

PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SOSIALISASI PAJAK, DAN TAX MORALE TERHADAP NIAT UNTUK PATUH CALON WAJIB PAJAK

Katarina Aprila Sumule¹, Teguh Erawati²

¹Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, aprilaasumule@gmail.com

²Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, eradimensiarch@gmail.com

DOI

<https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p273-280>

Article history

Received

22 May 2023

Revised

16 July 2023

Accepted

2 August 2023

How to cite

Sumule, K.A., & Erawati, T. (2023). Pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi pajak, dan *tax morale* terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 273-280

<https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p273-280>

Kata Kunci: Pengetahuan perpajakan, sosialisasi pajak, moral pajak, kepatuhan pajak

Keywords: Tax knowledge, tax socialization, tax morale, tax compliance

Corresponding author

Katarina Aprila Sumule

aprilaasumule@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi pajak, dan *tax morale* terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. Penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner. Sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi angkatan 2019 sampai 2021 di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Teknik sampel yang digunakan yaitu *Convenience Sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak, sosialisasi pajak tidak memiliki pengaruh terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak, dan *tax morale* memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak.

Abstract

This study aims to determine the effect of tax knowledge, tax socialization, and tax morale on the intention to comply with prospective taxpayers. This study uses primary data through a questionnaire. The sample in this research is active students of the Accounting Study Program batch 2019 to 2021 at the Tamansiswa University of Yogyakarta. The sample technique used is Convenience Sampling. The number of samples in this study were 100 respondents. The results showed that knowledge of taxation had a positive effect on the intention to comply with prospective taxpayers, tax socialization had no effect on the intention to comply with prospective taxpayers, and tax morale had a positive effect on the intention to comply with prospective taxpayers.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu aspek penting bagi negara Indonesia dengan sumber penerimaan dan pendapatan negara yang besar. Penerimaan dan pendapatan pajak memberikan kontribusi terbesar dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya. Faktor penting pada tingkat kepatuhan wajib pajak di Indonesia yaitu persepsi masyarakat terhadap pajak. Dilansir dari Portal berita perpajakan DDTCNews (2019), masih banyak masyarakat Indonesia yang memiliki persepsi negatif terhadap pajak. Realitanya tingkat kepatuhan wajib pajak di Indonesia belum maksimal karena sebagian masyarakat belum memahami dan menyadari pentingnya pajak.

Direktorat Jenderal Pajak mencatat rasio kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan pada tahun 2018 menurun 71,1 % dari tahun sebelumnya mencapai 72,58%. Kemudian pada tahun 2019 rasio kepatuhannya kembali naik menjadi 73,06%. Dua tahun setelahnya rasio kepatuhan pajak mengalami peningkatan menjadi 84,07%. Mengacu pada fenomena tersebut, membuktikan bahwa rasio kepatuhan wajib pajak dalam penyampaian SPT masih tergolong rendah. Kepatuhan wajib pajak terus menjadi sebuah kendala yang harus dibenahi karena kepatuhan pajak merupakan komponen utama yang berpengaruh terhadap pendapatan pajak suatu negara.

Mengingat objek pada penelitian ini merupakan calon wajib pajak, maka penelitian ini tidak memungkinkan untuk menguji kepatuhan, sebab objek yang digunakan belum berkenan secara nyata dalam dunia perpajakan. Oleh sebab itu, yang akan diuji dalam penelitian ini adalah niat untuk patuh calon wajib pajak. Niat patuh pajak adalah keinginan seseorang untuk berperilaku patuh terhadap pajak.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi mahasiswa sebagai calon wajib pajak dalam menumbuhkan niat patuh pajak. Pengetahuan perpajakan merupakan salah satu faktor internal yang mempengaruhi niat untuk patuh pajak (Suardana & Gayatri, 2020). Pengetahuan perpajakan adalah kemampuan seorang wajib pajak dalam mengetahui peraturan perpajakan baik itu tentang tarif pajak berdasarkan undang-undang yang akan dibayarkan, maupun manfaat pajak yang akan berguna bagi kehidupan mereka (Yulsiati, 2019). Pengetahuan perpajakan memiliki tujuan yaitu agar wajib pajak dapat memahami pajak lebih dalam lagi dengan alasan apabila wajib pajak paham dalam menghitung dan melaporkan pajaknya maka dapat menumbuhkan niat wajib pajak dalam mematuhi kewajiban pajaknya (Utami, 2018).

Faktor berikutnya yaitu sosialisasi pajak. Sosialisasi pajak merupakan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi niat untuk patuh pajak. Sosialisasi pajak

adalah upaya pemerintah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai peraturan dan ketentuan perpajakan yang berlaku kepada masyarakat. Sosialisasi pajak yang intensif dapat meningkatkan pemahaman wajib pajak tentang segala hal yang berkaitan dengan perpajakan, termasuk fungsi pajak, peraturan, mekanisme, serta sanksi akan diperoleh wajib pajak jika tidak memenuhi kewajiban pajaknya (Setyorini, 2016). Sosialisasi pajak kepada wajib pajak maupun calon wajib pajak akan mampu menumbuhkan kesadaran pajak dalam diri mereka sehingga dapat pula menumbuhkan niat untuk patuh terhadap pajak.

Niat untuk patuh pajak tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pengetahuan perpajakan dan sosialisasi pajak saja, tetapi dapat juga dipengaruhi oleh motivasi intrinsik dalam mematuhi kewajiban pajaknya (Hamim, 2019). Motivasi intrinsik tersebut yaitu *tax morale* atau biasa disebut moral pajak. *Tax morale* dipandang sebagai motivasi intrinsik untuk membayar pajak. Torgler & Schaltegger (2005), menjelaskan bahwa *tax morale* membantu menjelaskan tingkat kepatuhan perpajakan. Wajib pajak yang memiliki *tax morale* yang baik akan mampu meningkatkan tingkat kepatuhannya, serta cenderung berperilaku jujur dan taat terhadap aturan yang berlaku dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Wardani & Rahmadini, (2022). Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu variabel sanksi pajak diganti dengan variabel sosialisasi pajak dan ditambah dengan variabel *tax morale*. Pada penelitian ini mahasiswa dijadikan objek penelitian karena mahasiswa merupakan calon wajib pajak yang potensial.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memberi kontribusi dalam mengembangkan pengetahuan serta perbaikan dan kebaruan pada penelitian sekarang dengan menambahkan sosialisasi pajak dan *tax morale* sebagai variabel baru dan menjadikan mahasiswa sebagai objek penelitian. Alasan digunakannya calon wajib pajak sebagai objek pada penelitian ini karena belum banyak yang melakukan penelitian terhadap calon wajib pajak dan lebih dominan kepada wajib pajak. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

Pengetahuan perpajakan berperan penting dalam menentukan niat seseorang untuk patuh terhadap pajak sehingga dapat meningkatkan kepatuhan perpajakan. Pengetahuan perpajakan dapat digunakan oleh wajib pajak sebagai informasi dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya seperti menghitung, membayar, dan melaporkan jumlah pajak yang disetorkan (Khasanah, 2014). Apabila wajib pajak telah mengetahui seluruh ketentuan perpajakan yang berlaku maka dapat menciptakan niat seorang wajib pajak untuk mematuhi

kewajiban pajaknya. Teori atribusi relevan untuk menjelaskan pengetahuan perpajakan.

Pada teori atribusi, telah dijelaskan bahwa pengetahuan perpajakan merupakan faktor internal yang dapat mempengaruhi niat seseorang dalam membuat keputusan dengan berperilaku patuh terhadap kewajiban perpajakan. Wajib pajak yang memiliki wawasan pengetahuan tentang perpajakan berarti wajib pajak tersebut memiliki niat untuk membayar pajak karena adanya persepsi mereka bahwa dengan tindakan patuh terhadap pajak tidak akan ada kerugian dalam pemungutan pajak (Lestari, 2020). Berdasarkan penelitian dari Damayanti (2012), pengetahuan pajak memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap niat untuk patuh.

H1: Pengetahuan Perpajakan Berpengaruh Positif Terhadap Niat untuk Patuh Calon Wajib Pajak.

Sosialisasi pajak menjadi suatu perihal penting dalam kaitannya dengan menumbuhkan niat patuh pajak serta memberikan informasi seputar pajak (Wardani et al., 2021). Melalui sosialisasi pajak, informasi yang diperoleh wajib pajak maupun calon wajib pajak secara perlahan dapat mengubah pola pikir mereka terhadap pajak sehingga mendorong mereka agar bisa patuh terhadap pajak. Jika sosialisasi perpajakan disampaikan dengan jelas, benar, dan nyaman oleh petugas pajak maka wajib pajak akan memiliki pengetahuan tentang arti pentingnya membayar pajak yang secara otomatis akan menumbuhkan niat untuk mematuhi kewajiban pajaknya.

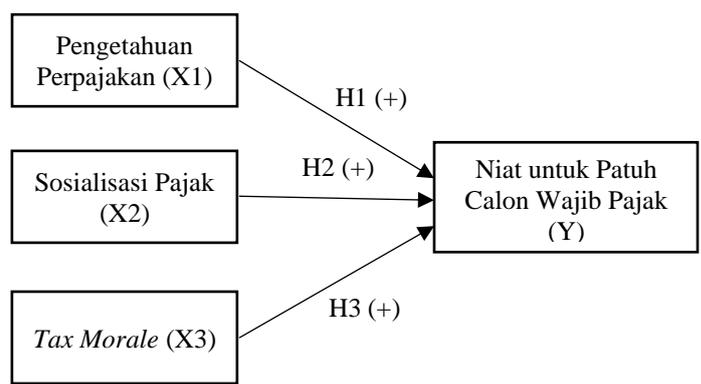
Berdasarkan teori atribusi, sosialisasi perpajakan merupakan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi niat wajib pajak untuk patuh. Adanya interaksi yang dilakukan oleh aparat perpajakan mengenai sosialisasi pajak ini dapat memberikan informasi seputar perpajakan kepada wajib pajak. Melalui informasi tersebut, wajib pajak akan paham tentang perpajakan sehingga dapat menumbuhkan niat wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Berdasarkan penelitian dari Wardani et al. (2021), sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap niat patuh pajak.

H2: Sosialisasi Pajak Berpengaruh Positif terhadap Niat untuk Patuh Calon Wajib Pajak.

Tax morale atau moral pajak adalah motivasi yang timbul secara instrinsik untuk membayar pajak. Menurut Layata (2014), jika wajib pajak yang memiliki moral pajak yang sesuai dengan nilai dan rasa yang berlaku di masyarakat, maka wajib pajak tersebut akan melakukan tindakan sesuai dengan peraturan yang ada seperti membayar pajak. Hal ini berarti apabila dalam diri wajib pajak mempunyai moral yang baik maka kemungkinan besar akan lebih mudah untuk bersikap patuh terhadap pajak.

Hubungan *Theory of Planned Behavior* dengan *tax morale* dapat dilihat sebagai suatu hal yang menimbulkan niat untuk menghasilkan perilaku yakni membayar pajak. Jika seorang individu memiliki *tax morale* yang baik, maka ia akan memiliki niat untuk membayar pajak dan yakin bahwa apa yang dilakukannya tersebut adalah untuk kesejahteraan bersama. Sehingga apabila seorang wajib pajak yakin bahwa pembayaran pajak yang dilakukannya adalah untuk kesejahteraan bersama, tentu individu tersebut akan menjadi wajib pajak yang patuh dan kepatuhan perpajakan akan meningkat. Berdasarkan hasil penelitian dari Lesmana et al. (2018), *tax morale* atau moral pajak mempengaruhi niat untuk patuh secara positif.

H3: Tax Morale Berpengaruh Positif terhadap Niat untuk Patuh Calon Wajib Pajak.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilaksanakan pada Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Convenience Sampling*. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi angkatan 2019 sampai 2021 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta yang sudah menempuh mata kuliah perpajakan. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa untuk menanggapi atau menjawab pernyataan/pertanyaan tertulis yang telah disusun. Instrument dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner atau angket termasuk *pilot test*. Kuesioner diukur menggunakan skala *likert*. Pada penelitian ini skala *likert* yang digunakan adalah *likert scale* 5 point yang terdiri dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Tabel 2. Definisi Operasional dan Indikator Penelitian

Definisi Operasional	Indikator
Pengetahuan Perpajakan (X1)	1. Pengertian pajak

Definisi Operasional	Indikator
Pengetahuan perpajakan merupakan suatu informasi mengenai perpajakan yang digunakan wajib pajak sebagai dasar tindakan serta pengambilan keputusan mengenai pelaksanaan hak kewajibannya di bidang perpajakan (Wijayanti & Ekowati, 2022)	2. Hak dan kewajiban wajib pajak 3. Fungsi pajak
Sosialisasi Pajak (X2) Sosialisasi pajak merupakan suatu upaya yang dilakukan agar wajib pajak maupun masyarakat yang belum menjadi wajib pajak dapat mengetahui dan lebih mendalami pengetahuan tentang perpajakan (Wardani & Wati, 2018)	1. Penyelenggaraan sosialisasi 2. Media sosialisasi 3. Manfaat sosialisasi
Tax Morale (X3) <i>Tax morale</i> adalah norma individu yang dimiliki oleh seseorang dalam melaksanakan perpajakannya (Rahayu, 2015)	1. Pelanggaran etika dan perasaan bersalah 2. Prinsip hidup dan kesesuaian peraturan
Niat Patuh Pajak (Y) Niat patuh pajak merupakan niat yang dimiliki oleh seorang wajib pajak untuk mematuhi aturan perpajakan (Suryani & Yushita, 2017)	1. Kecenderungan 2. Keputusan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Statistik Deskriptif

Statistika deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2018).

Tabel 1. Hasil Analisis Statistika Deskriptif

	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan Perpajakan	100	24	35	31.65	2.952
Sosialisasi Pajak	100	35	48	44.33	2.771
<i>Tax Morale</i>	100	26	35	32.08	2.581
Niat Untuk Patuh Calon Wajib Pajak	100	13	20	18.42	1.565
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Primer 2023, diolah

Berdasarkan tabel 1. diatas, diketahui bahwa variabel pengetahuan perpajakan memiliki nilai minimum 24, nilai maximum 35 dan nilai rata-rata (mean) 31.65 dengan standar deviasi 2.952. Variabel sosialisasi pajak memiliki nilai minimum 35, nilai maximum 48 dan nilai rata-rata (mean) 44.33 dengan standar deviasi 2.771. Variabel *tax morale* memiliki nilai minimum 26 dan nilai maximum 35, nilai rata-rata 32.08 dengan standar deviasi 2.581. Variabel niat untuk patuh calon wajib pajak memiliki nilai minimum 13, nilai maximum 20, dan nilai rata-rata (mean) 18.42 dengan standar deviasi 1.565.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, menunjukkan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dinyatakan dengan nilai *pearson correlation* lebih besar dari r tabel dan nilai signifikansinya kurang dari 0.05.

b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0.60. Berdasarkan output pengujian reliabilitas diperoleh nilai *cronbach's alpha* variabel pengetahuan perpajakan sebesar 0.875, variabel sosialisasi pajak sebesar 0.671, variabel *tax morale* sebesar 0.830, dan variabel niat untuk patuh calon wajib pajak sebesar 0.738.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	0.0000000
Std. Deviation	1.08961196
Most Extreme Diffences	
Absolute	0.120
Positive	0.108
Negative	-0.120
Kolmogorov-Smirnov Z	1.204
Asymp. Sig. (2 tailed)	0.110

a. Test distribution is Normal

b. Calculate from data

Sumber: Data Primer 2023, diolah

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 2. diatas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2 tailed)* sebesar 0.110. Artinya nilai signifikansi 0.110 > 0.05, maka data tersebut dinyatakan normal.

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	Pengetahuan Perpajakan	0.490	2.039
	Sosialisasi Pajak	0.476	2.103
	Tax Morale	0.592	1.689

a. *Dependent Variabel:* Niat Untuk Patuh Calon Wajib Pajak

Sumber: Data Primer 2023, diolah

Berdasarkan tabel 4. menunjukkan bahwa hasil pengujian tidak terdapat masalah multikolinearitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10.00. Variabel pengetahuan perpajakan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.490 dan nilai VIF sebesar 2.039. Variabel sosialisasi pajak memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.476 dan nilai VIF sebesar 2.103. Variabel *tax morale* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.592 dan nilai VIF sebesar 1.689.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	3.391	1.262	2.686	0.009
	Pengetahuan Perpajakan	-0.048	0.037	-0.182	0.200
	Sosialisasi Pajak	-0.026	0.040	-0.092	0.521
	Tax Morale	0.001	0.039	0.003	0.981

a. *Dependet Variabel:* AbsUt

Sumber: Data Primer 2023, diolah

Berdasarkan tabel 5. diatas, maka dalam penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Hal ini dinyatakan dengan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen lebih besar dari 0.05. Nilai signifikansi pengetahuan perpajakan sebesar 0.200, nilai signifikansi sosialisasi pajak sebesar 0.521, dan nilai signifikansi *tax morale* sebesar 0.981.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.718 ^a	0.515	0.500	1.107

a. *Predictors:* (Constant), Tax Morale, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Pajak

Sumber: Data Primer 2023, diolah

Berdasarkan tabel 6. diatas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel independen (pengetahuan perpajakan, sosialisasi pajak, dan *tax morale*) dapat menjelaskan variabel niat untuk patuh calon wajib pajak sebesar 0.500 atau 50%, sedangkan sisanya sebesar 50% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

b. Uji Fit Model (Uji F)

Tabel 7. Hasil Uji Fit Model

Model		Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124.822	3	41.607	33.983	0.000 ^b
	Residual	117.538	96	1.224		
	Total	242.360	99			

a. *Dependent Variabel:* Niat Untuk Patuh Calon Wajib Pajak

b. *Predictors:* (Constant), Tax Morale, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Pajak

Sumber: Data Primer 2023, diolah

Berdasarkan tabel 7. diatas, menjelaskan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. Hal ini dinyatakan dengan hasil pengujian yaitu nilai p-value $0.000 < 0.05$ dan f hitung 33.983 lebih besar dari f tabel 2.699.

c. Uji Statistik t

Tabel 8. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	2.233	1.834	1.217	0.226
	Pengetahuan Perpajakan	0.139	0.054	0.263	0.011
	Sosialisasi Pajak	0.084	0.058	0.148	0.154
	Tax Morale	0.252	0.056	0.415	0.000

a. *Dependent Variabel:* Niat Untuk Patuh Calon Wajib Pajak

Sumber: Data Primer 2023, diolah

Berdasarkan tabel 8. hasil uji t di atas, dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel pengetahuan perpajakan (X1) diperoleh t hitung sebesar 2.590, nilai signifikansi 0.011, dan nilai t tabel yaitu 1.984. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung $2.590 > t$ tabel 1.984 dan nilai signifikansi $0.011 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa H1 didukung. Artinya pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak.
- Variabel sosialisasi pajak (X2) diperoleh t hitung sebesar 1.436, nilai signifikansi 0.154, dan nilai t tabel yaitu 1.984. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung $1.436 < t$ tabel 1.984 dan nilai signifikansi $0.154 > 0.05$, maka

dapat disimpulkan bahwa H2 tidak dapat didukung. Artinya sosialisasi pajak tidak memiliki pengaruh terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak.

3. Variabel *tax morale* (X3) diperoleh t hitung sebesar 4.495, nilai signifikansi 0.000, dan t tabel yaitu 1.984. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung $4.495 > t$ tabel 1.984 dan nilai signifikansi $0.00 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa H3 didukung. Artinya *tax morale* memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Niat Untuk Patuh Calon Wajib Pajak

Hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. Hasil uji hipotesis menyimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t hitung 2.590 lebih besar dari t tabel 1.984 dan nilai signifikansinya 0.011 lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil uji hipotesis ini, maka H1 didukung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. Pada penelitian ini mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah perpajakan sebagian besar sudah cukup memiliki pengetahuan tentang ketentuan umum perpajakan. Artinya, dengan pengetahuan serta pemahaman yang memadai tentang perpajakan maka mahasiswa sebagai calon wajib pajak bersedia menaati sistem perpajakan sehingga mereka akan lebih patuh dalam membayar pajak mereka di masa mendatang. Sejalan dengan teori atribusi yang menjelaskan bahwa pengetahuan perpajakan merupakan faktor internal yang dapat mempengaruhi niat seseorang dalam membuat keputusan dengan berperilaku patuh terhadap kewajiban perpajakan. Pada penelitian ini mahasiswa merupakan calon wajib pajak. Mahasiswa yang memiliki wawasan pengetahuan tentang perpajakan berarti mahasiswa tersebut memiliki niat untuk mematuhi kewajiban pajaknya apabila sudah menjadi seorang wajib pajak di masa mendatang. Dengan demikian semakin banyak pengetahuan mahasiswa tentang perpajakan maka semakin banyak pula potensi ketaatan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2012), yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara variabel pengetahuan perpajakan dengan niat untuk patuh pajak. Seseorang yang memiliki pengetahuan pajak yang baik tentunya dapat menumbuhkan untuk mematuhi kewajiban

pajak sehingga dapat melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya dengan baik dan benar.

Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Niat Untuk Patuh Calon Wajib Pajak

Hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian ini adalah sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. Hasil uji hipotesis menyimpulkan bahwa sosialisasi pajak tidak memiliki pengaruh terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t hitung 1.436 lebih kecil dari t tabel 1.984 dan nilai signifikansinya 0.154 lebih besar dari 0.05. Berdasarkan hasil uji hipotesis ini, maka H2 tidak dapat didukung.

Hasil penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. Pada penelitian ini sosialisasi pajak tidak berpengaruh terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. Hal ini bisa mengindikasikan bahwa sosialisasi pajak yang dilakukan pemerintah yang bertujuan memberikan informasi perpajakan untuk menghasilkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap mahasiswa sebagai calon wajib pajak tidak mendorong calon wajib pajak untuk paham, sadar, peduli, berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban pajaknya di kemudian hari, sehingga sosialisasi pajak yang telah dilakukan tidak menciptakan niat mahasiswa sebagai calon wajib pajak untuk mematuhi kewajiban pajaknya. Teori atribusi menjelaskan sosialisasi pajak merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi niat wajib pajak untuk patuh. Adanya interaksi yang dilakukan oleh aparat perpajakan mengenai sosialisasi pajak ini dapat memberikan informasi seputar perpajakan kepada wajib pajak maupun calon wajib pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2020), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pengaruh negatif yang ditunjukkan oleh sosialisasi perpajakan mengindikasikan bahwa apabila variabel sosialisasi perpajakan mengalami kenaikan maka angka kepatuhan wajib pajak akan mengalami penurunan, begitu pun sebaliknya.

Pengaruh *Tax Morale* Terhadap Niat Untuk Patuh Calon Wajib Pajak

Hipotesis 3 yang diajukan dalam penelitian ini adalah *tax morale* berpengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. Hasil uji hipotesis menyimpulkan bahwa *tax morale* memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t hitung 4.495 lebih besar dari t tabel 1.984 dan nilai signifikansinya 0.00 lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil uji hipotesis ini, maka H3 didukung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tax morale* memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak. Hal ini disebabkan oleh mahasiswa sebagai calon wajib pajak mempunyai kewajiban moral untuk memiliki sikap patuh terhadap pajaknya nanti, serta adanya motivasi dasar dalam diri calon wajib pajak untuk membayar pajak. Berdasarkan hal tersebut, maka mahasiswa yang memiliki *tax morale* yang tinggi tentunya akan berpotensi kuat sebagai calon wajib pajak yang patuh di masa mendatang sehingga tingkat kepatuhan wajib pajak akan semakin tinggi. Melalui *tax morale*, mahasiswa sebagai calon wajib pajak dapat mengetahui mana perilaku baik dan perilaku buruk yang dapat dihasilkan dalam pemenuhan kewajiban pajaknya. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa *tax morale* dapat dilihat sebagai suatu hal yang menimbulkan niat untuk menghasilkan perilaku yakni membayar pajak. Jika seorang individu memiliki *tax morale* yang baik, maka ia akan memiliki niat untuk membayar pajak dan yakin bahwa apa yang dilakukannya tersebut adalah untuk kesejahteraan bersama. Jadi, apabila seorang wajib pajak maupun calon wajib pajak memiliki *tax morale* yang baik maka ia akan memiliki niat untuk membayar pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lesmana et al., (2018), yang menyatakan bahwa *tax morale* atau kewajiban moral pajak berpengaruh positif terhadap niat untuk patuh pajak. Seseorang yang memiliki moral pajak yang positif terhadap ketentuan perpajakan maka niat untuk patuh pajak akan tinggi.

SIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa: (1) pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak, (2) sosialisasi pajak tidak berpengaruh terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak, dan (3) *tax morale* berpengaruh positif terhadap niat untuk patuh calon wajib pajak.

SARAN

Bagi pihak Direktorat Jenderal Pajak gerakan yang dapat dilakukan yaitu memberikan penyuluhan tentang pajak khususnya kepada mahasiswa agar perlu adanya pemberian kesadaran tentang pajak sehingga dapat menumbuhkan niat patuh dalam membayar pajak apabila sudah menjadi wajib pajak di masa mendatang. Kemudian bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain atau menambahkan variabel independen lebih beragam lagi misalnya pengaruh pelatihan profesional serta menggunakan ajaran tamansiswa seperti pemahaman *Tri Nga*.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, F. (2020). Pengaruh Sanksi Pajak dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Usaha (Studi Kasus KPP Pratama Pare). *JFAS: Journal of Finance and Accounting Studies*, 1(1), 33–45. <https://doi.org/10.33752/jfas.v1i1.169>
- Damayanti, S. (2012). APA KATA MEREKA? PENGETAHUAN, SIKAP, NIAT PATUH CALON PELAKU PAJAK Theresia Woro Damayanti *Supramono*. 1–12.
- DDTCNews, R. (2019). *Persepsi Terhadap Pajak Jadi Penentu Kepatuhan*. <https://news.ddtc.co.id/persepsi-terhadap-pajakjadi-penentu-kepatuhan--15986>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamim, M. (2019). *PENGARUH TAX AWARENESS DAN TAX MORALE TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DI KOTA MALANG SKRIPSI Diajukan untuk Memenuhi Gelar Sarjana Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*.
- Khasanah, S. N. (2014). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Daerah Istimewa Yogyakarta. *Skripsi*.
- Layata, S. (2014). Pengaruh Kewajiban Moral, Kualitas Pelayanan, Pemeriksaan Pajak Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Badan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Lesmana, D., Panjaitan, D., & Maimunah, M. (2018). Tax Compliance Ditinjau dari Theory of Planned Behavior (TPB): Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi dan Badan yang Terdaftar Pada KPP di Kota Palembang. *InFestasi*, 13(2), 354. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v13i2.3514>
- Lestari, D. I. Z. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Membayar Pajak Dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Pemoderasi*.
- Rahayu, P. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kewajiban Moral Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel Dalam Membayar Pajak Hotel. *Jom FEKON*.
- Setyorini, C. T. (2016). The Influence of Tax Knowledge, Managerial Benefit and Tax Socialization Toward Taxpayer's Willingness to Pay SME's Tax. *Acta Universitatis Danubius: Oeconomica*, 12(5), 96–107.
- Suardana, K. P., & Gayatri, G. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan dan Perhitungan Tarif Pajak pada Kepatuhan Pajak Mahasiswa Pelaku UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(9), 2311. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i09.p11>
- Suryani, L., & Yushita, A. N. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di

- Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Niat Mematuhi Pajak sebagai Variabel Pemoderasi. *Journal.Profita*, 986(5), 1–20.
- Torgler, B., & Schaltegger, C. A. (2005). Tax Morale and Fiscal Policy. *Center for Research in Economics, Management and the Arts Tax, 2005–30*, 1–34. <https://www.researchgate.net/publication/5010351>
<https://www.researchgate.net/publication/254401010>
<http://w.crema-research.ch/papers/2005-30.pdf>
- Utami, S. (2018). Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.
- Wardani, D. K., Primastiwi, A., & Ramadhan, S. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Niat untuk Mematuhi Kewajiban Perpajakan Calon Wajib Pajak dengan Kesadaran Pajak sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 8(1).
<https://doi.org/10.35137/jabk.v8i1.486>
- Wardani, D. K., & Rahmadini, F. N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Niat Untuk Patuh Calon Wajib Pajak. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 108–113.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1).
<https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358>
- Wijayanti, A., & Ekowati, L. (2022). Pengaruh Pendidikan Pajak dan Pengetahuan Pajak terhadap Persepsi Mahasiswa tentang Kepatuhan Perpajakan (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Akuntansi *Akuntansi Dan Manajemen PNJ*. <http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5701>
- Yulsiati, H. (2019). Analisis Pengaruh Sikap, Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan Dan Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kecamatan Kemuning Kota Palembang. *Jurnal Akuntanika*.