

Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi : Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi

Dwi Ayu Siti Hartinah H¹, Andi Kusumawati^{2*}, Syarifuddin Rasyid

Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia
dayusth3@gmail.com andikusumawati@fe.unhas.ac.id syarifuddinrasyid@fe.unhas.ac.id

*Corresponding Author

Diajukan : 1 Nopember 2022

Disetujui : 5 Nopember 2022

Dipublikasi : 1 January 2023

ABSTRACT

Revenue in the tax sector in 2021 exceeds the target set at the beginning, but is inversely proportional to the receipt of the Annual Tax Return. This study aims to determine the role of tax socialization in moderating the relationship between taxpayer awareness, taxpayer morale, service quality, and system modernization on individual taxpayer compliance. This type of research is quantitative by using a sample of 100 individual taxpayers and using incidental sampling techniques. Data analysis used multiple linear regression analysis and Moderated Regression Analysis. The results of this study indicate that taxpayer awareness and modernization of the system have a positive effect on individual taxpayer compliance, but are not influenced by taxpayer morale and service quality. Socialization as a moderating variable can strengthen the effect of taxpayer awareness and modernization of the system on taxpayer compliance, but weakens the moral influence of taxpayers on individual taxpayer compliance at the North Makassar Tax Service Office, while for service quality it proves that socialization does not moderate the effect of service quality. on the compliance of individual taxpayers at the North Makassar Primary Tax Service Office

Keywords: *Taxpayer Compliance, Awareness, Morale, Service Quality, System Modernization, and Socialization.*

PENDAHULUAN

Pajak adalah kontribusi masyarakat terhadap negara yang sifatnya memaksa sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah untuk kepentingan rakyat, namun kontraprestasinya tidak dapat secara langsung dirasakan. Pajak memiliki peran yang sangat penting sebagai salah satu sarana dalam membiayai segala macam pengeluaran negara disebabkan pajak merupakan penyumbang 71% dari total pendapatan negara di APBN (Kemenkeu, 2021). Penerimaan perpajakan pada tahun 2016-2019 rata-rata tumbuh sebesar 6,4% setiap tahunnya sesuai dengan adanya peningkatan kinerja perekonomian maupun harga komoditas utama, namun penerimaan tersebut selalu di bawah target dari yang ditetapkan di awal (Kemenkeu, 2021). Hal yang sama jika melihat penerimaan di tahun 2020, adanya pandemi virus Covid-19 yang melanda dunia akan memberikan dampak yang cukup besar terhadap aktivitas sosial dan perekonomian salah satunya dilihat dari sektor perpajakan (Fajrian, 2020). Sejalan dengan pendapat Siregar (2020) yang mengatakan bahwa salah satu dampak dari pandemi yaitu penerimaan negara dalam hal ini pendapatan yang berasal dari pajak akan mengalami penurunan. Kemenkeu (2021) mengemukakan bahwa kinerja ekonomi global pada tahun 2020 mengalami kelemahan dan penurunan yang merupakan dampak dari penyebaran covid-19 di seluruh dunia terbukti bahwa penerimaan pajak di Indonesia pada Tahun 2020 hanya sebesar Rp1.069,98 triliun dari target Rp1.198,82 triliun atau mengalami kontraksi sebesar 19,71% dari tahun 2019.

Indonesia masih mengalami pandemi Covid-19 di tahun 2021, namun Indonesia berhasil meraih prestasi dalam sektor perpajakan yaitu tercapainya target setelah 1 dekade penerimaan

pajak tidak pernah memenuhi target yang di awal. Direktur Jenderal (Dirjen) Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Kementerian Keuangan (Kemenkeu) Suryo Utomo mengungkapkan, bahwa Indonesia menorehkan sejarah yang membanggakan dengan tercapainya target dalam penerimaan dimana selama 12 tahun lamanya penerimaan pajak tidak pernah mencapai target. Realisasi penerimaan pajak sampai akhir tahun 2021 sebesar Rp1.227,53 triliun dari target sebesar Rp1.229,58 triliun (Yuniar, 2022). Sri Mulyani menyatakan bahwa penerimaan pajak di tahun 2021 sebesar 103,950% dari target APBN dan tumbuh sebesar Rp 19,16% daripada tahun sebelumnya, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu meningkatkan kepatuhan wajib pajak yang merupakan satu di antara prasyarat optimalnya penerimaan negara dalam sektor pajak (Kemenkeu, 2022).

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara merupakan salah satu Kantor Pelayanan Pajak yang berhasil meraih prestasi penerimaan terbesar yang melebihi target pada tahun 2021 (Isman, 2022). Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan jika realisasi penerimaan pajak pada dari Tahun 2017-2020 tidak sesuai dengan target yang ditetapkan di awal oleh KPP Pratama Makassar Utara. Penerimaan pajak di tahun 2017 hanya mencapai 87% dari target yang ditentukan, namun di tahun 2018 penerimaan naik sebesar 12%. Sementara di tahun 2019 realisasi penerimaan kembali mengalami penurunan sebesar 2% dari tahun 2018. Tahun 2020 realisasi penerimaan sebesar 96% dari target. Penurunan penerimaan ini, salah satu disebabkan karena adanya pandemi Covid-19 yang menyebar di Indonesia. Memasuki tahun kedua di masa pandemi Covid-19, tepatnya di tahun 2021 penerimaan pajak telah melebihi target sebesar 104% dan rasio kenaikan sebesar 9% dari tahun 2020. Tercapainya penerimaan di tahun 2021 disebabkan karena wajib pajak memanfaatkan secara maksimal adanya UU HPP (Harmonisasi Peraturan Perpajakan) serta PPS (Program Pengungkapan Sukarela). Hal ini dipertegas oleh kepala Bidang P2Humas Kanwil DJP Sulselbartra Bapak Eko Pandoyo Wisnu yang mengatakan bahwa untuk menangani penerimaan pajak Kanwil DJP Sulselbartra akan melakukan langkah-langkah yang strategis, satu diantaranya yaitu melakukan sosialisasi PPS (Program Pengungkapan Sukarela) secara aktif serta masif agar masyarakat mengetahui secara lebih luas, setelah itu kami akan mengawasi aktivitas penyampaian SPT Tahunannya agar sesuai dengan target yang diharapkan (Kadir, 2022).

Tabel 1 Penerimaan Pajak di KPP Pratama Makassar Utara

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Penerimaan %
2017	1.133.051.469.322	987.260.879.106	87
2018	1.222.519.202.000	1.214.128.487.531	99
2019	1.141.478.552.000	1.104.045.454.430	97
2020	1.073.286.608.000	1.028.402.026.327	96
2021	1.071.671.218.000	1,119.169.524.365	104

Sumber: KPP Pratama Makassar Utara (2022)

Tabel 2 Tingkat Kepatuhan WPOP
KPP Pratama Makassar Utara

Tahun	WPOP Terdaftar	SPT Tahunan Terlapor	Tingkat Kepatuhan
2017	161.325	46.969	29%
2018	171.907	45.638	27%
2019	184.141	49.195	27%
2020	220.664	55.450	25%
2021	247.002	59.783	24%

Sumber: KPP Pratama Makassar Utara (2022)

Tabel 2 menunjukkan tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang terdaftar KPP Pratama

Makassar Utara dari tahun 2017-2021. Wajib pajak orang pribadi yang terdaftar pada tahun 2017-2021 terus mengalami peningkatan tetapi wajib pajak yang melaporkan SPT Tahunannya masih terus mengalami perubahan (fluktuasi) setiap tahunnya. Realisasi Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) yang terlapor pada tahun 2021 hanya mencapai 24% dari 247.002 wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Makassar Utara. Hal ini membuktikan bahwa walaupun realisasi penerimaan tahun 2021 di KPP Pratama Makassar Utara mencapai target, namun KPP Makassar Utara tidak berhasil mengimbangi dengan realisasi pelaporan SPT Tahunannya. Kondisi ini membuktikan bahwa masih terjadi kesenjangan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang ada di KPP Makassar Utara dalam melaksanakan kewajiban pajaknya secara menyeluruh.

Berbicara mengenai masalah kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu hal yang masih sering dibahas tidak terkecuali di Indonesia. Kepatuhan wajib pajak dapat didefinisikan sebagai perilaku seseorang dalam melaksanakan dan memenuhi segala kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku. Ermawati (2018) mengemukakan kepatuhan wajib pajak adalah perilaku wajib pajak bukan hanya melakukan pembayar pajak dan menyetor saja namun perlu juga melakukan pelaporan atas nominal yang dibayarkan sesuai dengan waktu yang ditetapkan, dengan kata lain bahwa kepatuhan wajib pajak dapat didefinisikan sebagai wujud wajib pajak akan sadar dalam melaksanakan kewajibannya pajaknya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku secara sukarela untuk menghitung, membayar, dan menyetorkan pajaknya. Kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari internal maupun eksternal. Noviyanti & Azam (2021) mengemukakan bahwa kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor internal seperti kesadaran wajib pajak. Kesadaran merupakan kondisi dimana wajib pajak secara sukarela memenuhi kewajibannya dan memberikan kontribusi dalam melaksanakan kewajibannya (Karnedi & Hidayatulloh, 2019). Rahayu (2017) mengemukakan bahwa tingginya kesadaran wajib pajak dipengaruhi karena wajib pajak telah mengerti dan memahami mengenai perpajakan, sehingga pengetahuan yang baik akan memberikan keyakinan dan kepercayaan terhadap wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya. Beberapa penelitian terdahulu menemukan bukti empiris mengenai kesadaran wajib pajak. Perdana & Dwirandra (2020) dan Noviyanti & Azam (2021) mengungkapkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, namun penelitian Karnedi & Hidayatulloh (2019) memiliki hasil berbeda yang mengemukakan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib. Oleh karena itu semakin tinggi kesadaran wajib pajak maka akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban pajaknya sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

Faktor internal lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak yaitu adanya moral yang dimiliki oleh wajib pajak. Nugroho (2021) mengemukakan bahwa moral merupakan motivasi atau dorongan yang ada dalam diri sendiri untuk memenuhi kewajibannya dikarenakan wajib pajak memiliki kesadaran yang tinggi mengenai fungsi dan manfaat dari perpajakan. Moral merupakan faktor utama untuk mengetahui mengapa seseorang berperilaku jujur dalam permasalahan mengenai perpajakan (Cahyonowati, 2011). Wajib pajak yang memiliki moral baik dan tidak memiliki moral maka akan memiliki perbedaan dalam berperilaku, oleh karena itu diharapkan dengan adanya pengetahuan dan kesadaran maka akan mempengaruhi tingkat moral wajib pajak. Jika wajib pajak memiliki moral yang baik, maka perilaku wajib pajak menjadi lebih patuh serta lebih condong ke arah positif dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya (*control beliefs*). Penelitian Nugroho (2021) dan Purnamasari & Sudaryo (2018) membuktikan bahwa adanya hubungan moral wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak dengan kata lain bahwa moral wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mursalin (2020) memiliki hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa moral wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Tingkat kepatuhan wajib pajak juga dapat dipengaruhi karena adanya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pajak kepada wajib pajak. Ayu & Bambang (2018) mengemukakan bahwa kualitas layanan merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Pelayanan yang baik dan berkualitas ialah kemampuan suatu lembaga dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan namun tetap dan sesuai dengan standar pelayanan serta dapat

dipertanggung jawabkan (Agung & Ery, 2017). Jika wajib pajak mendapatkan pelayanan yang baik dan berkualitas, maka diharapkan akan meningkatkan kepuasan yang dimiliki oleh wajib pajak, sehingga akan mempengaruhi tingkat kepatuhan perpajakannya (*normatif beliefs*). Pelayanan yang baik dan berkualitas dari pihak pajak akan memberikan harapan kepada wajib pajak, sehingga membuat wajib pajak termotivasi untuk memenuhi harapan tersebut (Noviantari & Ery, 2018). Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak (Ayu & Bambang, 2018 dan Noviantari & Ery, 2018), namun penelitian Wulandari et al. (2020) dan Bahri et.al (2018) menunjukkan hasil berbeda yaitu kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Melihat kondisi saat ini tingkat kepatuhan wajib pajak dapat juga dipengaruhi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Accenture (2020) mengemukakan bahwa Direktorat Jenderal Pajak akan lebih komparatif dalam melakukan aktivitasnya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan mengimplikasikan layanan publik secara digital pada saat ini. Modernisasi sistem merupakan salah satu program pembaharuan yang dikembangkan oleh DJP (Direktorat Jenderal Pajak) dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dalam sistem administrasi perpajakan. Penggunaan teknologi informasi bukan sesuatu yang baru dalam sektor perpajakan, namun hal ini terbukti bahwa dengan adanya teknologi informasi yang berbasis data serta dengan adanya regulasi yang mendukung dapat membuktikan bahwa memberikan efektivitas dan efisiensi dalam pelaporan pajak serta secara signifikan mampu mengubah perilaku wajib pajak (Kemenkeu, 2021). Hal ini sesuai dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) dimana menjelaskan bahwa seseorang dapat menerima serta menggunakan teknologi karena memiliki keyakinan bahwa dapat memperoleh manfaat (*usefulness*) dan kemudahan (*easy to use*) dalam mendapatkan informasi tanpa perlu mengeluarkan usaha yang lebih keras (Davis, 1989). Barua (2020) yang mengemukakan bahwa sektor yang tidak dapat bertransformasi ke arah digital pada saat ini maka akan mengalami dampak yang paling negatif. Hal ini didukung Nopiana & Natalia (2018) mengemukakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi komunikasi (TIK) berdampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak, oleh sebab itu dengan adanya penggunaan teknologi pada saat ini akan menciptakan kemudahan terhadap wajib pajak dalam melakukan pembayaran maupun pelaporan pajak serta akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban. Diperkuat dengan hasil penelitian oleh Farida (2019) dan Andika & Yasa (2020) yang menunjukkan hasil bahwa kemajuan teknologi dan pemanfaatan TIK (Teknologi Informasi Komunikasi) dengan menggunakan *e-filling* telah memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan kepatuhan pajak. Perkembangan dan penggunaan (Teknologi Informasi Komunikasi) TIK berdampak positif terhadap penerimaan pajak (Mascagni et al. 2021).

Peningkatan kepatuhan wajib pajak juga harus didukung dengan adanya sosialisasi yang baik. Sosialisasi adalah salah satu sarana pembelajaran untuk mendapatkan informasi yang akan mempengaruhi persepsi individu sebelum melakukan sebuah tindakan. Sosialisasi merupakan salah satu usaha yang paling efektif yang dapat dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Hartana & Merkusiwati, 2018). Semakin sering adanya kegiatan sosialisasi perpajakan oleh petugas pajak maka pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai perpajakan maupun sistem perpajakan akan semakin meningkat dengan harapan akan mendorong masyarakat untuk taat dalam melaksanakan kewajiban pajaknya. Ayu & Bambang (2018) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa jika sosialisasi dilakukan dengan baik dan optimal maka wajib pajak akan mendapatkan pengetahuan yang lebih banyak, memberikan pemahaman yang baik mengenai perpajakan, serta menciptakan sikap sadar terhadap kewajibannya dan akan meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak. Sari & Saryadi (2019) dan Nopiana & Natalia (2018) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti & Azam (2021) bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian Putri (2018), Ayu & Bambang (2018), Meifari (2020) dan Nasrul (2020) yang menggunakan sosialisasi sebagai variabel moderasi yang menunjukkan hasil yang berbeda dalam penelitiannya. Putri (2018), Ayu & Bambang (2018), dan Nasrul (2020) menjelaskan bahwa

sosialisasi pajak dapat memoderasi hubungan antara kesadaran, moral wajib pajak, kualitas pelayanan dan modernisasi sistem dengan menggunakan *e-filling* terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Meifari (2020) dan Ayu & Bambang (2018) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa sosialisasi pajak tidak terbukti memoderasi kesadaran wajib pajak, kewajiban moral wajib pajak, dan kualitas layanan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan untuk modernisasi sistem menjelaskan bahwa sosialisasi dapat memoderasi namun memperlemah hubungan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan menggunakan sistem *e-filling*. Sehingga, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) perlu merangkul seluruh masyarakat dan melakukan sosialisasi secara terus-menerus dan insentif.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara yang terdiri dari kesadaran wajib pajak, moral wajib pajak, kualitas pelayanan dan modernisasi sistem serta sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi. Walaupun, penelitian ini sudah banyak diteliti oleh penelitian sebelumnya namun penelitian ini menjadi menarik karena fenomena yang ditemukan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar serta inkonsisten hasil dari penelitian sebelumnya.

STUDI LITERATUR

Theory of Reasoned Action

Theory Planned Behavior atau perilaku terencana merupakan bentuk pengembangan lebih lanjut dari teori perilaku beralasan atau Theory of Reasoned Action. Fishbein dan Ajzen pertama kali mengajukan teori TPB (Theory of Planned Behavior) pada tahun 1975. Ajzen menjelaskan bahwa niat individu (*behaviour intention*) terhadap suatu perilaku tertentu merupakan faktor utama dari perilaku individu. Dengan kata lain, perilaku yang dilakukan oleh individu disebabkan adanya niat untuk berperilaku (Ajzen, 1991).

Niat merupakan dorongan bagi perilaku dan tindakan untuk memprediksi perilaku apa yang ingin dilakukan dengan niat umum. Ajzen (1991) mengidentifikasi tiga faktor yang dapat mempengaruhi niat untuk berperilaku: *behavioral beliefs*, *normative beliefs*, dan *control beliefs*.

Technology Acceptance Model

Davis pertama kali membahas Technology Acceptance Model (TAM) pada tahun 1989. Dimana TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) atau *Theory of Reasoned Action* yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (Biduri et al., 2021). *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan salah satu teori yang digunakan untuk melihat bagaimana suatu sistem teknologi dapat mempengaruhi penggunaan teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Dengan kata lain, menjelaskan pengaruh penggunaan sistem informasi dapat digunakan untuk menjelaskan penerimaan perilaku individu dalam menggunakan sistem informasi. Davis (1989), ada empat sudut pandang (perspektif) dalam TAM, yaitu sudut pandang mengenai kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kegunaan (*usefulness*), sikap terhadap pengguna (*attitude toward using*), dan adanya perilaku agar tetap menggunakan (*behavioral intention to use*).

Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 74/PMK.03, 2012), Kepatuhan Wajib Pajak adalah kesediaan Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya menurut peraturan perundang-undangan tanpa perlu pemeriksaan, penyidikan, ancaman, atau peringatan (Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 74/PMK 03., 2012). Ermawati (2018) menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak adalah perilaku wajib pajak dalam menyetor, melaporkan, dan membayar pajak sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dengan kata lain, kepatuhan wajib pajak dapat diartikan sebagai wajib pajak yang sadar akan kewajibannya untuk membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Peraturan perundang-undangan yang berlaku secara sukarela untuk menghitung, membayar, dan menyetor pajak.

Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak merupakan bentuk kesukarelaan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku (Yustikasari et al., 2020). Kesadaran wajib pajak menggambarkan bahwa seseorang dalam keadaan telah mengetahui, memahami, dan mengerti mengenai segala peraturan perpajakan serta hak dan kewajiban sebagai wajib pajak. Selain itu, kesadaran juga dapat didapatkan dari pengalaman, sehingga akan berperilaku dalam melakukan suatu tindakan secara terstruktur dan dapat mencerminkan pengalaman yang dihadapi sebelumnya. Teori yang berkaitan dengan kesadaran wajib pajak yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) atau teori perilaku terencana. Teori ini menggambarkan bahwa sebelum seseorang memutuskan untuk melakukan suatu tindakan, maka hendaknya individu tersebut memiliki kepercayaan dan keyakinan (*behavioral beliefs*), mengenai hasil yang akan diperoleh dari berlaku di masa yang akan datang (Ajzen, 1991). Setelah itu individu akan memutuskan untuk melaksanakan atau tidak. Hal ini berkaitan dengan kesadaran wajib pajak, seorang wajib pajak yang memiliki tingkat kesadaran pajak yang baik dan tinggi serta memiliki kepercayaan akan meningkatkan penerimaan negara dari sektor perpajakan. Noviyanti & Azam (2021) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pemahaman dan pengetahuan yang baik mengenai perpajakan, maka akan meningkatkan tingkat kesadaran wajib pajak. Sehingga muncul motivasi dan kepercayaan dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal ini dipertegas dengan hasil penelitian oleh Sari & Saryadi (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Moral Wajib Pajak

Moral merupakan kesukarelaan dalam melaksanakan kewajibannya pajak sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku dikarenakan adanya motivasi intrinsik dan kesadaran wajib pajak yang dimiliki setiap individu (Cahyonowati, 2011). Kewajiban moral yang dimiliki seseorang tidak dapat dipaksakan dan bukan bersumber dari luar individu melainkan dari dalam diri atau hati nurani setiap individu yang meliputi etika, prinsip hidup, dan adanya rasa bersalah jika tidak melakukan perilaku. Teori yang berkaitan dengan moral wajib pajak yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) atau teori perilaku terencana (Ajzen, 1991). Teori ini dapat menggambarkan bahwa sebelum seseorang memutuskan untuk melakukan tindakan, maka hendaknya individu tersebut memiliki niat atau keinginan, pengetahuan dan kesadaran sehingga individu memiliki motivasi yang dapat mendorong untuk bertindak. Hal ini berkaitan dengan moral wajib pajak, seorang wajib pajak yang memiliki moral yang baik akan dapat memiliki persepsi yang baik, sehingga dapat mengontrol setiap perilakunya (*control belief*). Oleh karena itu jika moral wajib pajak baik maka akan menciptakan perilaku yang patuh dalam melaksanakan kewajibannya. Ayu & Bambang (2018) menyatakan bahwa moral wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kewajiban moral bersumber dari niat setiap wajib pajak sebelum memutuskan untuk berperilaku. Wajib pajak yang memiliki persepsi yang baik dan selalu berpikir positif serta berperilaku baik maka wajib pajak tersebut memiliki tingkat moral yang tinggi juga. Sehingga muncul motivasi dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal ini dipertegas dengan hasil penelitian oleh Purnamasari & Sudaryo (2018) membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Moral wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan kemampuan pihak pajak dalam memenuhi segala kebutuhan dan keperluan yang dibutuhkan oleh wajib pajak (Wulandari et al., 2020). Agung & Ery (2017) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan mampu diukur dengan melihat kemampuan pihak pajak memberikan pelayanan yang memuaskan maupun memberikan pelayanan secara tanggap, memiliki kesopanan, dan dapat dipercaya oleh wajib pajak, serta dapat melihat kemampuan

dalam memberikan informasi yang relevan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku sehingga, pihak pajak dituntut selalu memberikan pelayanan yang ramah serta adil terutama setelah adanya perubahan dalam sistem perpajakan menjadi *self assessment system*. Hal ini menjelaskan bahwa adanya kualitas layanan yang diberikan pihak pajak akan memberikan harapan kepada wajib pajak sehingga, memiliki keinginan dan niat untuk berperilaku serta mendorong wajib pajak untuk patuh melaksanakan kewajiban pajaknya. Teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan ialah *theory of planned behavior* atau teori perilaku terencana (Ajzen, 1991). Teori ini menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dengan *normatif belief* terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Pelayanan yang baik dari pihak otoritas pajak akan memberikan harapan harapan maupun kenyamanan kepada wajib pajak, sehingga wajib pajak memiliki motivasi untuk mencapai harapan tersebut (Noviantari & Ery, 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian Agung & Ery (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Jika wajib pajak mendapatkan pelayanan yang berkualitas maka wajib pajak merasa senang dan puas atas layanan yang diberikan pihak pajak, hal ini disebabkan karena wajib pajak merasa dipermudah dalam melaksanakan semua hak dan kewajibannya sebagai wajib pajak Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Modernisasi Sistem

Modernisasi sistem adalah satu di antara inovasi pengembangan dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dengan tujuan untuk mempermudah wajib pajak dalam menjalankan kewajiban pajak sehingga akan meningkatkan kepercayaan, produktivitas, integritas, serta meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara sukarela (Direktorat Jenderal Pajak, 2007). *Technology Acceptance Model* (TAM) ini memprediksi apakah teknologi baru dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari atau tidak (Davis, 1989). Teknologi informasi dapat dikaitkan dengan pelayanan, sehingga penggunaan teknologi dapat membantu pekerjaan agar menjadi lebih efektif dan efisien disebabkan setiap individu cenderung akan selalu menggunakan teknologi jika memiliki manfaat dan mempermudah (*ease of use*) segala kegiatan aktivitasnya (Andika & Yasa, 2020). Penelitian Andika & Yasa (2020) menyatakan bahwa modernisasi sistem perpajakan dengan menggunakan teknologi informasi komunikasi (TIK) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Penggunaan teknologi harus memiliki manfaat dan kemudahan dalam mengoperasikan, oleh karena itu wajib pajak lebih memilih untuk memanfaatkan dan menggunakan teknologi dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Hal ini didukung oleh Farida (2019), menjelaskan bahwa Direktorat Jenderal Pajak (DJP) memanfaatkan perkembangan teknologi dengan terus meningkatkan pelayanan kepada wajib pajak dalam melakukan kewajiban pajaknya, seperti penggunaan aplikasi *e-filing*, *e-form*, *e-registration*, *e-payment*, dan lainnya. Sehingga terbukti bahwa perkembangan teknologi dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak karena wajib pajak merasa efisien, efektif, dan membantu dalam memenuhi kewajiban sebagai wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Modernisasi sistem berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi Pajak

Sosialisasi pajak adalah satu di antara sarana dalam meningkatkan pengetahuan mengenai perpajakan. Melalui sosialisasi, maka wajib pajak dapat lebih banyak mendapatkan informasi mengenai peraturan maupun regulasi perpajakan yang ada, sehingga akan mendorong dan memotivasi kesadaran wajib pajak serta secara langsung dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Penelitian Putri (2018) menunjukkan bahwa sosialisasi pajak dapat memoderasi hubungan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang dilakukan oleh DJP akan memberikan pengetahuan yang baik terhadap masyarakat mengenai segala hal tentang perpajakan, sebaliknya jika DJP jarang melakukan kegiatan sosialisasi terhadap kepada wajib pajak, maka wajib pajak akan cenderung menghindari pajak dikarenakan kurangnya pengetahuan dan kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat. Hartana & Merkusiwati (2018) membuktikan bahwa sosialisasi pajak dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak

terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor Bersama SAMSAT Tabanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya sosialisasi dapat memberikan pengetahuan dan membangun keyakinan serta menciptakan kepercayaan wajib pajak, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar tingkat sosialisasi pajak yang dilakukan oleh DJP, maka semakin meningkat juga tingkat kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₅: Sosialisasi Pajak dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi pajak merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam menjalankan kewajibannya. Sari & Saryadi (2019) menyatakan bahwa sosialisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Adanya sosialisasi pajak, maka wajib pajak akan lebih memahami mengenai peraturan perpajakan, mendapatkan sebuah informasi yang terbaru, serta mampu mendapatkan pengarahan dari DJP sehingga, wajib pajak dapat termotivasi dan meningkatkan moral untuk lebih patuh dalam melakukan kewajibannya dengan baik dan benar karena kewajiban moral merupakan motivasi internal yang dimiliki oleh wajib pajak. Penelitian Nasrul (2020) membuktikan bahwa sosialisasi pajak dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal tersebut menunjukkan bahwa kewajiban moral yang tinggi yang dimiliki oleh wajib pajak serta dengan adanya sosialisasi yang baik maka akan meningkatkan pengetahuan wajib pajak serta kesadaran wajib pajak, sehingga tingkat kepatuhan wajib pajak juga akan mengalami peningkatan. Sebaliknya jika DJP jarang melakukan kegiatan sosialisasi terhadap kepada wajib pajak, maka wajib pajak akan cenderung menghindari pajak dikarenakan kurangnya pengetahuan dan kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₆: Sosialisasi pajak dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi adalah sebuah kegiatan yang akan memberikan wajib pajak informasi terbaru mengenai perpajakan, keterampilan dan lainnya. Sehingga wajib pajak dapat berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sosialisasi perpajakan dapat menjadi motivasi wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya karena dipengaruhi harapan tertentu sehingga akan mendorong individu dalam berperilaku. Kualitas pelayanan bukan hanya dari perlakuan yang diberikan kepada wajib pajak saja namun wajib pajak juga dapat melihat cara menyampaikan maupun memberikan informasi yang relevan kepada wajib pajak sehingga wajib pajak termotivasi dan berkeinginan melaksanakan kewajiban perpajakannya (Prada & Firmansyah, 2020). Sosialisasi yang baik akan memberikan dampak yang baik kepada wajib pajak. Wajib pajak dapat mengetahui secara keseluruhan mengenai informasi atau pengetahuan mengenai peraturan perpajakan serta dapat memberikan motivasi terhadap wajib pajak untuk taat terhadap pajak dan membuat wajib pajak memiliki kepercayaan dan keyakinan untuk memilih perilaku taat pajak. adanya kualitas pelayanan yang baik dan pemberian sosialisasi perpajakan yang benar dan baik maka diharapkan kepatuhan wajib pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Ayu & Bambang, 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian Agung & Ery (2017) yang menunjukkan hasil bahwa sosialisasi perpajakan memoderasi dan memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₇: Sosialisasi pajak dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Modernisasi sistem merupakan salah satu proses pembaharuan dalam bidang perpajakan dengan menggunakan bantuan teknologi. Adanya teknologi informasi yang berbasis data, serta adanya regulasi mendukung, mampu menambahkan efektivitas dan efisiensi dalam pelaporan pajak serta secara signifikan mampu mengubah perilaku wajib pajak (Kemenkeu, 2021). Sosialisasi mengenai penggunaan sistem administrasi perpajakan secara online bertujuan untuk

memberikan pemahaman, pengetahuan sehingga dapat melaksanakan kewajiban pajak dengan baik sesuai dengan perundang-undangan berlaku. Semakin luasnya sosialisasi yang dilakukan DJP mengenai sistem perpajakan yang digunakan maka semakin baik juga pengetahuan wajib pajak mengenai sistem perpajakan yang modern begitu juga sebaliknya, semakin rendah sosialisasi yang dilakukan maka semakin minim juga pengetahuan wajib pajak yang dimiliki mengenai sistem tersebut. Secanggih apapun sebuah sistem jika DJP tidak melakukan sosialisasi mengenai manfaat dan kemudahan dalam menggunakan sistem tersebut, maka wajib pajak memilih tidak menggunakannya. Begitu sebaliknya jika wajib pajak mendapatkan sosialisasi mengenai penggunaan sistem tersebut dalam memberikan manfaat dan kemudahan maka wajib pajak memilih untuk menggunakan sistem tersebut. Oleh karena itu dengan adanya modernisasi sistem dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dalam sektor perpajakan akan mempermudah DJP memberikan pelayanan secara maksimal dan mempermudah wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya, serta mempermudah dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Putri (2018) membuktikan bahwa sosialisasi pajak dapat memoderasi dan memperkuat hubungan dalam menggunakan *e-filing* terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini didukung dengan penelitian oleh Ismail et al., (2018), mengemukakan bahwa sosialisasi pajak mampu memoderasi dan memperkuat pengaruh penerapan sistem *e-filing* terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Handayani & Tambun (2016), yaitu sosialisasi dapat memoderasi namun memperlemah hubungan antara penerapan sistem *e-filing* terhadap kepatuhan wajib pajak. berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Sosialisasi pajak dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak

METODE

Metode tersebut merupakan informasi yang cukup bagi pembaca untuk mengikuti alur penelitian dengan baik sehingga pembaca yang akan mengkaji atau mengembangkan penelitian serupa memperoleh gambaran tentang langkah-langkah penelitian tersebut. Bagian ini, populasi dan sampel, variabel penelitian operasional, data yang digunakan (jenis dan sumber), teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data (*model analysis*).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan melihat ada atau tidaknya pengaruh antara satu variabel bebas dengan variabel terikat serta dengan adanya variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu teknik *sampling insidental*. Pengambilan sampel dengan menggunakan *sampling insidental* yang merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang tersebut sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:81). Populasi penelitian ini yaitu 247.002 wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Makassar Utara. Sampel penelitian ini sebanyak 100 wajib pajak orang pribadi dengan menggunakan rumus *slovin* dengan standar error 10%. Metode dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda dan MRA (*Moderated Regression Analysis*) dengan memanfaatkan *software IBM Statistical Package for Social Sciences (SPSS)*, yang bertujuan untuk menguji kekuatan hubungan antara kepatuhan wajib pajak dengan variabel independen yaitu kesadaran wajib pajak dan modernisasi sistem, serta sosialisasi pajak sebagai variabel moderating. Penyebaran dan pengumpulan kuesioner dilakukan secara langsung di KPP Pratama Makassar Utara.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (eksogen) yaitu kesadaran wajib pajak, moral wajib pajak, kualitas pelayanan, dan modernisasi sistem. Sosialisasi pajak dan kepatuhan wajib pajak merupakan variabel endogen. Kesadaran wajib pajak adalah kondisi di mana wajib pajak memiliki kemauan dalam melaksanakan kewajibannya secara sukarela dengan memberikan kontribusi dana sebagai bentuk melaksanakan kewajiban perpajakannya (Yustikasari et al., 2020). Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator yaitu adanya kesadaran dan kemauan dalam melaksanakan kewajibannya, mengetahui fungsi, dan adanya keyakinan wajib pajak bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak sangat merugikan negara (Hartana & Merkusiwati, 2018). Variabel dalam penelitian ini terdiri 6 pertanyaan, setiap pertanyaan diukur

dengan menggunakan skala penilaian 1-5 poin dengan tujuan memudahkan responden untuk mengidentifikasi jawaban serta meminimalisir kebingungan para responden. Adapun penelitian poinnya terdiri dari, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Moral wajib pajak adalah bentuk dari adanya sifat kesukarelaan karena adanya motivasi intrinsik yang ada dalam diri wajib dengan memberikan kontribusi dana dalam melaksanakan kewajiban pajaknya sebagai bentuk mematuhi peraturan perpajakan (Cahyonowati, 2011). Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator yaitu melanggar etika, perasaan bersalah ketika tidak melakukan melaksanakan kewajiban, dan kesadaran Moral (Purnamasari & Sudaryo, 2018). Variabel dalam penelitian ini terdiri 6 pertanyaan, setiap pertanyaan diukur dengan menggunakan skala penilaian 1-5 poin yang terdiri dari yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Kualitas pelayanan merupakan cerminan kemampuan pihak pajak dalam memberikan tingkat kepuasan mengenai layanan kepada wajib pajak (parasuraman et al. 1985). Variabel ini diukur dengan menggunakan 5 indikator yaitu keandalan (*reliability*), responsif (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan berwujud (*tangible*) (Harmentita et al, 2016). Variabel dalam penelitian ini terdiri 10 pertanyaan, setiap pertanyaan diukur dengan menggunakan skala penilaian 1-5 poin yang terdiri dari yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Modernisasi sistem adalah inovasi atau pengembangan yang dilakukan Direktorat Jenderal Pajak dengan memanfaatkan teknologi informasi yang berbasis data, serta adanya regulasi mendukung, mampu menambahkan efektivitas dan efisiensi dalam pelaporan pajak serta secara signifikan mampu mengubah perilaku wajib pajak (Kemenkeu, 2021). Variabel ini diukur dengan menggunakan 2 indikator yaitu persepsi manfaat (*usefulness*) dan persepsi kemudahan (*ease of use*) (Andika & Yasa, 2020). Variabel dalam penelitian ini terdiri 7 pertanyaan, setiap pertanyaan diukur dengan menggunakan skala penilaian 1-5 poin yang terdiri dari yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Kepatuhan wajib pajak sebagai variabel dependen dimana kepatuhan wajib pajak adalah wujud dalam melaksanakan kewajibannya mulai dari menghitung, membayar, menyetor, sampai melaporkan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan serta sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku (Ermawati, 2018). Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator yaitu kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan diri, kepatuhan dalam menghitung, memperhitungkan, dan membayar pajak terutang, dan kepatuhan dalam pelaporan SPT dan pembayaran tunggakan (Nopiana & Natalia, 2018). Variabel dalam penelitian ini terdiri 7 pertanyaan, setiap pertanyaan diukur dengan menggunakan skala penilaian 1-5 poin yang terdiri dari yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Sosialisasi pajak merupakan variabel moderasi dalam dalam penelitian ini.

Sosialisasi pajak adalah kegiatan yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pemahaman, informasi, dan pembinaan terhadap masyarakat mengenai peraturan perpajakan yang berlaku (Hartana & Merkusiwati, 2018). Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator yaitu menyelenggarakan penyuluhan atau sosialisasi, menyelenggarakan sosialisasi dengan memanfaatkan media sosial, dan manfaat sosialisasi. Variabel dalam penelitian ini terdiri 6 pertanyaan, setiap pertanyaan diukur dengan menggunakan skala penilaian 1-5 poin yang terdiri dari yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

HASIL

Penelitian ini menggunakan Pearson Correlation dalam pengujian validitas dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Jika r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka data tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dibandingkan r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$) maka data tersebut tidak valid (Sugiyono, 2017:134).

Tabel 3 menunjukkan bahwa semua hasil pengujian validitas di semua item diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini dapat menjelaskan setiap variabel penelitian yang

terdiri dari kesadaran wajib pajak, moral wajib pajak, kualitas pelayanan, modernisasi sistem, kepatuhan wajib pajak, serta sosialisasi pajak. Hasil pengujian validitas data dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Kesadaran Wajib Pajak (X ₁)	X _{1.1.1}	0.782	0.197	Valid
	X _{1.1.2}	0.670	0.197	Valid
	X _{1.2.1}	0.787	0.197	Valid
	X _{1.2.2}	0.820	0.197	Valid
	X _{1.3.1}	0.836	0.197	Valid
	X _{1.3.2}	0.779	0.197	Valid
Moral Wajib Pajak (X ₂)	X _{2.1.1}	0.639	0.197	Valid
	X _{2.1.2}	0.638	0.197	Valid
	X _{2.2.1}	0.669	0.197	Valid
	X _{2.2.2}	0.625	0.197	Valid
	X _{2.3.1}	0.825	0.197	Valid
	X _{2.3.2}	0.737	0.197	Valid
Kualitas Pelayanan (X ₃)	X _{3.1.1}	0.600	0.197	Valid
	X _{3.1.2}	0.755	0.197	Valid
	X _{3.2.1}	0.808	0.197	Valid
	X _{3.2.2}	0.811	0.197	Valid
	X _{3.3.1}	0.714	0.197	Valid
	X _{3.3.2}	0.779	0.197	Valid
	X _{3.4.1}	0.769	0.197	Valid
	X _{3.4.2}	0.759	0.197	Valid
	X _{3.5.1}	0.658	0.197	Valid
	X _{3.5.2}	0.559	0.197	Valid
Modernisasi Sistem (X ₄)	X _{4.1.1}	0.824	0.197	Valid
	X _{4.1.2}	0.820	0.197	Valid
	X _{4.1.3}	0.857	0.197	Valid
	X _{4.2.1}	0.858	0.197	Valid
	X _{4.2.2}	0.804	0.197	Valid
	X _{4.2.3}	0.844	0.197	Valid
	X _{4.2.4}	0.801	0.197	Valid
	X _{4.2.4}	0.801	0.197	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y.1.1	0.549	0.197	Valid
	Y.1.2	0.567	0.197	Valid
	Y.2.1	0.828	0.197	Valid
	Y.2.2	0.797	0.197	Valid
	Y.3.1	0.836	0.197	Valid
	Y.3.2	0.900	0.197	Valid
	Y.3.3	0.754	0.197	Valid
Sosialisasi Pajak (Z)	Z.1.1	0.518	0.197	Valid
	Z.1.2	0.748	0.197	Valid
	Z.2.1	0.797	0.197	Valid
	Z.2.2	0.785	0.197	Valid
	Z.3.1	0.835	0.197	Valid
	Z.3.2	0.789	0.197	Valid

Sumber: Hasil Data diolah dengan SPSS ver. 26 (2022)

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengujian tetap konsisten jika dilakukan pengujian dua kali atau lebih terhadap pertanyaan yang sama serta alat ukur yang sama.

Variabel dikatakan variabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Sugiyono, 2017:134). Tabel 4 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari nilai standar koefisien alpha sebesar 0.60. Hal ini membuktikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel atau handal. Hasil pengujian reliabilitas data penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Standar Koefisien Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Kesadaran Wajib Pajak (X ₁)	0.60	0.856	Reliabel
Moral Wajib Pajak (X ₂)	0.60	0.768	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₃)	0.60	0.898	Reliabel
Modernisasi Sistem (X ₄)	0.60	0.919	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0.60	0.866	Reliabel
Sosialisasi Pajak (Z)	0.60	0.837	Reliabel

Sumber: Hasil Data diolah dengan SPSS ver. 26 (2022)

Statistik deskriptif variabel dalam penelitian ini memberikan gambaran suatu data dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean) dan standar deviasi. Data yang diolah dalam penelitian sebanyak 100 sampel, sebagai berikut:

Tabel 5 Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	Item	N	Min	Mak	Mean	Std. Vad	Mean Variabel	Std. Vad Variabel
Kesadaran Wajib Pajak (X ₁)	X ₁ .1.1	100	1	5	4,12	0,640	25,4200	2,90656
	X ₁ .1.2	100	3	5	3,82	0,833		
	X ₁ .2.1	100	3	5	4,35	0,575		
	X ₁ .2.2	100	3	5	4,31	0,580		
	X ₁ .3.1	100	3	5	4,41	0,552		
	X ₁ .3.2	100	3	5	4,41	0,587		
Moral Wajib Pajak (X ₂)	X ₂ .1.1	100	3	5	4,50	0,577	24,6500	2,99958
	X ₂ .1.2	100	2	5	4,42	0,589		
	X ₂ .2.1	100	3	5	4,26	0,579		
	X ₂ .2.2	100	1	5	3,64	0,858		
	X ₂ .3.1	100	1	5	3,87	0,760		
	X ₂ .3.2	100	1	5	3,96	0,952		
Kualitas Pelayanan (X ₃)	X ₃ .1.1	100	3	5	4,33	0,551	42.5500	5.15688
	X ₃ .1.2	100	1	5	4,09	0,818		
	X ₃ .2.1	100	1	5	4,15	0,770		
	X ₃ .2.2	100	1	5	4,21	0,769		
	X ₃ .3.1	100	1	5	4,37	0,730		
	X ₃ .3.2	100	1	5	4,26	0,733		
	X ₃ .4.1	100	2	5	4,25	0,690		
	X ₃ .4.2	100	2	5	4,29	0,671		
	X ₃ .5.1	100	1	5	4,42	0,680		
	X ₃ .5.2	100	1	5	4,18	0,687		
Modernisasi Sistem (X ₄)	X ₄ .1.1	100	1	5	4,05	0,925	29.6700	4.29953
	X ₄ .1.2	100	2	5	4,15	0,833		
	X ₄ .1.3	100	1	5	4,32	0,763		
	X ₄ .2.1	100	1	5	4,19	0,800		
	X ₄ .2.2	100	2	5	4,31	0,614		
	X ₄ .2.3	100	3	5	4,40	0,568		
	X ₄ .2.4	100	2	5	4,25	0,672		

Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y.1.1	100	1	5	4,10	0,659	29.5500	3.61360
	Y.1.2	100	3	5	4,12	0,573		
	Y.2.1	100	1	5	4,25	0,821		
	Y.2.2	100	1	5	4,14	0,853		
	Y.3.1	100	2	5	4,29	0,655		
	Y.3.2	100	3	5	4,40	0,568		
	Y.3.3	100	2	5	4,25	0,672		
Sosialisasi Pajak (Z)	Z.1.1	100	2	5	4,39	0,665	23.3600	3.45978
	Z.1.2	100	1	5	3,64	0,847		
	Z.2.1	100	2	5	3,99	0,627		
	Z.2.2	100	1	5	3,89	0,750		
	Z.3.1	100	1	5	3,42	1.016		
	Z.3.2	100	1	5	4,03	0,688		

Sumber: Hasil Data diolah dengan SPSS ver. 26 (2022)

Tabel 5 menunjukkan bahwa semua responden telah mengisi kuesioner yang diberikan secara lengkap, tetapi masih banyak responden memberikan poin 1 di setiap pertanyaan. Jika dilihat dari setiap variabel, variabel kualitas pelayanan memiliki variasi jawaban tertinggi dibandingkan variabel bebas (eksogen) lainnya, hal ini memberikan sinyal bahwa responden antar satu dengan lainnya mendapatkan tingkat kualitas pelayanan yang berbeda atau tidak sama. Variabel kepatuhan wajib pajak yang terdiri dari 3 indikator dan 7 pertanyaan memiliki hasil nilai standar deviasi terendah ada pada indikator ke dua dan poin pertanyaan ke empat yang arti bahwa masih banyak wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama belum memahami cara melakukan perhitungan, pembayaran, serta pelaporan sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Sedangkan pada variabel sosialisasi pajak memiliki nilai minimum terendah terdapat pada indikator 3 pertanyaan 5, artinya masih ada wajib pajak yang belum mengetahui peraturan perpajakan yang berlaku sehingga wajib pajak kurang termotivasi dalam melaksanakan kewajibannya secara sukarela.

Pengujian normalitas secara statistik dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah data telah terdistribusi secara normal atau tidak. Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai sig *Kolmogorov Smirnov* dalam penelitian ini sebesar 0.089 lebih besar dari sig 0.05 ($0.89 > 0.05$). Hal ini berarti model regresi dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.20104204
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.055
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil Data diolah dengan SPSS ver. 26 (2022)

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dengan menghitung nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Tujuan dari uji ini untuk memberikan buktikan apakah ada atau tidaknya hubungan multikolinearitas antara variabel eksogen dengan variabel eksogen lainnya. Jika nilai VIF > 10

dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas. Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai VIF di semua variabel bebas maupun interaksi memiliki nilai di bawah 10, sehingga semua variabel tidak memiliki masalah multikolinearitas (non multikolinearitas). Hasil pengujian multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keterangan
Kesadaran Wajib Pajak (X_1)	3.180	Non Multikolinearitas
Moral Wajib Pajak (X_2)	1.810	Non Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X_3)	1.029	Non Multikolinearitas
Modernisasi Sistem (X_4)	2.353	Non Multikolinearitas
Sosialisasi Pajak (Z)	3.180	Non Multikolinearitas

Sumber: Hasil Data diolah dengan SPSS ver. 26 (2022)

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan model *glejser* yang bertujuan untuk menunjukkan apakah terjadi ketidaksamaan variansi pada suatu model regresi dari residual dalam satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Tabel 8 menunjukkan bahwa semua variabel eksogen memiliki nilai tingkat signifikan lebih besar 5% atau 0,05. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model uji dalam penelitian ini bebas dari masalah heteroskedastisitas dengan kata lain bahwa model ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.010	1.098		.920	.360
	Kesadaran Wajib Pajak	.001	.051	.005	.028	.978
	Moral Wajib Pajak	-.032	.037	-.116	-.852	.396
	Kualitas Pelayanan	.013	.016	.084	.824	.412
	Modernisasi Sistem	.030	.029	.156	1.008	.316
	Sosialisasi Pajak	-.036	.039	-.153	-.937	.351

Sumber: Hasil Data diolah dengan SPSS ver. 26 (2022)

Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji analisis regresi linear berganda dengan memanfaatkan SPSS Versi 26. Hasil pengujian dalam dilihat ada tabel 9, sebagai berikut;

Tabel 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Hasil Uji Hipotesis
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.376	1.646		3.267	.002	
	Kesadaran Wajib Pajak (X_1)	.410	.076	.330	5.398	.000	Diterima
	Moral Wajib Pajak (X_2)	-.103	.056	-.086	-1.855	.067	Ditolak
	Kualitas Pelayanan (X_3)	-.045	.024	-.064	-1.853	.067	Ditolak
	Modernisasi Sistem	.615	.044	.732	13.923	.000	Diterima

(X ₄)						
Sosialisasi Pajak (Z)		-0.002	.058	-0.002	-0.037	.971
R	0,943					
R Square	0,890					
Adjusted R Square	0,884					
F Hitung	151,385					
Sig. F	0,000					

Sumber: Hasil Data diolah dengan SPSS ver. 26 (2022)

Hasil pengujian pada Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square dalam penelitian ini sebesar 0,884 atau 88,4%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh variabel kesadaran wajib pajak (X₁), moral wajib pajak (X₂), kualitas pelayanan (X₃), dan modernisasi sistem (X₄) sebesar 88,4%. Selebihnya sebesar 11,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan dengan model regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,376 + 0,410X_1 - 0,103X_2 - 0,045X_3 + 0,340X_4 + e \dots \dots \dots (1)$$

Penjelasan dalam persamaan regresi, sebagai berikut:

Nilai α (konstanta) dalam penelitian ini sebesar 5,376 yang artinya jika variabel kesadaran wajib pajak, moral wajib pajak, kualitas pelayanan, dan modernisasi sistem bernilai 0, maka kepatuhan wajib pajak memiliki nilai sebesar 5,376

Pada tabel 9 menunjukkan bahwa hasil analisis regresi antara kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak mempunyai nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni 5,398 > 1,985 serta nilai profitabilitas signifikansi sebesar 0.000 < 0.050. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak memiliki pengaruh signifikan. Selain itu, nilai koefisien untuk variabel kesadaran wajib pajak sebesar 0,410 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak bernilai positif. Nilai koefisien yang positif mengindikasikan memiliki hubungan yang searah, dengan kata lain bahwa semakin tinggi kesadaran wajib pajak maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak.

Hasil analisis regresi antara moral wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak mempunyai nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yakni (-1,855) < 1,985 serta nilai profitabilitas signifikansi sebesar 0.067 > 0.050. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara moral wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak tidak memiliki pengaruh signifikan. Selain itu, nilai koefisien untuk variabel kesadaran wajib pajak sebesar (-0,103) yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak bernilai negatif. Nilai koefisien yang negatif mengindikasikan bahwa tidak memiliki hubungan yang searah. Berdasarkan hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 2 ditolak, yang berarti bahwa moral wajib pajak tidak signifikan dan berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak

Tabel 9 hasil analisis regresi antara kualitas pelayanan dan kepatuhan wajib pajak mempunyai nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yakni (-1,853) < 1,985 serta nilai profitabilitas signifikansi sebesar 0.067 > 0.050. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepatuhan wajib pajak tidak memiliki pengaruh signifikan. Selain itu, nilai koefisien untuk variabel kesadaran wajib pajak sebesar (-0,045) yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak bernilai negatif. Nilai koefisien yang negatif mengindikasikan bahwa tidak memiliki hubungan yang searah. Berdasarkan hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 3 ditolak, yang berarti bahwa kualitas pelayanan tidak signifikan dan berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil analisis regresi antara modernisasi sistem dan kepatuhan wajib pajak mempunyai nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni 13,923 > 1,985 serta nilai profitabilitas signifikansi sebesar 0.000 < 0.050. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara modernisasi sistem dan kepatuhan wajib pajak memiliki pengaruh signifikan. Selain itu, nilai koefisien untuk variabel modernisasi sistem sebesar 0,615 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara modernisasi sistem dan kepatuhan wajib pajak bernilai positif. Nilai koefisien yang positif mengindikasikan memiliki hubungan yang

searah, dengan kata lain bahwa semakin tinggi pengetahuan mengenai modernisasi sistem pajak maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 4 diterima, yang berarti bahwa modernisasi sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

Penelitian ini juga menggunakan model MRA (*Moderated Regression Analysis*) dengan tujuan untuk mengetahui hubungan Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Moral Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Modernisasi Sistem terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan menggunakan Sosialisasi Pajak sebagai variabel moderasi. Berikut hasil uji MRA (*Moderated Regression Analysis*), sebagai berikut:

Tabel 10 Hasil Uji MRA (Moderated Regression Analysis)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Hasil Uji Hipotesis
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	7.542	9.259		.815	.417	
Kesadaran Wajib Pajak (X ₁)	-.612	.466	-.492	-1.314	.192	
Moral Wajib Pajak (X ₂)	-.673	.278	-.559	-2.418	.018	
Kualitas Pelayanan (X ₃)	.229	.212	.326	1.078	.284	
Modernisasi Sistem (X ₄)	1.503	.321	1.788	4.677	.000	
Sosialisasi Pajak (Z)	-.118	.395	-.113	-.300	.765	
Z.X1	.046	.021	1.840	2.205	.030	Diterima
Z.X2	-.041	.015	-2.011	-2.770	.007	Ditolak
Z.X3	-.011	.009	-.537	-1.246	.216	Ditolak
Z.X4	.026	.012	.975	2.109	.038	Diterima
R	0,950					
R Square	0,903					
Adjusted R Square	0,893					
F Hitung	92,695					
Sig. F	0,000					

Sumber: Hasil Data diolah dengan SPSS ver. 26 (2022)

Hasil pengujian pada Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi *Adjusted R square* pada penelitian ini memiliki nilai 0,893 atau 89,3%. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh kesadaran wajib pajak (X₁), moral wajib pajak (X₂), kualitas pelayanan (X₃), dan modernisasi sistem (X₄) setelah berinteraksi dengan variabel sosialisasi pajak (Z) sebesar 89,3%. Selebihnya sebesar 10,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dapat disimpulkan dengan nilai persamaan regresi, sebagai berikut:

$$Y = 7,542 + 0,046X_1.Z - 0,41X_2.Z - 0,11X_3.Z + 0,026X_4.Z \epsilon \dots (2)$$

Variabel kesadaran wajib pajak berinteraksi dengan sosialisasi pajak (moderasi) mempunyai nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni $2,205 > 1,985$ serta nilai profitabilitas signifikansi sebesar $0.030 < 0.050$. Nilai ini menunjukkan bahwa sosialisasi pajak memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar. Selain itu, nilai koefisien untuk interaksi variabel kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak sebesar 0.046 yang

artinya bahwa sosialisasi pajak memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 diterima, yang artinya sosialisasi pajak mampu memoderasi dan memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan bahwa hasil analisis regresi untuk interaksi antara moral wajib pajak dan sosialisasi pajak memiliki nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yakni $(-2,770) < 1,985$ serta nilai profitabilitas signifikansi sebesar $0.007 > 0.050$. Nilai ini menunjukkan bahwa sosialisasi pajak memoderasi pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, nilai koefisien untuk interaksi variabel modernisasi sistem dan sosialisasi pajak sebesar $(-0,041)$ yang artinya bahwa sosialisasi pajak memperlemah pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 ditolak, yang artinya sosialisasi pajak memoderasi namun memperlemah pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak

Tabel 10 menunjukkan bahwa hasil analisis regresi untuk interaksi antara kualitas pelayanan dan sosialisasi pajak memiliki nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yakni $(-1,246) < 1,985$ serta nilai profitabilitas signifikansi sebesar $0.216 > 0.050$. Nilai ini menunjukkan bahwa sosialisasi pajak tidak memoderasi pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, nilai koefisien untuk interaksi variabel kualitas pelayanan dan sosialisasi pajak sebesar $(-0,011)$ yang artinya bahwa sosialisasi pajak memperlemah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 ditolak, yang artinya sosialisasi pajak tidak mampu memoderasi dan memperlemah pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil analisis regresi untuk interaksi antara modernisasi sistem dan sosialisasi pajak memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni $2,109 > 1,985$ serta nilai profitabilitas signifikansi sebesar $0.038 < 0.050$. Nilai ini menunjukkan bahwa sosialisasi pajak memoderasi pengaruh modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, nilai koefisien untuk interaksi variabel moral wajib pajak dan sosialisasi pajak sebesar 0.026 yang artinya bahwa sosialisasi pajak memperkuat pengaruh modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 8 diterima, yang artinya sosialisasi pajak mampu memoderasi dan memperkuat pengaruh modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak

PEMBAHASAN

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 diterima, yang berarti bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. Penelitian ini memberikan bukti secara empiris bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran yang dimiliki oleh wajib pajak, maka semakin tinggi juga tingkat kepatuhan yang dimiliki oleh wajib pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yustikasari et al., (2020), Noviyanti & Azam (2021), dan Sari & Saryadi (2019). Yustikasari et al., (2020) membuktikan secara empiris bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, Noviyanti & Azam (2021) menemukan bukti empiris bahwa dengan tingginya tingkat kesadaran yang dimiliki oleh wajib pajak maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Sari & Saryadi (2019) yang menunjukkan bahwa wajib pajak akan lebih patuh terhadap peraturan perpajakan jika wajib pajak memiliki tingkat kesadaran yang baik dan tinggi.

Hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa setiap tindakan yang dilakukan seseorang dipengaruhi karena adanya niat yang dimilikinya. Niat akan muncul, jika wajib pajak memiliki keyakinan (*behavioral beliefs*) atau kepercayaan terhadap sesuatu hal, sehingga akan memotivasi seseorang untuk melakukan sebuah tindakan atau *action*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kondisi wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara saat ini memiliki tingkat kesadaran wajib pajak yang baik dalam melaksanakan hak dan tanggungjawab sebagai wajib pajak sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

Jika wajib pajak telah mengetahui, memahami, dan mengerti terhadap peraturan perpajakan yang berlaku maka akan meningkatkan keyakinan, kepercayaan, dan kesadaran yang dimiliki wajib pajak, sehingga akan memotivasi wajib pajak untuk patuh dalam melaksanakan kewajibannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi tingkat kesadaran yang dimiliki oleh wajib pajak, maka wajib pajak akan cenderung untuk patuh dalam melaksanakan kewajibannya.

Pengaruh Moral Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan ditolak. Penelitian ini memberikan bukti secara empiris bahwa moral wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mursalin (2020) yang menunjukkan bahwa semakin rendah moral yang dimiliki wajib pajak maka semakin menurun pula tingkat kepatuhan wajib pajak. Moral berhubungan dengan baik atau buruknya suatu perilaku yang dilakukan oleh seseorang. Suatu tindakan yang dikatakan bermoral jika tindakan tersebut secara sadar mau dan tahu terhadap tindakan yang dapat menjunjung harkat dan martabat manusia. Wajib pajak yang memiliki moral yang baik akan berbeda dalam bertingkah laku dibandingkan kepada wajib pajak yang tidak memiliki moral yang baik.

Hasil penelitian ini tidak mendukung *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa seseorang dalam berperilaku tergantung pada niat. Seseorang yang memiliki niat yang baik maka akan menjalankan segala ketentuan kewajiban perpajakannya karena dengan melaksanakan kewajiban sebagai warga negara merupakan suatu kewajiban. Wajib pajak yang memiliki moral baik maka akan memiliki persepsi yang baik, sehingga dapat mengontrol setiap tindakan individu atau seseorang (*control beliefs*). Selain itu, wajib pajak dengan tingkatan moral yang sama namun memiliki persepsi yang beda, maka hal tersebut juga akan memberikan reaksi atau perilaku yang berbeda terhadap kepatuhan pajaknya. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa moral wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Penelitian ini memberikan bukti secara empiris bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil ini membuktikan bahwa semakin baik pelayanan pajak yang diberikan kepada wajib pajak tidak mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wulandari et. al. (2020) dan Bahri et.al (2018) yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian ini tidak mendukung *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa niat seseorang dipengaruhi satu diantaranya oleh sikap norma subjektif (*normative belief*). Norma subjektif (*normative belief*) ialah kepercayaan yang dimiliki mengenai harapan-harapan yang muncul karena adanya pengaruh atau motivasi dari orang lain. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak tidak sesuai harapan yang diinginkan, sehingga wajib pajak tidak memiliki motivasi untuk patuh secara sukarela. Oleh karena itu kualitas pelayanan yang diberikan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara tidak mampu mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Hal ini disebabkan salah satunya karena pajak merupakan salah satu kewajiban kepada warga negara yang sifatnya memaksa sesuai peraturan perpajakan yang berlaku, sedangkan kualitas pelayanan dapat dirasakan oleh wajib pajak yang sudah patuh, oleh karena itu wajib pajak orang pribadi yang belum atau tidak patuh belum dan tidak dapat merasakan kualitas pelayanan perpajakan sehingga tidak terdapat pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Modernisasi Sistem terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. Penelitian ini memberikan bukti secara empiris bahwa modernisasi sistem berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil ini membuktikan bahwa adanya modernisasi sistem maka akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nopiana & Natalia (2018), Farida (2019), dan Andika & Yasa (2020). Nopiana & Natalia (2018) memberikan bukti secara empiris bahwa dengan adanya penggunaan teknologi di kondisi saat ini maka akan menciptakan kemudahan kepada wajib pajak dalam melakukan kewajiban pajaknya sehingga akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Hasil yang juga ditemukan oleh Farida (2019) dan Andika & Yasa (2020) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi yang terus berkembang akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian ini mendukung *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa seseorang atau individu akan menerima dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi karena memiliki keyakinan akan mendapatkan manfaat dan kemudahan dalam melakukannya sehingga akan mempengaruhi aktivitas kehidupan sehari-hari. *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi suatu model yang dapat secara spesifik menjelaskan mengenai penerimaan suatu sistem teknologi dalam melakukan aktivitas atau kegiatan perpajakan saat ini. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa modernisasi sistem berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara. Wajib pajak merasa lebih efisien dan efektif dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya jika memanfaatkan dan menggunakan teknologi dibandingkan tidak menggunakan, sehingga wajib pajak akan lebih patuh dalam melaksanakan kewajiban pajaknya.

Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. Penelitian ini memberikan bukti secara empiris bahwa sosialisasi pajak memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil ini membuktikan bahwa adanya sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi dapat memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Putri (2018) dan Hartana & Merkusiwati (2018) yang menyatakan sosialisasi pajak memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian menemukan bahwa hubungan antara kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib diperkuat oleh sosialisasi pajak. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian sosialisasi mengenai perpajakan begitu penting dilakukan oleh penyuluh pajak sehingga wajib pajak dapat mengetahui, memahami mengenai peraturan perpajakan yang berlaku. Sosialisasi dapat menyebabkan wajib pajak menjadi termotivasi dan sadar betapa pentingnya mematuhi dan melaksanakan hak dan tanggungjawab sebagai warga negara yang baik. Sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara dapat menyebabkan wajib pajak menjadi sadar betapa pentingnya melaksanakan dan mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku. Dapat disimpulkan bahwa sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi mampu memperkuat dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Makassar Utara.

Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Moral Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan ditolak. Penelitian ini memberikan bukti secara empiris bahwa sosialisasi pajak memoderasi namun memperlemah pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ayu & Bambang (2018) yang menyatakan sosialisasi pajak memoderasi namun memperlemah pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Hubungan moral wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak akan melemah jika sosialisasi perpajakan yang diberikan lemah dan tidak menyeluruh sehingga tidak dapat memenuhi harapan wajib pajak. Jika sosialisasi perpajakan lemah dan moral wajib pajak melemah, maka tingkat kepatuhan wajib pajak juga akan menurun, sehingga diperlukan sosialisasi secara menyeluruh, intens, merata, dan tepat sasaran untuk meningkatkan moral serta kepatuhan wajib pajak. Apabila sosialisasi dilakukan secara intens, merata, dan menyeluruh maka wajib pajak akan memahami dan mengetahui sehingga akan mempengaruhi moral yang dimiliki oleh wajib pajak dan patuh

dalam mematuhi segala kewajiban perpajakannya. Wajib pajak cenderung akan melanggar atau melakukan kecurangan karena wajib pajak kurang mengetahui dan memahami peraturan perpajakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh penyuluh pajak di Kantor Pelayanan Makassar Utara sudah dianggap cukup baik, namun sosialisasi tersebut masih kurang intens karena itu masih ada wajib pajak kurang memahami ketentuan perpajakan yang berlaku.

Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan ditolak. Penelitian ini memberikan bukti secara empiris bahwa sosialisasi pajak tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ayu & Bambang (2018) yang menyatakan sosialisasi pajak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini memiliki hasil bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepatuhan wajib pajak tidak diperkuat maupun diperlemah oleh sosialisasi pajak. Penelitian ini sejalan dengan Meifari (2020) mengemukakan bahwa sosialisasi tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebaik apapun sosialisasi yang dilakukan oleh penyuluh pajak jika tidak ada kualitas pelayanan yang baik, adil, dan merata kepada wajib pajak maka belum tentu akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Tidak ada jaminan bahwa kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak otoritas pajak akan meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak jika tidak ada kualitas pelayanan yang dirasakan secara langsung oleh wajib pajak.

Hal tersebut disebabkan karena wajib pajak memiliki persepsi yang berbeda terhadap pelayanan yang diterima. Jika wajib pajak mendapatkan pelayanan namun tidak sesuai dengan harapan dan keinginan, maka wajib pajak menganggap bahwa pihak pajak tidak memiliki kualitas yang baik dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya memberikan pelayanan. Oleh karena itu, ada atau tidaknya sosialisasi jika kualitas pelayanan yang didapat oleh pihak otoritas pajak sesuai dengan harapan dan keinginan, maka wajib pajak akan memiliki niat serta termotivasi dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Modernisasi Sistem terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 8 diterima, yang artinya sosialisasi pajak mampu memoderasi dan memperkuat pengaruh modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. Penelitian ini memberikan bukti secara empiris bahwa sosialisasi pajak mampu memoderasi pengaruh modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2018) dan Ismail et al. (2018).

Putri (2018) menyatakan bahwa adanya sosialisasi dapat memperkuat pengaruh modernisasi sistem menggunakan e-filing terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dipertegas penelitian oleh Ismail et al. (2018) mengungkapkan bahwa sosialisasi yang baik akan memberikan pengetahuan mengenai peraturan perpajakan maupun sistem perpajakan yang digunakan saat ini kepada wajib pajak sehingga akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian menemukan bahwa hubungan antara modernisasi sistem dan kepatuhan wajib pajak diperkuat oleh sosialisasi pajak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya sosialisasi mengenai sistem perpajakan sangat baik dilaksanakan untuk meningkatkan pengetahuan wajib pajak mengenai sistem perpajakan modern yang diterapkan, sebaliknya semakin kurangnya sosialisasi yang dilakukan maka akan semakin kurang pengetahuan yang dimiliki oleh wajib pajak mengenai sistem perpajakan saat ini. Sebagus dan semodern apapun sebuah sistem yang digunakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara, jika tidak ada sosialisasi yang dilakukan secara baik dan menyeluruh mengenai penggunaan sistem tersebut maka wajib pajak tidak memanfaatkan teknologi tersebut. Selain itu, secanggih apa teknologi yang digunakan jika tidak mudah digunakan dan dapat memberikan manfaat maka wajib pajak memilih tidak menggunakan teknologi tersebut. Berdasarkan hal ini

dapat disimpulkan bahwa sosialisasi sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Makassar Utara.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah dikemukakan, bahwa Kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Makassar Utara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak dapat memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Hasil tersebut menjadi bukti bahwa tingginya kesadaran yang dimiliki oleh wajib pajak maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan (*behavioral beliefs*) sehingga akan meningkatkan penerimaan negara dan menciptakan kepatuhan wajib pajak. Moral wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Makassar Utara. Hasil tersebut berarti bahwa semakin rendah dan minimnya tingkat moral yang dimiliki oleh wajib pajak maka tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi semakin menurun. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara. Hal tersebut menjadi bukti bahwa kualitas pelayanan hanya dapat dirasakan kepada wajib pajak yang telah taat atau patuh sedangkan wajib pajak yang belum patuh dan taat tidak merasakan secara langsung kualitas pelayanan perpajakan, sehingga tidak terdapat dampak atau pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Modernisasi sistem berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya modernisasi sistem dengan memanfaatkan perkembangan teknologi maka akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi pajak memoderasi dan memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini membuktikan bahwa sosialisasi memiliki peran yang begitu penting untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak sehingga akan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi pajak memoderasi namun memperlemah pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil ini menunjukkan bahwa wajib pajak cenderung akan melanggar atau memilih melakukan kecurangan perpajakan karena tidak memahami dan mengetahui peraturan perpajakan. Oleh karena kegiatan sosialisasi perlu dilakukan secara terus menerus, intens, dan merata dengan tujuan untuk meningkatkan moral dan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi pajak tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil ini memberikan bukti bahwa walaupun kegiatan sosialisasi telah dilakukan namun hal ini belum dapat memperlihatkan dampak yang baik terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara. Sosialisasi pajak memoderasi dan memperkuat pengaruh modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini membuktikan bahwa kegiatan sosialisasi perlu dilakukan secara berkualitas dan terus menerus untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak terhadap sistem perpajakan dalam penggunaan teknologi sehingga akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden, dimana peneliti hanya menggunakan responden dengan standar *error* 0,1 atau 10% yaitu 100 sampel karena memperhatikan kenyamanan responden pada saat masa transisi pasca pandemi Covid-19. Saran bagi peneliti selanjutnya, yaitu diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih banyak lagi serta menggunakan standar *error* 5% atau 0,05. Selain itu, dapat menggunakan *Theory of Moral Reasoning* dan Kontinjensi serta menggunakan variabel bebas lainnya seperti *individual differences* terdiri dari jenis kelamin, usia, keyakinan/agama guna memperluas literatur mengenai kepatuhan pajak

REFERENSI

- Accenture. (2020). Public services for a new era. Accenture. https://www.accenture.com/acnmedia/PDF-13_1/Accenture-Public-Service-New-Era-UK-Final.pdf
- Andika, K. D., & Yasa, I. N. P. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Penggunaan e- Filing (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Singaraja).

- Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika. 10(3): 267–275.
<https://doi.org/10.23887/jiah.v10i3.26191>.
- Ayu, L., G. & Bambang, H., S. (2018). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kewajiban Moral dan Kualitas Pelayanan pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi*, 24: 606–632. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i01.p23>.
- Agung, C. M. M., & Ery, P. S. (2017). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan pada Kepatuhan Wajib Pajak, *E-Jurnal Akuntansi*, 19(3): 2348-2377.
- Ayu, V. P. S., & Fidiana. (2017). Pengaruh Tax Amnesty, Pengetahuan Perpajakan, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 6(2): 2460-0585.
- Aryati, T., & Putritanti, L. R. (2017). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3): 1155–1168. <https://doi.org/10.17509/jrak.v4i3.4669>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, (50): 179-211. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>.
- Biduri, S., Hermawan, S., & Khasanah, L. (2021). Kepatuhan Wajib Pajak sebagai Pemoderasi Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Penggunaan Sistem E – Filing. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 8(01): 28–36. <https://doi.org/10.35838/jrap.2021.008.01.03>.
- Bahri, S., Diantimala, Y., & Majid, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, Pemahaman Peraturan Perpajakan Serta Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Pada Kantor Pajak KPP Pratama Kota Banda Aceh). *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(2), 318–334. <https://doi.org/10.35838/jrap.2021.008.01.03>
- Barua, A. (2020). Economic impact of epidemics and pandemics in Asia since 2000: COVID-19 will likely be harsher than others. *Deloitte Insights*. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/economy/asia-pacific/economic-impact-of-epidemics-and-pandemics.html>.
- Cahyonowati, N. (2011). Model Moral dan Kepatuhan Perpajakan: Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 15(2):161-177.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, pp: 319-340. <http://dx.doi.org/10.2307/249008>.
- Damajanti, A., & Karim, A. (2017). Effect of Tax Knowledge on Individual Taxpayers Compliance. *Economic & Business Solutions Journal*, 1(1): 1–19. <http://dx.doi.org/10.26623/ebsj.v1i1.477>.
- Direktorat Jenderal Pajak, K. K. R. I. (2007). Laporan Tahunan Direktorat Jenderal Pajak tentang Modernisasi Administrasi Perpajakan. Direktorat Jenderal Pajak, Keuangan Republik Indonesia., 1-40.
- Ermawati, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Wajib Pajak Kesadaran dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal STIE Semarang*, 10(1): 106-122. <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v10i1.89>
- Fajrian Putra, A. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM: Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, dan Modernisasi Sistem. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan*, 7(1): 1–12. <http://dk.elib.us/index.php/jrap/article/view/1212>
- Farida, A. (2019). Studi Pustaka tentang Perkembangan Teknologi dan Peningkatan Kepatuhan Pajak: Apakah Berbanding Lurus? *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(2): 135–140. <https://doi.org/10.31294/moneter.v6i2.6183>
- Hartana, I. M. G., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2018). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan pada Kepatuhan Wajib Pajak, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 25(2): 1506–1533. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v25.i02.p26>

- Handayani, K. R., & Tambun, S. (2016). Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Sebagai Variabel Moderating. *Journal UTA'45 JAKARTA*, 1(2): 59–73. <https://doi.org/10.52447/map.v1i2.763>.
- Harmenita, R., Musadieg, M. A., & Ruhana, I. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus terhadap Reinventing Policy dan Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 9(1): 1-7.
- Isman, A. N. 2022. Penerimaan Pajak Kanwil DJP Sulselbartra Capai Rp13,688 Triliun. Makassar.Sindonews.Com. <https://makassar.sindonews.com/read/648615/710/penerimaan-pajak-kanwil-djp-sulselbartra-capai-rp13688-triliun-1641384067>.
- Ismail, J., Gasim, & Amalo, F. (2018). Pengaruh Penerapan Sistem E – Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Sosialisasi Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Kpp Pratama Kupang). *Jurnal Akuntansi (JA)*, 5(3): 11–22.
- Kadir, B., & Maga, A. (2022). DJP Sulselbartra Targetkan Penerimaan Pajak Sebesar Rp13,66 Triliun Pada 2022. *Antar Sulsel*. <https://makassar.antaraneews.com/berita/357117/djp-sulselbartra-targetkan-penerimaan-pajak-sebesar-rp1366-triliun-pada-2022>.
- Karnedi, N. F., & Hidayatulloh, A. (2019). Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak Dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Profita*, 12(1): 2622-1950. <https://doi.org/10.22441/profita.2019.v12.01.001>
- Kemenkeu. (2022). Kinerja dan Fakta APBN Kita. Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia
- Kemenkeu. (2021). Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara 2021. Jakarta: Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Anggaran. 1–48. <https://www.pajak.go.id/id/artikel/mengenal-insentif-pajak-di-tengah-wabah-covid-19#:~:text=Pemberian fasilitas ini diberikan melalui,22 Impor kepada wajib pajak.&text=Ketiga adalah PPh Pasal 25,selama 6 bulan ke depan>
- Laraswati, A. W. (2020). Surotul Ilmiah - PBNU's Efforts to Prevent the Spread of COVID-19. *Jurnal Penelitian Politik*, 17(2): 255–307. <http://ejournal.politik.lipi.go.id/index.php/jpp/article/view/883>
- Mascagni, G., Mengistu, A. T., & Woldeyes, F. B. (2021). Can ICTs increase tax compliance? Evidence on taxpayer responses to technological innovation in Ethiopia. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 189(1) 172–193. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.06.007>
- Mursalin, M. (2020). Pengaruh Moral Wajib Pajak, Penghindaran Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Sikap Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Palembang Seberang Ulu. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4): 340-354. <http://dx.doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5097>.
- Meifari, V. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak kendaraan Bermotor dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi di Kota Tanjungpinang. *Cash*, 3(01): 39–51. <https://doi.org/10.52624/cash.v3i01.1585>.
- Nasrul, M., U. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kabupaten Gresik Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi. Skripsi. Gresik: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa.
- Noviyanti, N., & Azam, S. M. F. (2021). The Impact of Covid-19 Pandemic on Taxpayers' Compliance of MSMEs in Palembang. *Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University*, 8(1): 25-34. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v8i1.414>.
- Nugroho, W. C. (2021). Moral Pajak, Sanksi Pajak, Penerapan E-filing dan Kepatuhan Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(11): 2882-2894. <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i11.p16>.
- Noviantari, P., & Ery, P. S. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Pemahaman, Persepsi Sanksi Perpajakan, dan Lingkungan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, *E-Jurnal Akuntansi*, 22(3): 1711-1740. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v22.i03.p03>.
- Nopiana, P. R., & Natalia, E. Y. (2018). Analisis Sosialisasi Pajak Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepatuhan Pelaporan Spt Wajib Pajak Di Kepulauan Riau. *Jurnal Benefita*, 3(2): 277-290. <https://doi.org/10.22216/benefita.v3i2.3498>

- Perdana, E. S., & Dwirandra, A. A. N. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6): 1458-1469. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i06.p09>
- Putri, A. A. (2018). Kepatuhan Wajib Pajak: Studi Aspek Penerapan E-Filing, Pemahaman Perpajakan, Kesadaran dan Sosialisasi Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 8(2): 261-267. <http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae/article/view/1151>
- Purnamasari, D., & Sudaryo, Y. (2018). The Effect of Knowledge Taxpayer, Moral Taxpayer and Tax Sanctions on Taxpayers Compulsory. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 9(5): 214-219.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry. (1988). Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, 49(4): 41-50.
- Rahayu, S. K. (2017). *Perpajakan: Konsep dan Aspek Formal*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Sari, I. K., & Saryadi. (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3): 126-135. <https://doi.org/10.14710/jiab.2019.24043>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Soto-Acosta, P. (2020). COVID-19 Pandemic: Shifting digital transformation to a high-speed gear. *Information Systems Management*, 37(4): 260-266. <https://doi.org/10.1080/10580530.2020.1814461>.
- Siregar, N. Y. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Penerimaan Pajak Negara Pada Sektor Umkm Di Indonesia. *Jurnal STIE Ibmi Medan*, 51(51): 1-7.
- Wulandari, R. Risal, Kristiawati., R., (2020). Sosialisasi Memoderasi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Research Journal of Accounting and Business Management*, 4(2): 97-115. <https://doi.org/10.31293/rjabm.v4i2.4914>.
- Yustikasari, M. Y., Susyanti, J., & Hufron, M. (2020). The Influence of Taxpayer Attitudes, Taxpayer Awareness, and Knowledge of Taxation on Individual Taxpayer Compliance with Creative Economy Actors in the Fashion Sub-Sector in Batu City. *e-Jurnal Riset Manajemen*. 9(9): 102-117
- Yuniar, A. (2022). Dalam 12 Tahun, Baru di 2021 Target Penerimaan Pajak Tercapai 100 Persen. *Liputan6.Com*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4866149/dalam-12-tahun-baru-di-2021-target-penerimaan-pajak-tercapai-100-persen>.
- Zanaria, Y., & Lestari, A. A. (2020). The Influence of Tax Comprehension, Tax Awareness & Tax Sanctions Toward Tax Obedience of SME's. *Economics & Social Sciences*, 436(2010): 916-921. <https://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.200529.193>