengan derajat bebas $df = n-k = 98-2 = 96$. Adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

Tabel 6

Kesimpulan Pengujian Secara Individual Model Persamaan

Variabel	Nilai t_{hitung}	Nilai t_{tabel}	Kesimpulan
X ₁	3,297	2,628	Signifikan
X ₂	3,356	2,628	Signifikan

Sumber: Hasil Penghitungan

Dari tabel 6 diatas terlihat bahwa X₁ memiliki pengaruh yang positif signifikan, dengan demikian untuk variabel pemahaman wajib pajak (X₁) H₀ ditolak dan H₁ diterima. Artinya apabila terjadi perubahan sedikit saja pada variabel pemahaman wajib pajak (X₁) maka akan terjadi perubahan yang berarti pada variabel kepatuhan wajib pajak (Y). Untuk variabel X₂ memiliki pengaruh yang positif signifikan, dengan demikian untuk variabel sosialisasi perpajakan (X₂) H₀ ditolak dan H₁ diterima. Artinya apabila terjadi perubahan sedikit saja pada variabel sosialisasi perpajakan (X₂) maka akan terjadi perubahan yang berarti pada variabel kepatuhan wajib pajak (Y). Selain itu pengaruhnya dapat digeneralisir terhadap seluruh populasi wajib pajak badan pada Kantor Pelayanan (KPP) Pratama Sumedang.

SIMPULAN

Penelitian mengenai pengaruh Pemahaman Wajib Pajak dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Pemahaman wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pada wajib pajak badan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Sumedang.
2. Sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pada wajib pajak badan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Sumedang.
3. Pemahaman wajib pajak dan sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan

terhadap kepatuhan wajib pajak pada wajib pajak badan di Kantor Pelayanan pajak (KPP) Pratama Sumedang.

SARAN

Mengacu pada kesimpulan hasil penelitian ini, disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Sumedang perlu melaksanakan kegiatan penyuluhan lebih gencar lagi, utamanya dalam hal perubahan penghitungan pajak atau tarif pajak.
2. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan referensi buku dan jurnal, dan disarankan untuk menggunakan variabel lain diluar variabel pemahaman wajib pajak dan sosialisasi perpajakan, seperti kualitas pelayanan, sanksi perpajakan atau modernisasi administrasi perpajakan seperti *e-Filing*, *e-Billing*, *e-Faktur*, dll.

DAFTAR PUSTAKA

Devano, Sony dan Siti Kurnia Rahayu. 2006. *PERPAJAKAN : Konsep Teori dan Isu*. Jakarta : Kencana.

Dirjen Pajak. 2015. "Kepatuhan Laporan Pajak 2015 Turun". Artikel. Melalui <http://www.ortax.org/ortax/?mod=berita&page=show&id=14353&q=&hlm=4> (06/10/2015).

Fahluzy, Septian Fahmi dan Linda Agustina. 2014. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak UMKM Di Kabupaten Kendal*. Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Vo. 3 No. 3.

Fidel. 2010. *Cara Mudah & Praktis Memahami Masalah-Masalah Perpajakan*. Jakarta : PT. RajaGrafindoPersada.

Herryanto, Marisa dan Agus Arianto Tolly. 2013. *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, dan Pemeriksaan Perpajakan terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan Di KPP Pratama Surabaya Sawahan*. Jurnal. Universitas Kristen Petra. Vol. 1 No. 1.

Ihsan, Muchsin. 2013. *Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Penyuluhan Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, dan Pemeriksaan Pajak*

- Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Di Kota Padang*. Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Iskandar, Hendar. 2015. "Ampunan Yang Berjenjang". Artikel. Melalui [http://pajak.go.id/content/article/ampunan-yang-berjenjang\(06/10/2015\)](http://pajak.go.id/content/article/ampunan-yang-berjenjang(06/10/2015)).
- Masruroh, Siti dan Zulaikha. 2013. *Pengaruh Kemanfaatan NPWP, Pemahaman Wajib pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Vol. 2 No. 4 : Hal. 1-15.
- Pandiangan, Liberti. 2014. *Administrasi Perpajakan*. Jakarta : Erlangga.
- Rohmawati, Alifa Nur dan Ni Ketut Rasmini. 2012. *Pengaruh Kesadaran, Penyuluhan, Pelayanan, dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud) Bali.
- Rohmawati, dkk. 2013. *Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Tingkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada KPP Pratama Gresik Utara)*. Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.
- Simanjuntak, Timbul Hamonangan dan Imam Mukhlis. 2012. *Dimensi Ekonomi Perpajakan Dalam Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Untuk pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Suhendri, Diyat. 2015. *Pengaruh Pengetahuan, Tarif Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan WPOP yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas Di Kota Padang*. Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Tiraada, Tryana A.M. 2013. *Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus terhadap Kepatuhan WPOP Di Kabupaten Minahasa Selatan*. Jurnal. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol. 1 No. 3 : Hal. 999-1008.
- Widiastuti, dkk. 2014. *Pengaruh Sosialisasi, Motivasi, dan Pemahaman Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib pajak (Studi Pada PKP Di KPP Paratama Malang Utara)*. Jurnal. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Widodo, Widi dkk. 2010. *Moralitas, Budaya dan Kepatuhan Pajak*. Bandung : ALFABETA. Hal. 52.
- Winerungan, Oktaviane Lidya. 2013. *Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan WPOP Di KPP Manado dan KPP Bitung*. Jurnal. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol. 1 No. 3 : Hal. 960-970.
- Zain, Mohammad. 2005. *Manajemen Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat.