

PENGARUH KESADARAN PERPAJAKAN, KUALITAS PELAYANAN DAN SOSIALISASI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA MUARA TEWEH

Muhamad Rifai¹ Novida²

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muara Teweh
Email: rifai06091995@gmail.com¹ novidavida787@gmail.com²

Abstract

The purpose of this study is to examine how taxpayer compliance is impacted by tax awareness, service quality, and tax socialization. utilizing both statistical and descriptive analysis techniques. Two hundred individuals who would pay taxes were given questionnaires. The Service Quality variable's Standardized Coefficients Beta value, which is 0.799, is higher than the values of the other independent variables. The second hypothesis is approved based on the significance test T test value of $-4.815 > 1.972$. It is determined that $T_{count} > T_{table}$ of $138.847 > 2.65$ is important. The Taxpayer Compliance variable is significantly impacted by Tax Awareness, Service Quality, and Tax Socialization all at once. Service Quality (0.799), Tax Socialization (-0.263), and Tax Awareness (0.050) all have standardized beta values. Taxpayer compliance is 61.7% impacted by service quality, with the remaining 38.3% coming from factors not included in the study. The coefficient of determination R^2 results yielded a R Square value of 0.617, it was determined.

Keywords: Tax Awareness, Service Quality and Tax Socialization.

Abstrak

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik untuk menyelidiki pengaruh Kesadaran Perpajakan, Kualitas Pelayanan, dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Koefisien Beta Standar Variabel Kualitas Pelayanan lebih tinggi dari nilai semua variabel bebas lainnya, yaitu 0,799. Hasil pengujian signifikansi Uji T nilai - 4,815 lebih besar dari 1,972 hipotesis kedua. Tabel F hitung lebih besar dari F tabel sebesar 138,847 dan lebih kecil dari 2,65. Hasilnya dianggap signifikan. Variabel Kepatuhan Wajib Pajak dipengaruhi secara bersamaan oleh Kesadaran Perpajakan, Kualitas Pelayanan, dan Sosialisasi Pajak. Nilai Standardized Coefficient Beta untuk Kesadaran Perpajakan adalah 0,050, sedangkan Kualitas Pelayanan adalah 0,799, dan Sosialisasi Pajak adalah -0,263. Kualitas pelayanan berkontribusi 61,7% terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, dan variabel di luar penelitian berkontribusi 38,3%. Sebagai kesimpulan, koefisien determinasi R^2 menghasilkan nilai R Square 0,617.

Kata Kunci : Kesadaran Pajak, Kualitas Layanan dan Sosialisasi Pajak.

PENDAHULUAN

Pajak memiliki peran yang sangat fundamental dalam kehidupan bernegara. Fungsi utama pajak adalah sebagai sumber dana untuk melaksanakan tanggung jawab negara, baik dalam mengatasi persoalan sosial, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, maupun mendorong tercapainya kemakmuran rakyat. Lebih dari sekadar kewajiban finansial, pajak juga dapat dipandang sebagai kontrak

sosial antara rakyat dengan pemerintah, di mana rakyat memberikan kontribusi dalam bentuk pajak, sedangkan pemerintah berkewajiban mengelola dana tersebut untuk kepentingan publik (Rusyadi, 2009).

Dalam konteks penyelenggaraan pemerintahan daerah, pajak dan retribusi daerah memegang peranan penting sebagai salah satu sumber pendapatan utama. Pendapatan ini digunakan untuk membiayai

penyelenggaraan pemerintah daerah sekaligus mendukung pembangunan yang berorientasi pada otonomi daerah yang nyata, dinamis, serasi, dan bertanggung jawab. Dengan demikian, keberadaan pajak daerah tidak hanya menopang stabilitas fiskal daerah, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam mewujudkan kemandirian daerah.

Wajib pajak orang pribadi diberikan kewenangan sekaligus tanggung jawab yang besar dalam sistem perpajakan. Mereka diberi kepercayaan untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, serta mempertanggungjawabkan sendiri pajak yang terutang. Selain itu, mereka juga memiliki kewajiban untuk melakukan perhitungan, penyeteroran, dan pelaporan pajak sesuai dengan besarnya jumlah pajak yang harus dibayar. Tanggung jawab tersebut menjadi cerminan dari sistem perpajakan modern yang menekankan kesadaran individu dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Pemahaman wajib pajak mengenai fungsi dan peran pajak menjadi kunci utama dalam meningkatkan kepatuhan. Kesungguhan mereka dalam membayar dan melaporkan pajak menunjukkan adanya komitmen untuk menunaikan kewajiban perpajakan secara sadar. Penerapan sistem self-assessment turut memperkuat kondisi ini, karena sistem tersebut menuntut perubahan sikap masyarakat untuk lebih bertanggung jawab, sekaligus mendorong mereka agar mau membayar pajak secara sukarela.

Salah satu langkah strategis yang dapat diambil untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak adalah melalui kegiatan sosialisasi perpajakan. Direktorat Jenderal Pajak secara aktif melaksanakan program sosialisasi yang bertujuan memberikan edukasi, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat. Kegiatan ini sangat penting, terutama bagi para wajib pajak, agar mereka memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai peraturan perpajakan serta ketentuan perundang-undangan yang berlaku (Sulistianingrum, 2009:3). Dengan adanya sosialisasi yang efektif, diharapkan kesadaran wajib pajak semakin meningkat, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap

pencapaian kepatuhan perpajakan yang lebih tinggi.

KAJIAN LITERATUR

Kesadaran Perpajakan

Kesadaran wajib pajak dapat diartikan sebagai sikap sukarela dalam memahami serta melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kesadaran ini tidak hanya sebatas mengetahui aturan, tetapi juga mencerminkan adanya kemauan dari dalam diri wajib pajak untuk mematuhi hukum perpajakan tanpa harus dipaksa. Semakin tinggi kesadaran tersebut, semakin baik pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya. Dengan kata lain, kesadaran berfungsi sebagai dasar utama bagi terciptanya kepatuhan pajak yang berkelanjutan.

Tingkat kesadaran yang dimiliki wajib pajak sangat dipengaruhi oleh pemahaman mereka terhadap hak dan kewajiban di bidang perpajakan. Pengetahuan yang cukup mengenai sistem perpajakan, prosedur pembayaran, serta tata cara pelaporan pajak akan mendorong wajib pajak untuk lebih bertanggung jawab dalam memenuhi kewajibannya. Pengetahuan ini juga membantu mereka dalam menghindari kesalahan, baik yang disebabkan oleh kelalaian maupun ketidaktahuan, sehingga kewajiban perpajakan dapat dipenuhi dengan benar.

Selain pengetahuan, faktor kesadaran juga berkembang melalui pemahaman terhadap konsekuensi yang akan diterima apabila kewajiban perpajakan diabaikan. Sanksi administrasi maupun pidana yang melekat pada pelanggaran perpajakan menjadi salah satu bentuk konsekuensi hukum yang harus dihadapi wajib pajak. Kesadaran akan adanya risiko tersebut diharapkan mampu mendorong wajib pajak untuk lebih disiplin dalam melaksanakan kewajibannya, seperti melaporkan SPT tepat waktu, menghitung pajak dengan benar, serta membayar pajak sesuai ketentuan yang berlaku.

Kesadaran membayar pajak juga erat kaitannya dengan motivasi internal wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya secara mandiri. Ketika wajib pajak memahami bahwa pajak merupakan sumber utama pembiayaan negara, maka dorongan untuk patuh tidak hanya muncul karena takut sanksi, melainkan juga karena adanya rasa tanggung jawab sebagai warga negara. Pada titik inilah kesadaran wajib pajak tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga moral, karena didorong oleh rasa kontribusi terhadap pembangunan nasional.

Hubungan antara pengetahuan perpajakan dengan kesadaran membayar pajak menunjukkan arah yang positif dan signifikan. Artinya, semakin banyak informasi dan wawasan yang dimiliki wajib pajak mengenai ketentuan perpajakan, maka semakin tinggi pula kesadaran mereka untuk membayar pajak tepat waktu. Pengetahuan yang baik membantu wajib pajak untuk lebih percaya diri dalam menjalankan prosedur, memahami hak serta kewajibannya, dan akhirnya melaksanakan pembayaran pajak tanpa adanya keraguan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak merupakan faktor kunci yang memengaruhi kepatuhan. Pengetahuan yang memadai, pemahaman akan konsekuensi hukum, serta motivasi internal untuk berkontribusi kepada negara, semuanya menjadi landasan yang memperkuat kesadaran tersebut. Oleh karena itu, semakin tinggi kesadaran wajib pajak, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Dimensi Kesadaran Perpajakan

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2017:191), ada lima jenis kesadaran Wajib Pajak:

1. Penyuluhan dan informasi mengenai perpajakan serta mutu pelayanan.
2. Kompetensi dan karakter pribadi wajib pajak.
3. Tingkat pemahaman wajib pajak terhadap aturan perpajakan.
4. Kondisi ekonomi yang dimiliki wajib pajak.

5. Pandangan positif terhadap sistem perpajakan yang diberlakukan.

Indikator Kesadaran Perpajakan

Asri (2009) menyebutkan beberapa indikator kesadaran perpajakan sebagai berikut:

1. Memahami ketentuan serta regulasi yang mengatur perpajakan.
2. Menyadari peran pajak sebagai sumber pembiayaan negara.
3. Mengerti bahwa kewajiban perpajakan wajib dilaksanakan sesuai aturan yang berlaku.
4. Melaksanakan perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak secara sukarela serta sesuai ketentuan.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan pajak pada dasarnya merupakan bentuk usaha yang dilakukan pemerintah untuk memberikan rasa nyaman, aman, dan kepastian hukum bagi wajib pajak dalam menunaikan hak maupun kewajiban mereka di bidang perpajakan. Kehadiran pelayanan pajak yang berkualitas bukan hanya sebatas sarana administratif, tetapi juga merupakan instrumen penting dalam membangun kepercayaan wajib pajak terhadap otoritas pajak. Kepercayaan inilah yang nantinya berimplikasi pada kemauan masyarakat untuk patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Mutu pelayanan pajak memiliki peran strategis dalam mendorong kepatuhan. Ketika pelayanan yang diberikan bersifat cepat, tepat, transparan, dan mudah diakses, maka wajib pajak akan merasa dihargai sekaligus didukung dalam menjalankan kewajibannya. Sebaliknya, pelayanan yang rumit dan berbelit dapat menimbulkan ketidakpuasan yang berdampak pada menurunnya kepatuhan pajak. Oleh karena itu, petugas pajak dituntut untuk memiliki kompetensi yang memadai serta pemahaman mendalam mengenai seluruh aspek perpajakan di Indonesia, agar mampu memberikan solusi yang jelas dan tepat kepada masyarakat (Pranadata, 2014).

Dalam konteks manajemen kualitas, pelayanan pajak dapat dipandang sebagai sebuah produk jasa. Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang ditentukan oleh kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan, baik yang dinyatakan secara eksplisit maupun yang tersirat. Dengan kata lain, kualitas layanan akan sangat menentukan sejauh mana ekspektasi wajib pajak dapat terpenuhi. Semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin besar pula kemungkinan wajib pajak untuk patuh.

Lebih jauh, kualitas pelayanan tidak hanya terkait dengan kepuasan sesaat, tetapi juga berkaitan erat dengan pembentukan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Ketika wajib pajak merasa puas terhadap layanan yang diberikan, maka kepercayaan mereka terhadap otoritas pajak akan meningkat. Kondisi ini dapat memperkuat loyalitas wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya, sehingga tercipta hubungan yang berkesinambungan antara otoritas pajak dan masyarakat.

Kepuasan pelanggan, dalam hal ini wajib pajak, dapat dipahami sebagai perasaan senang maupun kecewa yang timbul setelah membandingkan antara persepsi mereka terhadap kinerja pelayanan dengan harapan yang dimiliki. Jika kinerja pelayanan dianggap sesuai dengan harapan, wajib pajak akan merasa puas. Namun, jika kinerja pelayanan melampaui harapan, tingkat kepuasan akan meningkat lebih tinggi lagi. Sebaliknya, bila kinerja yang diterima jauh di bawah harapan, maka yang muncul adalah rasa kecewa yang dapat mengurangi minat untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pajak merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya memastikan terpenuhinya kebutuhan wajib pajak, tetapi juga membangun kepuasan, kepercayaan, serta loyalitas jangka panjang yang pada akhirnya

akan berdampak positif bagi penerimaan pajak negara.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Berdasarkan model SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman (1998), terdapat lima dimensi utama dalam SERVQUAL, yaitu:

1. Tangible berhubungan dengan daya pikat sarana fisik, perlengkapan, bahan yang digunakan perusahaan, serta penampilan para pegawai.
2. Kepercayaan berkaitan dengan kompetensi perusahaan dalam menyajikan layanan secara tepat dan benar.
3. Responsif mencerminkan kesiapan dan kemampuan pegawai dalam melayani pelanggan, menanggapi kebutuhan mereka, serta memberikan informasi mengenai waktu pelayanan.
4. Keyakinan mengacu pada sikap pegawai rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan sekaligus memberikan rasa aman.
5. Empathy berarti memahami persoalan yang dihadapi pelanggan serta bertindak demi kepentingan mereka, memberikan perhatian lebih, dan menyediakan waktu layanan yang fleksibel.

Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan pajak menurut Ni Komang (2021), yaitu sebagai berikut:

1. Lokasi samsat yang strategis.
2. Petugas pajak dapat memberikan layanan pajak dengan baik.
3. Petugas dapat menjelaskan secara akurat hal-hal yang belum jelas tentang pajak kendaraan bermotor.
4. Petugas dapat berkomunikasi dengan baik.
5. Petugas dapat memberikan layanan yang mudah bagi wajib pajak.

Sosialisasi Pajak

Secara umum, konsep ini dapat dipahami sebagai suatu usaha yang dilakukan oleh individu maupun organisasi untuk

menyampaikan informasi agar dapat diketahui masyarakat luas ataupun kelompok tertentu. Selain itu, konsep ini juga diartikan sebagai proses di mana seseorang mempelajari sistem nilai, norma, serta pola perilaku yang diharapkan oleh suatu kelompok, sehingga terjadi perubahan dari individu sebagai pihak luar menjadi bagian yang berperan efektif dalam organisasi.

Sosialisasi pajak adalah upaya pemerintah atau Direktorat Jendral Pajak untuk mendidik masyarakat umum dan wajib pajak khususnya tentang peraturan perundang-undangan pajak. Seperti halnya sosialisasi pajak, yang merupakan peran penting dari pemerintah, terutama Dirjen Pajak, untuk memberi Wajib Pajak informasi, pengetahuan, dan pemahaman tentang pajak. Keyakinan bahwa Wajib Pajak individu harus berperilaku taat pajak telah berkembang menjadi sosialisasi pajak.

Dimensi Sosialisasi Pajak

1. Kegiatan sosialisasi perpajakan berperan meningkatkan pengetahuan wajib pajak.
2. Tingkat pemahaman tentang perpajakan berdampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
3. Sosialisasi perpajakan secara langsung memengaruhi peningkatan kepatuhan wajib pajak.
4. Sosialisasi perpajakan juga memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak melalui peningkatan pengetahuan perpajakan sebagai variabel perantara.

Menurut Putra dkk dimensi sosialisasi pajak sebagai berikut:

1. Sosialisasi Langsung
Dengan kata lain, kegiatan sosialisasi pajak yang melibatkan interaksi langsung dengan wajib pajak atau calon wajib pajak. Bentuk interaksi langsung lainnya termasuk seminar, diskusi, workshop, dan pidato tentang pajak.
2. Sosialisai tidak langsung
Dengan kata lain, kegiatan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat dengan sedikit atau tidak ada interaksi dengan

peserta. Sosialisasi melalui radio dan televisi serta penyebaran buku tentang perpajakan adalah contoh kegiatan sosialisasi tidak langsung. Media menentukan jenis sosialisasi tidak langsung.

Indikator Sosialisasi Pajak

Menurut Yogatama (2015), ada empat indikator yang digunakan untuk mengukur sosialisasi pajak. Mereka termasuk:

1. Kantor samsat memberikan informasi tentang peraturan pajak baru yang berlaku;
2. Sosialisasi pajak dapat membantu wajib pajak memahami ketentuan pajak;
3. Sosialisasi pajak membantu wajib pajak memahami cara membayar pajak; dan
4. Wajib pajak dapat meminta penjelasan dari petugas pajak ketika mereka mendapatkan uang pajak.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak dapat diukur melalui sejumlah indikator, seperti pelaporan SPT untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir yang dilakukan tepat waktu, tidak adanya tunggakan pajak kecuali telah memperoleh persetujuan untuk mengangsur atau menunda pembayaran, tidak pernah dikenai sanksi pidana perpajakan dalam sepuluh tahun terakhir, serta kewajiban pembukuan yang dilaksanakan dengan baik dalam dua tahun terakhir.

Secara umum, kepatuhan wajib pajak diartikan sebagai kondisi ketika wajib pajak melaksanakan seluruh kewajiban perpajakannya sekaligus menunaikan hak-hak yang dimilikinya. Hal ini mencerminkan bahwa wajib pajak harus memahami, menaati, dan melaksanakan kewajiban perpajakan, termasuk membayar pajak sesuai ketentuan yang berlaku. Dengan demikian, kepatuhan pajak menunjukkan bahwa wajib pajak menjalankan kewajiban serta hak perpajakannya secara benar dan sesuai aturan.

Dimensi Kepatuhan Wajib Pajak

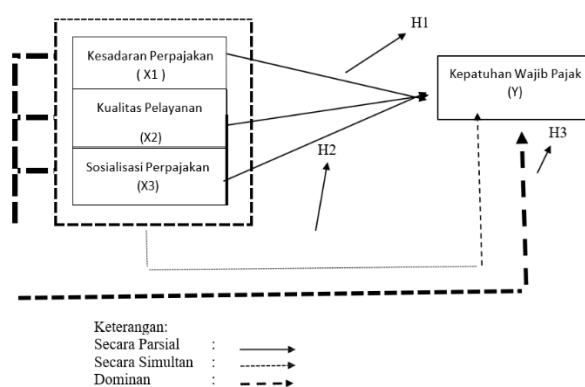
Menurut Amalia dkk. (2016), ada tiga tingkat kepatuhan wajib pajak:

1. Kedisiplinan dalam membayar pajak menggambarkan sejauh mana wajib pajak taat dalam menunaikan kewajibannya. Semakin tinggi tingkat kedisiplinan wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak, maka semakin besar pula tingkat kepatuhan mereka terhadap peraturan perpajakan.
2. Pengetahuan tentang Pajak: Wajib pajak harus memahami fungsi dan tujuan pajak, sehingga mereka harus memiliki pemahaman yang baik tentang pajak.

Indikator Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Dewi (2014), ada beberapa metrik yang digunakan untuk mengukur kepatuhan wajib pajak. Mereka termasuk kemampuan untuk memenuhi kewajiban pembayaran pajak kendaraan bermotor. Mereka membayar pajak dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Mereka selalu dapat membayar semua tunggakan yang menjadi kewajiban mereka.

Kerangka Pikir



1. Variabel Independen yaitu mempengaruhi Variabel yang lainnya, Variabel independent dalam penelitian ini adalah Kesadaran Perpajakan (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Sosialisasi Pajak (X3).

2. Variabel Dependen yaitu Variabel yang dipengaruhi oleh variabel yang lainnya, Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepatuhan Wajib Pajak (Y).

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran dan kajian pustaka pada sub sebelumnya, maka hipotesis dapat:

- H1 : berpengaruh signifikan secara Parsial terhadap kepatuhan wajib pajak pada KPP Pratama Muara Teweh
- H2 : berpengaruh signifikan secara Simultan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Muara Teweh
- H3 : Adanya pengaruh variabel yang dominan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Muara Teweh

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian ini termasuk kedalam kategori penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Muara Teweh yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani No. 167, Muara Teweh.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak sejumlah 200 orang.

Sampel

Menurut Arikunto (2017:173) sampel diukur berdasarkan nilai dan karakteristik populasi yang akan diselidiki.

Definisi Operasional Variabel

1. Independen Variabel

Variabel adalah yang dipengaruhi atau dihasilkan karena variabel independen (Sugiyono, 2007: 33). Pada penelitian ini,

variabel dependen yang digunakan adalah Kepatuhan Wajib Pajak (Y).

2. Dependent Variabel

Variabel yang menyebabkan variabel terikat muncul atau berubah disebut variabel bebas (Sugiyono, 2007:33). Pengaruh Kesadaran Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah faktor perpajakan dan kegiatan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak masyarakat di Kantor Pelayanan Pajak Muara Teweh. Variabel penelitian yang dianalisis mencakup Kesadaran Perpajakan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), serta Sosialisasi Pajak (X3).

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Kuesioner sendiri merupakan cara pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi atau pandangan mereka kepada responden sejumlah pertanyaan tertulis yang harus mereka jawab sesuai dengan kondisi atau pendapatnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Teknik Pengumpulan Data

Tabel 1
Uji Autokorelasi *Durbin Watson*
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.785 ^a	.617	.611	1.439	2.016

a. Predictors: (Constant), SOSIALISASI PAJAK, KUALITAS PELAYANAN, KESADARAN PERPAJAKAN

b. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK

Dari Berdasarkan tabel di atas, nilai Durbin-Watson yang diperoleh sebesar 2,016. Mengacu pada distribusi nilai pada tabel Durbin-Watson dengan jumlah variabel bebas (k)=3 dan jumlah sampel (N)=200 pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai $du=17990$. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa

sebelumnya, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa tidak ada gejala autokorelasi. Nilai du pada tabel durbin watson sebesar 1,7990, yang berarti bahwa nilai du sebesar 1,7990 kurang dari 2.

Tabel 2
Uji Parsial (uji-t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.594	1.362		5.577	.000		
	KESADARAN PERPAJAKAN	.067	.075	.050	.893	.373	.626	1.598
	KUALITAS PELAYANAN	.842	.049	.799	17.061	.000	.891	1.122
	SOSIALISASI PAJAK	-.279	.058	-.263	-4.815	.000	.655	1.526

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK

Berdasarkan hasil uji di atas dapat di lihat bahwa nilai thitung Variabel Kualitas

Pelayanan lebih besar dari nilai ttabel (17,061 > 1,972) dengan tingkat signifikan di bawah

0,05 yaitu 0,000, nilai thitung Kesadaran Perpajakan lebih kecil dari ttabel ($0,893 < 1,972$) dengan Tingkat signifikan di bawah

0,05 yaitu 0,373 dan nilai thitung Sosialisasi Pajak lebih besar dari ($-4,815 > 1,972$) dengan tingkat signifikan di bawah 0,05 yaitu 0,000.

Tabel 3
Uji Signifikan Simultan (Uji-f)

ANOVA ^a		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	652.822	3	217.607	105.140	.000 ^b
	Residual	405.658	196	2.070		
	Total	1058.480	199			

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK

b. Predictors: (Constant), SOSIALISASI PAJAK, KUALITAS PELAYANAN, KESADARAN PERPAJAKAN

Hasil pada tabel di atas memperlihatkan bahwa nilai Fhitung ($105,140 > F_{tabel}(2,65)$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,050. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh yang terjadi bersifat signifikan. Dengan demikian, variabel

Kesadaran Perpajakan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Sosialisasi Pajak (X_3) terbukti berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y).

Tabel 4
Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 ^a	.617	.611	1.43864

a. Predictors: (Constant), Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan,

b. Kesadaran Perpajakan Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

1. R Square sebesar 0,617 berarti 39,3%, artinya hubungan antara Kesadaran Perpajakan, Kualitas Pelayanan, dan Sosialisasi Pajak yaitu memiliki hubungan yang erat. Sisanya 60,7% dipengaruhi oleh variable lain. R (korelasi) sebesar 0,785.
2. Standar Error of Estimated (Standar Deviasi) merupakan ukuran tingkat penyimpangan dari nilai prediksi. Dalam penelitian ini diperoleh standar deviasi sebesar 1,439, yang mengindikasikan bahwa semakin kecil nilainya maka hasil estimasi semakin akurat.
3. R sebesar 0,785 atau 78,5% menunjukkan adanya hubungan antara Kualitas Pelayanan, Sanksi Pajak dan Motivasi Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kantor

Pelayanan Pajak Pratama Muara Teweh.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Variabel Kesadaran Perpajakan pengujian signifikansi Uji T (Parsial) yang memperoleh nilai thitung $0,893 > t_{tabel} 1,972$ dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,050$ dan Kualitas Pelayanan signifikansi Uji T (Parsial) yang memperoleh nilai thitung $0,799 > t_{tabel} 1,972$ dengan taraf signifikan sebesar, $0,000 < 0,050$ dinyatakan berpengaruh Signifikan secara Parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Sedangkan Sosialisasi Pajak pengujian signifikansi Uji T (Parsial) yang memperoleh nilai thitung $-4,815 < t_{tabel} 1,972$ dengan taraf

signifikan sebesar $0,000 > 0,050$ dinyatakan tidak berpengaruh secara Parsial terhadap Kepuasan masyarakat pajak pada KPP Pratama Muara Teweh.

2. Variabel Kesadaran Perpajakan, Kualitas Pelayanan, dan Sosialisasi Pajak menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $138,847 > 2,65$ dengan nilai signifikan $< 0,000$ lebih kecil dari $0,05$ maka pengaruhnya dinyatakan signifikan, berpengaruh Simultan maka pengaruhnya dinyatakan signifikan.
3. Dalam penelitian ini, diketahui variable Kesadaran Perpajakan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Sosialisasi Pajak (X_3) memiliki nilai Standardized Coefficients Beta sebesar $X_1 (0,050)$, $X_2 (0,799)$ dan variabel (X_3) memiliki nilai sebesar $(-0,263)$. Hal ini menunjukkan bahwa variable Kualitas Pelayanan (X_2) memiliki nilai Standardized Coefficients Beta terbesar diantara variabel bebas lainnya, kualitas Pelayanan (X_2) menjadi variabel yang lebih dominan.

Saran

1. Bagi Pihak Kantor
Diharapkan bagi pihak kantor pajak dapat mempertahankan pelayanan yang baik tersebut.
2. Bagi Pihak Peneliti
 - a. Penelitian di masa mendatang diharapkan dapat memperluas kajian dengan merujuk pada lebih banyak sumber, referensi, maupun literatur yang relevan di bidang perpajakan.
 - b. Peneliti berikutnya diharapkan dapat melakukan persiapan yang lebih matang dalam proses pengambilan data, pengumpulan informasi, serta aspek teknis lainnya sehingga kualitas penelitian dapat lebih optimal.
 - c. Hasil penelitian skripsi ini berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut ke jenjang yang lebih tinggi, misalnya melalui penelitian tesis.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, Manik. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Biaya Kepatuhan Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak pada Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak Badan yang Terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Madya Denpasar. Denpasar: Jurusan Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- I Gede Putu Pranadata. 2014. Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Perpajakan Dan Pelaksanaan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu. Malang: Universitas Brawijaya
- Siti Kurnia Rahayu, 2017, Perpajakan Konsep dan Aspek Formal, Bandung: Rekayasa Sains
- Sulistianingrum. 2009. Kualitas Pelayanan Administrasi dan Sosial Perpajakan terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak. Skripsi. Fakultas Ekonomi Pembangunan Nasional Veteran. Jakarta.

PROFIL PENULIS

Muhamad Rifai, S.E., M.M., Dosen Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Muara Teweh Jl. Berlian No.55, Kec. Teweh Tengah, Kalimantan tengah 73811

Email: rifai06091995@gmail.com

Novida, Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Muara Teweh Jl. Berlian No.55, Kec. Teweh Tengah, Kalimantan tengah 73811

Email: novidavida787@gmail.com