Determinan Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Desa Wisata di Kapanewon Ngaglik: Pengetahuan, Sosialisasi, dan Kesadaran

Shika Endarti[1*], Rochmad Bayu Utomo[2], Martinus Budiantara[3], Tutut Dewi Astuti[4]
Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Jalan Wates Km.10, Sedayu, Bantul, Yogyakarta[1,2,3,4]
ofc.shikaend@gmail.com[1], bayu@mercubuana-yogya.ac.id[2], budiantara@mercubuana-yogya.ac.id[3], tutut@mercubuana-yogya.ac.id[4]*

Abstrak
Tujuan: This study aims to analyze the influence of tax knowledge and tax socialization on taxpayer compliance, with taxpayer awareness acting as a mediating variable. Grounded in the Theory of Planned Behavior and Attribution Theory, the research focuses on 60 MSME owners supporting tourism villages in Ngaglik Subdistrict, Sleman Regency, who hold an NPWP and have operated for at least one year.
Metodologi/pendekatan: This quantitative research utilized primary data collected in 2025 via five-point Likert-scale questionnaires using accidental sampling. Data were evaluated using PLS-SEM with SmartPLS 4.1.1.8 software and bootstrapping.
Hasil/Hasil: All indicators and variables met convergent validity and reliability criteria. Tax knowledge and tax socialization positively affect awareness (β = 0,545 and 0,365) and (β = 0,274 and 0,208). Awareness positively influences compliance (β = 0,481) and partially mediates the effects of knowledge (β = 0,262) and socialization (β = 0,176). The model explains 73,9 percents of the variance in compliance and 64,7 percents in awareness.
Keterbatasan: Accidental sampling, a small sample size (60 respondents), a cross-sectional design, a single-subdistrict scope, and restrictions inherent to causal inferences.
Kontribusi: The study demonstrates that awareness, functioning as an attitudinal-normative orientation, partially mediates internal (knowledge) and external (socialization) influences on compliance. It reveals that respondents grasp basic concepts better than practical procedures and that information accessibility alone does not ensure comprehension, highlighting the need for practical tax education on bookkeeping, calculation, payment, and annual return filing.

Kata kunci: *tax knowledge, tax socialization, taxpayer awareness, tax compliance, MSMEs*

1. Pendahuluan

Di Indonesia, sektor perpajakan menjadi tumpuan penerimaan negara yang berfungsi sebagai penyangga utama operasional pemerintahan. Berdasarkan informasi Direktorat Jenderal Pajak, pajak menyumbang lebih dari 80 persen dari total pendapatan negara pada tahun 2025. Dalam pelaksanaannya, setiap jenis pajak memiliki mekanisme pemenuhan kewajiban yang berbeda sesuai dengan jenis dan karakteristiknya. *Self Assessment System* (SAS) merupakan salah satu mekanisme pemungutan pajak; melalui mekanisme ini wajib pajak dituntut untuk berperan aktif menjalankan seluruh tahapan kewajiban perpajakannya, yakni menghitung, menyetor, sampai melaporkan jumlah pajak yang harus dibayarkannya. Dalam mekaisme ini, pemerintah berperan sebagai pihak yang melakukan pengawasan terhadap proses pemenuhan kewajiban perpajakan. *Self Assessment System* diterapkan antara lain pada Pajak Penghasilan (PPh), yaitu pajak atas penghasilan atau pertambahan kapasitas ekonomi yang diterima dari kegiatan bekerja sebagai pegawai ataupun berusaha sendiri. Penelitian pada UMKM pun memperlihatkan bahwa penerapan *Self Assessment System* berhubungan dengan ketaatan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (Wirawan et al., 2024). Keberhasilan pemenuhan kewajiban perpajakan dengan mekasnime *Self Assessment System* ditentukan oleh tingkat kesediaan serta kemampuan masing-masing wajib pajak, hal ini dikarenakan mereka bertanggung jawab sepenuhnya atas pajak yang menjadi kewajibannya.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti terhadap 120 pelaku UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik, sebanyak 104 UMKM diantaranya diindikasikan telah memiliki NPWP. Namun

sebanyak 60,58 persen dari 104 UMKM ber-NPWP yang ditemui belum melaporkan SPT Tahunan serta menghitung dan menyetorkan pajaknya. Hasil observasi tersebut menandakan bahwa kepatuhan pajak UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik masih berada pada level yang rendah. Kondisi kepatuhan yang rendah ini diperkuat dengan realisasi PBB-P2 yang juga tergolong masih rendah rendah serta cenderung mengalami penurunan. Realisasi PBB-P2 Kapanewon Ngaglik pada tahun 2024 adalah sebesar 80 persen dari target, tingkat realisasi ini menurun sebesar 2 persen dari realisasi tahun 2023 (BKAD Kabupaten Sleman, 2025). Kondisi ini perlu dicermati, karena PBB-P2 termasuk pajak yang memakai mekanisme *Official Assessment System*, yakni jumlah pajaknya dihitung serta ditentukan oleh pemerintah, sehingga wajib pajak cukup melakukan pembayaran. Apabila pada pajak yang perhitungannya dibantu pemerintah saja tingkat kepatuhannya belum optimal, maka kepatuhan atas pajak yang memakai *Self Assessment System*, di mana perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak dilakukan sendiri oleh wajib pajak, layak dikaji lebih mendalam untuk melihat apakah tingkat kepatuhannya lebih rendah atau justru sebaliknya. Rendahnya kepatuhan pajak UMKM di Indonesia telah dibahas dalam penelitian Amalia (2025); Zebua & Putra (2025). Kedua penelitian tersebut mengaitkan persoalan kepatuhan dengan kompleksitas peraturan dan keterbatasan pengetahuan perpajakan yang dimiliki. Permasalahan serupa ditemukan Susilowati dan Utomo (2025) pada UMKM gerabah di Desa Wisata Kasongan, yang memperlihatkan tingkat kepatuhan masih menjadi persoalan dan perlu diperhatikan, sementara kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh kepercayaan terhadap pemerintah serta motivasi untuk membayar pajak.

Pengetahuan tentang perpajakan dapat mendukung terciptanya suatu kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan. Yang dimaksud pengetahuan perpajakan adalah sejauh mana wajib pajak menguasai ketentuan, hak, kewajiban, serta prosedur pemenuhan kewajiban pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Aninda et al. (2023) menjelaskan bahwa kepemilikan pengetahuan pajak pada seorang individu menyangkut kompetensinya tentang pemahaman terhadap administrasi perpajakan, perhitungan pajak yang terutang, hingga pengisian dan penyampaian SPT. Wajib pajak memerlukan pengetahuan perpajakan yang memadai, bukan sekadar untuk tahu adanya kewajiban pajak yang wajib dipenuhi, melainkan juga untuk mengerti cara menjalankan kewajiban itu. Sejumlah studi membuktikan bahwa pengetahuan perpajakan turut berperan dalam menentukan seberapa patuh wajib pajak (Kase et al., 2024; Siregar et al., 2025). Walaupun sebagian studi menyimpulkan adanya pengaruh pengetahuan perpajakan pada kepatuhan, hasil berbeda diperoleh penelitian (Izdhihar & Tarmidi, 2024; Novita et al., 2024; Permata & Zulmita, 2025), yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan tidak memengaruhi kepatuhan. Perbedaan hasil tersebut mengisyaratkan bahwa keterkaitan pengetahuan perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak masih perlu diteliti kembali dengan memperhatikan karakteristik wajib pajak dan konteks lokasi penelitian. Temuan observasi pada UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik juga memberikan gambaran yang sejalan dengan persoalan tersebut, yaitu adanya pengetahuan mengenai ketentuan perpajakan secara konseptual yang belum sepenuhnya diikuti dengan pemenuhan aspek administratif. Dengan demikian, terdapat kemungkinan adanya faktor lain yang turut berperan dalam proses perubahan pengetahuan menjadi perilaku kepatuhan.

Selain pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan merupakan sarana untuk menyampaikan informasi tentang ketentuan, prosedur, dan kewajiban pajak. Sosialisasi dapat membantu para pelaku UMKM untuk memahami kewajiban perpajakannya, dimulai dari pemahaman mengenai fungsi pajak, peraturan, mekanisme, dan sanksi yang dikenakan kepada mereka yang lalai memenuhi kewajiban. Sosialisasi perpajakan merupakan cara yang ditempuh aparat perpajakan dalan memperkenalkan panduan dan prosedur melakukan kewajiban pajak. Zaikin et al. (2023) menemukan bahwa sosialisasi pajak memengaruhi kepatuhan, dan Palupi & Arifin (2023) menjelaskan pengaruh positif sosialisasi terhadap kepatuhan Meskipun demikian, Nta'ola & Astuti (2024); Setyawan & Purwantini (2021); Wahyuningrum et al. (2023) tidak menemukan pengaruh yang signifikan. Perbedaan tersebut mengisyaratkan bahwa sosialisasi belum secara otomatis dapat meningkatkan kepatuhan. Efektivitasnya dapat dipengaruhi oleh cara informasi disampaikan dan karakteristik penerima informasi.

Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), kesadaran wajib pajak memegang peranan penting dalam pemenuhan kewajiban perpajakan serta pembentukan perilaku patuh pajak. Menurut teori ini, perilaku seseorang lahir dari proses psikologis mencakup sikap, norma subjektif, dan persepsi atas kendali perilaku sebelum akhirnya diwujudkan pada perilaku tertentu. Dalam konteks perpajakan, pengetahuan dan informasi yang diperoleh dari sosialisasi mampu membentuk pemahaman wajib pajak, namun pemahaman tersebut perlu berkembang menjadi dorongan internal agar kemudian dapat diwujudkan dalam perilaku kepatuhan. Dengan demikian, kesadaran dapat ditempatkan sebagai bagian dari proses internal yang menghubungkan pengetahuan dan informasi perpajakan dengan perilaku wajib pajak.

Selain TPB, Teori Atribusi digunakan sebagai pendukung untuk membedakan sumber informasi yang dimiliki wajib pajak. Pengetahan perpajakan dipandang sebagai faktor internal yang berada dalam kendali wajib pajak, sedangkan sosialisasi perpajakan merupakan faktor ekternal yang berasal dari otoritas pajak atau pihak lain, sehingga pengaruhnya bergantung pada bagaimana informasi tersebut diterima dan dimaknai. Perbedaan sumber ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan sosialisasi dapat berkaitan dengan terbentuknya kesadaran melalui jalur yang berbeda.

Gagasan bahwa kesadaran menjadi jembatan antara pengetahuan serta informasi perpajakan dan kepatuhan diperkuat oleh temuan penelitian (Karlinah et al., 2024), yakni bahwa kesadaran wajib pajak mampu memediasi pengaruh pengetahuan dan pemahaman perpajakan pada kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil itu menunjukkan bahwa hubungan pengetahuan dengan kepatuhan tidak mesti dimaknai sebagai hubungan yang langsung, tetapi dapat melibatkan proses internal dalam diri wajib pajak. Meski demikian, temuan tentang peran mediasi kesadaran masih belum seragam: penelitian (Susanto & Fiorita, 2023) dan (Karlinah et al., 2024) membuktikan bahwa kesadaran wajib pajak memediasi pengaruh pengetahuan perpajakan pada kepatuhan, sedangkan (Simanjuntak et al., 2025) mendapati bahwa kesadaran gagal memediasi pengaruh pengetahuan perpajakan, tetapi berhasil memediasi pengaruh sosialisasi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak. Kemudian (Dewanti Wulanningrat & Rachmawati, 2023) juga menjelaskan bahwa kesadaran tidak memediasi pengaruh sosialisasi pada UMKM. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan bahwa peran mediasi kesadaran perlu diuji kembali.

penelitian ini bertujuan menguji bagaimana pengetahuan dan sosialisasi perpajakan memengaruhi kepatuhan wajib pajak, dengan kesadaran sebagai variabel mediasi, pada UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik. Penelitian berfokus pada pelaku UMKM Orang Pribadi yang ber- NPWP dan sudah menjalankan kegiatan usaha selama satu tahun, sehingga penelitian diarahkan pada pelaksanaan kewajiban perpajakan setelah wajib pajak terdaftar dalam kernilai *Self Assessment System.* Pemilihan konteks dan kriteria responden tersebut diharapkan dapat memperluas kajian mengenai kepatuhan perpajakan UMKM, khususnya pada UMKM Orang Pribadi di wilayah desa wisata yang menjalankan aktivitas perdagangan dengan karakteristik barang yang beragam, baik hasil produksi sendiri maupun barang titipan, serta memiliki karakteristik responden yang sebagian besar juga menjalankan pekerjaan sebagai pegawai. Hasil penelitian diharapkan dapat meggambarkan tentang bagaimana pengetahuan dan sosialisasi mendorong kepatuhan melalui terbentuknya kesadaran, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam mengoptimalkan penerapan *self assessment system* di kalangan UMKM.

2. Tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis

2.1 Teori perilaku terencana

Theory of Planned Behavior (TPB) dikembangkan oleh (Ajzen, 1991) sebagai perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TPB memandang bahwa perilaku individu dibentuk oleh tiga komponen, yakni sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), serta persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Ketiga unsur itu membentuk niat individu guna bertindak dan selanjutnya mampu mendorong terbentuknya perilaku aktual.

Relevansi pendekatan tersebut dalam kajian kepatuhan perpajakan juga didukung oleh penelitian terdahulu, diantaranya yaitu (Putra & Osman, 2019) menggunakan TPB untuk mengkaji kepatuhan wajib pajak UMKM, (Mahardika & Nurlis, 2025) menggunakan pendekatan TPB dan menemukan

bahwa pengetahuan berkaitan dengan kepatuhan perpajakan, (Styaningrum et al., 2025) menemukan bahwa sosialisasi berhubungan dengan kepatuhan baik secara langsung maupun melalui kesadaran. Temuan tersebut memperkuat relevansi TPB dalam menjelaskan keterkaitan antara informasi perpajakan, kesadaran, dan kepatuhan, yang secara khusus dapat dilihat pada peran pengetahuan dan sosialisasi.

Sejalan dengan peran TPB tersebut, kesadaran wajib pajak didefinisikan sebagai orientasi sikap normatif wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan. Dalam kernilai TPB, orientasi berada pada tataran keyakinan dan sikap serta mencakup unsur norma moral pribadi. Kesadaran bukan niat berperilaku. Niat adalah komitmen atau kesiapan untuk melakukan tindakan tertentu dalam waktu tertentu, sedangkan kesadaran adalah penilaian dan pengakuan yang mendahuluinya.

2.2 Teori atribusi

Teori Atribusi menguraikan bagaimana seseorang memahami dan menilai sebab-sebab suatu perilaku dengan melihat faktor internal ataupun eksternal. Menurut Heider (1958), perilaku seseorang bisa dipahami lewat dua jenis atribusi, yaitu internal dan eksternal. Atribusi internal berkaitan dengan faktor yang ada dalam diri individu, sedangkan atribusi eksternal berkaitan dengan faktor yang ada di lingkungan atau situasi di luar individu.

Penelitian ini memosisikan pengetahuan perpajakan sebagai faktor internal, yaitu terkait seberapa jauh wajib pajak memiliki pemahaman dan kemampuan untuk menunaikan kewajiban pajaknya. Wajib pajak yang menguasai aturan dan prosedur perpajakan mempunyai bekal yang lebih memadai untuk menjalankan kewajibannya dengan benar. Sementara itu, sosialisasi perpajakan dipandang sebagai faktor eksternal karena informasi dan edukasi perpajakan diperoleh wajib pajak melalui lingkungan atau pihak lain. Sosialisasi dapat memberikan informasi mengenai ketentuan, prosedur, serta tata cara pemenuhan kewajiban perpajakan sehingga mampu membantu wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya.

Teori Atribusi digunakan sebagai teori pendukung yang menjelaskan keterkaitan pengetahuan dan sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak, serta perbedaan cara keduanya membentuk kesadaran. Dengan demikian, Teori Atribusi melengkapi *Theory of Planned Behavior*, TPB dipakai untuk menernilain lahirnya kesadaran sebagai orientasi sikap normatif yang mendahului kepatuhan, sedangkan Teori Atribusi dipakai untuk menernilain pengaruh faktor internal serta eksternal terhadap kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Kedua teori tersebut diterapkan dalam konteks mekanisme pemungutan pajak yang berlaku bagi UMKM, yaitu Self Assessment System

2.3 Pengembangan hipotesis

2.3.1 Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak

Theory of Planned Behavior menyatakan bahwa sikap seseorang terhadap suatu perilaku dibentuk oleh keyakinannya tentang hasil yang akan didapat dari perilaku itu. Pengetahuan perpajakan membekali wajib pajak dengan pemahaman tentang fungsi pajak, ketentuan perpajakan, serta tata cara menghitung, menyetor, dan melaporkan pajak. Pemahaman tersebut dapat membentuk penilaian yang lebih baik tentang pentingnya memenuhi kewajiban perpajakan. Dari sudut pandang Teori Atribusi, pengetahuan termasuk faktor internal yang dikendalikan sendiri oleh wajib pajak, sehingga dapat secara langsung diolah menjadi keyakinan mengenai kewajiban dan kegunaan pajak. Jadi, kesadaran lahir dari pemahaman wajib pajak itu sendiri. Penerapan *Self Assessment System* membuat wajib pajak memikul tanggung jawab untuk menghitung, membayar, serta melaporkan sendiri kewajiban pajaknya. Oleh sebab itu, pengetahuan perpajakan menjadi pijakan bagi tumbuhnya kesadaran Wajib Pajak agar mampu menunaikan kewajibannya secara mandiri dan penuh tanggung jawab. Makin baik pengetahuan perpajakan seseorang, makin tinggi pula kemungkinan ia memahami kewajiban pajaknya.

(Karlinah et al., 2024) membuktikan adanya pengaruh pengetahuan perpajakan pada kesadaran wajib pajak. Hasil serupa juga diperoleh (Zaikin et al., 2023b) serta (Rika et al., 2023), yang sama-sama mendapati bahwa kesadaran wajib pajak dipengaruhi oleh pengetahuan perpajakan. Dengan demikian, hipotesis pertama dirumuskan sebagai berikut:

H1: Pengetahuan pajak memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak.

2.3.2 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak

Sosialisasi perpajakan menjadi sarana bagi wajib pajak untuk mengerti hak dan kewajiban pajaknya lewat penyampaian informasi maupun forum diskusi. Menurut *Theory of Planned Behavior*, informasi dan lingkungan sosial turut membentuk norma subjektif sekaligus menjadi landasan bagi seseorang dalam bersikap terhadap suatu perilaku. Sosialisasi yang berjalan efektif mampu menguatkan pemahaman bahwa patuh terhadap kewajiban pajak adalah perilaku yang diharapkan. Berbeda dengan pengetahuan, sosialisasi merupakan faktor eksternal yang baru berkontribusi pada kesadaran setelah informasinya diterima, dipahami, dan dimaknai. Pengaruhnya bergantung pada kejelasan, kecukupan, dan aksesibilitas informasi serta penafsiran individu. Pada *Self Assessment System*, sosialisasi memegang peranan amat penting sebab wajib pajak diharuskan sanggup menunaikan kewajibannya sendiri. Informasi mengenai aturan perpajakan serta prosedur pemenuhan kewajiban pajak membantu wajib pajak mengetahui langkah-langkah yang perlu ditempuh supaya kewajiban pajaknya dapat dipenuhi dengan baik. (Zaikin et al., 2023b) menemukan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh pada kesadaran wajib pajak, artinya kesadaran wajib pajak bisa bertambah seiring membaiknya mutu sosialisasi perpajakan. Pentingnya sosialisasi dalam meningkatkan kepatuhan juga ditegaskan oleh temuan (Simanjuntak et al., 2025). Atas dasar itu, hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut:

H2: Sosialisasi pajak memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak.

2.3.3 Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Teori Atribusi dipakai untuk menerangkan bahwa perilaku individu dipengaruhi faktor yang berasal dari dalam ataupun luar dirinya. Pengetahuan perpajakan tergolong faktor internal yang berhubungan dengan kemampuan serta pemahaman Wajib Pajak dalam menunaikan kewajiban pajaknya. Wajib Pajak yang memahami aturan, tarif, cara penghitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak akan memiliki bekal yang memadai untuk melaksanakan kewajibannya dengan tepat. Keterkaitan ini sesuai dengan mekanisme *Self Assessment System*, yang membebankan seluruh tanggung jawab kepada wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban pajaknya, sejak penghitungan pajak terutang sampai penyelesaian pelaporan Surat Pemberitahuan. Ketika pengetahuan yang dimiliki memadai, kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pelaksanaan kewajiban dapat berkurang sehingga kepatuhan dapat meningkat. (Zaikin et al., 2023b) membuktikan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi secara langsung oleh pengetahuan wajib pajak. Temuan ini didukung (Simanjuntak et al., 2025) dan (Kase et al., 2024), yang juga menyimpulkan adanya pengaruh pengetahuan perpajakan pada kepatuhan wajib pajak. Meski begitu, pengaruh tersebut tidak dijumpai dalam penelitian (Endrayanto et al., 2022). Dengan demikian, hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut.

H3: Pengetahuan pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

2.3.4 Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Teori Atribusi memandang bahwa perilaku individu dipengaruhi faktor eksternal yang berasal dari lingkungannya. Sosialisasi perpajakan tergolong faktor eksternal tersebut, sebab informasi, edukasi, dan arahan yang diterima wajib pajak datang dari pihak lain. Sosialisasi yang mudah dipahami, dilakukan secara memadai, dan dapat diakses oleh Wajib Pajak dapat membantu mengurangi ketidakpahaman terhadap peraturan perpajakan. Pada *Self Assessment System*, informasi itu menjadi krusial karena Wajib Pajak memikul tanggung jawab untuk menunaikan sendiri kewajiban pajaknya, sehingga sosialisasi yang berkualitas dapat menolong wajib pajak mengerti prosedur pemenuhan kewajiban perpajakan secara baik. (Simanjuntak et al., 2025) menemukan adanya pengaruh sosialisasi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak. Hasil senada diperoleh (Zaikin et al., 2023b), yaitu bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh sosialisasi pajak. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian (Palupi & Arifin, 2023) yang mendapati sosialisasi berpengaruh positif pada kepatuhan, sementara (Endrayanto et al., 2022) tidak memperoleh pengaruh yang signifikan. Atas dasar itu, hipotesis keempat dirumuskan sebagai berikut

H4: Sosialisasi pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan oleh wajib pajak.

2.3.5 Pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak

Kesadaran Wajib Pajak diartikan sebagai kondisi saat wajib pajak tahu, paham, dan mau melaksanakan kewajiban pajaknya menurut peraturan serta ketentuan yang berlaku. Kesadaran memberikan gambaran bahwa pelaksanaan kewajiban perpajakan tidak semata-mata didorong oleh pengawasan atau sanksi, melaikan juga oleh pemahaman dan kemauan yang timbul dari diri wajib pajak. *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa perilaku individu dapat dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku. Kesadaran mencerminkan pengakuan atas pentingnya pajak dan tanggung jawab moral untuk memenuhinya, yaitu orientasi sikap normative yang mendahului niat. Karena niat tidak diukur dalam penelitian ini, hubungan kesadaran dengan kepatuhan diuji sebagai asosiasi. Dalam *Self Assessment System*, kesadaran wajib pajak memegang peranan krusial sebab sistem ini menempatkan wajib pajak sebagai pihak yang harus aktif menunaikan kewajiban pajaknya. Studi (Karlinah et al., 2024), (Zaikin et al., 2023b), serta (Simanjuntak et al., 2025) memperlihatkan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh kesadaran wajib pajak. Dengan demikian, hipotesis kelima dirumuskan sebagai berikut.

H5: Kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

2.3.6 Peran mediasi kesadaran wajib pajak pada pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan

Pengetahuan perpajakan menjadi pijakan wajib pajak dalam mengerti hak dan kewajiban pajaknya, sementara kesadaran wajib pajak mencerminkan pemahaman serta kemauan untuk menjalankan kewajiban itu. Menurut *Theory of Planned Behavior*, pengetahuan bisa menjadi dasar terbentuknya keyakinan serta penilaian atas suatu perilaku, yang lalu ikut membentuk niat dan perilaku. Mediasi diuji dengan efek tidak langsung spesifik dan interval kepercayaan *bootstrap*. Menurut (Zhao et al., 2010), apabila efek tidak langsung signifikan, efek langsung signifikan, dan keduanya berarah sama, mediasinya diklasifikasikan sebagai mediasi parsial komplementer. Dalam penelitian ini, kesadaran diposisikan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan kemungkinan adanya proses dari pengetahuan menuju kepatuhan. Wajib Pajak yang paham aturan perpajakan dapat lebih memahami arti penting pemenuhan kewajiban, lalu pemahaman itu bisa tumbuh menjadi kesadaran yang selanjutnya mendorong kepatuhan. Mekanisme tersebut relevan dengan *Self Assessment System* karena pelaksanaan kewajiban perpajakan membutuhkan kemampuan sekaligus kemauan dari Wajib Pajak. Hasil studi (Zaikin et al., 2023b) dan (Rika et al., 2023) memperlihatkan bahwa kesadaran tidak memediasi pengaruh pengetahuan pada kepatuhan, sedangkan (Karlinah et al., 2024) membuktikan adanya peran mediasi kesadaran. Atas dasar itu, hipotesis keenam dirumuskan sebagai berikut.

H6: Kesadaran wajib pajak memediasi pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

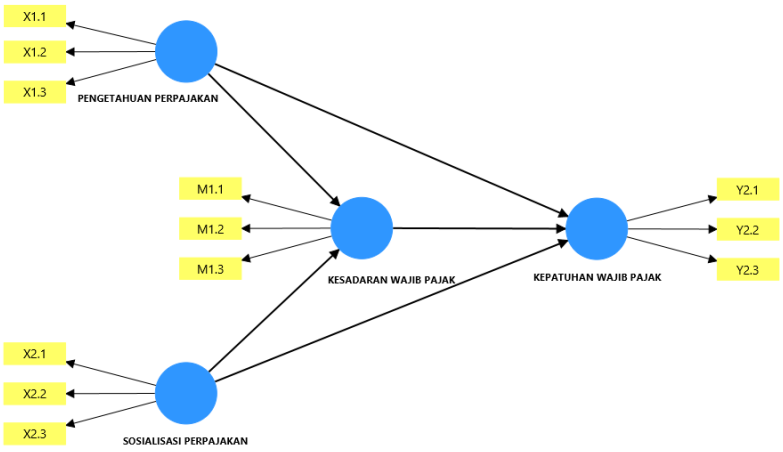
2.3.7 Peran Mediasi Kesadaran Wajib Pajak pada Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan

Melalui informasi dan edukasi yang disampaikannya, sosialisasi perpajakan membantu wajib pajak mengerti aturan perpajakan. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa informasi serta pengaruh lingkungan ikut membentuk norma subjektif, sikap, dan persepsi kontrol perilaku. Dengan demikian, sosialisasi dapat memengaruhi kesadaran sebelum akhirnya berhubungan dengan perilaku kepatuhan. Pada *Self Assessment System*, sosialisasi perpajakan menjadi faktor penting yang menolong wajib pajak menunaikan kewajiban pajaknya secara mandiri. Hal ini dikarenakan informasi yang diterima oleh wajib pajak melalui kegiatan sosialisasi perpajakan yang diselenggarakan oleh pihak yang terkait memuat poin-poin penting yang dapat membantu meningkatkan pengetahuan, pemahaman, serta membangun kesadaran tentang proses pemenuhan kewajiban perpajakan. Dalam Teori Atribusi, sosialisasi sebagai faktor eksternal tidak otomatis menghasilkan perilaku karena individu perlu menafsirkan informasi tersebut. Dengan demikian, kesadaran menjadi tahap internalisasi yang menerjemahkan informasi sosialisasi menjadi pengakuan atas kewajiban dan tanggung jawab pribadi. Studi (Zaikin et al., 2023b) memperlihatkan bahwa pengaruh sosialisasi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak tidak dapat dimediasi oleh kesadaran wajib pajak. Dengan demikian, hipotesis ketujuh dirumuskan sebagai berikut.

H7: Kesadaran wajib pajak memediasi pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

2.4 Kerangka Pemikiran

Mengacu pada landasan teori dan temuan penelitian terdahulu, studi ini menetapkan Pengetahuan Perpajakan (X1) serta Sosialisasi Perpajakan (X2) sebagai variabel bebas, Kesadaran Wajib Pajak (M1) sebagai variabel mediasi, dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y2) sebagai variabel terikat. TPB menjelaskan terbentuknya kesadaran sebagai orientasi sikap normatif yang mendahului kepatuhan. Teori Atribusi menjelaskan pengaruh langsung faktor internal berupa pengetahuan dan faktor eksternal berupa sosialisasi terhadap kepatuhan. Adapun *"Self Assessment System* menjadi konteks sistem perpajakan yang menuntut wajib pajak berperan aktif dalam menunaikan kewajiban pajaknya. Model dalam penelitian ini menguji tujuh jalur, yaitu lima jalur langsung dan dua jalur tidak langsung melalui kesadaran. Hubungan antarvariabel disajikan pada Gambar II.1.



Gambar 1. Kerangka Penelitian
Sumber: Dikembangkan penulis (2026)

3. Metodologi penelitian

Studi ini melibatkan 60 responden pelaku UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik. Sampel dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*, di mana keterjangkauan adalah faktor utama dalam pemilihan responden tetapi juga memperhatikan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria responden adalah pelaku UMKM yang sudah memiliki NPWP dan telah menjalankan bisnis setidaknya selama satu tahun, sehingga studi ini berfokus pada pelaku UMKM yang telah memenuhi persyaratan administrasi pajak. Teknik ini membantu peneliti untuk menjnilaiu responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Namun, penerapan teknik ini belum sepenuhnya menjamin keterwakilan populasi karena kesempatan setiap anggota populasi untuk menjadi sampel tidak sama.

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk melakukan penelitian. Objek penelitian adalah UMKM orang pribadi pendukung desa wisata Kapanewon Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan pengumpulan data pada tahun 2025. Data utama dihimpun lewat penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Uji hipotesis berasal dari data kuesioner, sementara hasil pengamatan dan wawancara digunakan sebagai informasi kontekstual pendukung yang tidak dianalisis secara statistik dan hanya membantu proses interpretasi hasil penelitian. Data sekunder mencakup literatur dan dokumen resmi dari berbagai lembaga Kabupaten Sleman serta situs web resmi BPS Kabupaten Sleman.

Populasi sampel mencakup semua wajib pajak orang pribadi pelaku UKM pendukung desa wisata yang memiliki NPWP dan telah menjalankan bisnis setidaknya selama satu tahun. UMKM pendukung desa wisata didefinisikan sebagai usaha kuliner, kerajinan, kebutuhan rumah tangga, atau layanan yang terletak di wilayah yang melayani wisatawan desa wisata, dan dirujuk dari daftar UMKM Kapanewon Ngaglik (Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman, 2025) . Kapanewon Ngaglik memiliki 4 desa wisata (Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, 2025) yang tersebar di 4 sub-distrik, yaitu Sardonoharjo, Sinduharjo, Donoharjo, dan Sariharjo. Empat desa wisata tersebut meliputi Watu Ledhek, Palgading, Tanjung, dan Kebon Ndeso Wonorejo.

Pengambilan sampel dilakukan pada tahun 2025 melalui kunjungan langsung ke lokasi usaha dengan teknik *non-probability sampling*, yaitu *accidental sampling*. Pelaku UMKM yang memenuhi kriteria diminta untuk mengisi kuesioner setelah memberikan persetujuan lisan. Teknik ini dipilih karena peneliti tidak memiliki daftar lengkap UMKM dengan NPWP di wilayah desa wisata yang dapat digunakan sebagai kerangka pengambilan sampel. Dari 104 pelaku UMKM yang ditargetkan, 40 pelaku menolak dan 60 mengisi kuesioner secara lengkap. Penentuan jumlah sampel berlandaskan pada teori Hair et al. (2010), yaitu setidaknya lima kali jumlah indikator. Studi ini menggunakan 12 indikator, sehingga jumlah responden yang ditentukan adalah sebagai berikut:

12 indikator × 5 = 60 responden

Aturan lima kali jumlah indikator merupakan pedoman kasar yang belum memperhitungkan kerumitan model dan besar pengaruh yang ingin dideteksi. Oleh sebab itu, kecukupan sampel juga diperiksa melalui analisis statistical power. Analisis post hoc pada SmartPLS 4.1.1.8 dengan signifikansi 5 persen menunjukkan bahwa pada n = 60, tiga dari lima jalur langsung memiliki power di atas 0,80, sedangkan dua jalur menuju kepatuhan berada di bawah 0,80 (Tabel III.1).

Tabel 1. Hasil Analisis *Statistical Power*

Jalur	β	Power (α 5%)
Pengetahuan pajak → kesadaran wajib pajak	0,545	0,995
Sosialisasi pajak → kesadaran wajib pajak	0,365	0,882
Pengetahuan pajak → kepatuhan wajib pajak	0,274	0,683
Sosialisasi Perpajakan → Kepatuhan Wajib Pajak	0,208	0,486
Kesadaran wajib pajak → kepatuhan wajib pajak	0,481	0,981

Sumber: Data diolah (2026)..

Secara *a priori,* menggunakan G*Power 3.1 (Faul et al., 2009) dengan effect size sedang ($f^2 = 0,15$), α = 5 persen, dan power 0,80, diperlukan minimal 77 responden untuk konstruk kepatuhan (tiga prediktor) dan 68 responden untuk konstruk kesadaran (dua prediktor). Metode *inverse square root* (Kock & Hadaya, 2018) dengan koefisien jalur minimum 0,208 pada uji satu sisi menunjukkan kebutuhan 143 responden. Ukuran sampel penelitian ini berada di bawah acuan tersebut. Nilai 0,80 merupakan konvensi, bukan batas mutlak (Cohen, 1988, 1992), dan keterbatasan sumber daya dapat menjadi dasar justifikasi ukuran sampel selama disampaikan secara terbuka (Lakens, 2022). Keterbatasan dalam penelitian ini adalah tidak tersedianya daftar lengkap UMKM ber-NPWP di wilayah desa wisata Kapanewon Ngaglik. Karena itu, hasil penelitian, terutama jalur menuju kepatuhan, diposisikan sebagai bukti awal yang perlu diuji kembali pada sampel yang lebih luas. Variabel dan indikator yang diukur dalam studi ini disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel		Indikator
1	Pengetahuan pajak (X1) (Patabang, 2023)	X1.1 X1.2 X1.3	a. Tingkat pemahaman wajib pajak tentang konsep, fungsi, jenis, dan peran pajak b. Tingkat pemahaman wajib pajak tentang ketentuan umum dan prosedur pajak c. Tingkat pemahaman tentang sistem pemungutan pajak yang berlaku
2	Sosialisasi fiskal (X2) (Mardiasmo, 2020; Waluyo, 2020)	X2.1 X2.2 X2.3	a. Tingkat penerimaan informasi tentang peraturan pajak dari para pemangku kepentingan b. Tingkat kejelasan dan kemudahan pemahaman informasi pajak c. Akses mudah ke informasi terbaru tentang perpajakan
3	Kesadaran Wajib Pajak (M1) (Simanjuntak et al., 2025)	M1.1 M1.2 M1.3	a. Tingkat kesadaran bahwa pajak adalah kewajiban sebagai warga negara b. Tingkat kesadaran tentang manfaat membayar pajak kepada masyarakat c. Tingkat penolakan untuk menghindari membayar pajak

4	Kepatuhan oleh wajib pajak (Y2) (Manrejo, 2023; Rahayu, 2010)	Y2.1 Y2.2 Y2.3	a. Tingkat kepatuhan dalam pencatatan pendapatan b. Tingkat kepatuhan dalam deklarasi laporan pajak yang benar dan tepat waktu c. Tingkat kepatuhan dalam perhitungan dan pembayaran pajak sesuai ketentuan

Sumber: Data diolah (2026).

Pengolahan data penelitian dilakukan dengan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS versi 4.1.1.8. Metode ini dipilih berdasarkan pada karakteristik variabel penelitian yang merupakan konstruk laten dan struktur model yang mencakup variabel eksogen, mediasi, dan endogen yang dianalisis secara simultan. Di samping itu, metode ini memungkinkan analisis keterkaitan antarvariabel secara serentak, baik untuk pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung lewat variabel mediasi kesadaran wajib pajak.

Pengujian hipotesis menggunakan bootstrapping 5.000 subsampel. Karena hipotesis bersifat searah, pengujian dilakukan satu sisi pada $\alpha = 5$ persen, dengan nilai t kritis 1,645 dan interval kepercayaan 90 persen. Untuk jalur langsung (H1–H5), H0: $\beta \leq 0$ melawan H1: $\beta > 0$. Hipotesis diterima apabila koefisien berarah positif, nilai t-statistik lebih besar daripada 1,645 ($p \leq 0,05$), dan interval kepercayaan tidak mencakup nol. Pendekatan resampling ini tidak mensyaratkan data mengikuti asumsi distribusi yang baku. Data dapat dianggap tidak terikat pada distribusi tertentu karena pendekatan resampling tidak mensyaratkan bahwa data harus mengikuti asumsi distribusi yang baku.

Selain pengaruh langsung, hipotesis mengenai peran kesadaran wajib pajak sebagai mediator (H6–H7) diuji dengan prosedur yang sama. Peran mediasi dinilai dari efek tidak langsung spesifik dan diklasifikasikan menurut (Zhao et al., 2010), yakni mediasi komplementer apabila efek tidak langsung dan langsung signifikan serta searah, mediasi kompetitif apabila keduanya signifikan tetapi berlawanan arah, mediasi hanya tidak langsung, non-mediasi hanya langsung, dan tanpa efek.

Tabel 3. Persepsi Responden Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Indikator	**Patuh**		**Tidak patuh**	
	n	**%**	**n**	**%**
Pencatatan penghasilan	60	100,00 %	0	0,00 %
Kepatuhan dalam menyampaikan SPT	23	38,33 %	37	61,67 %
Kepatuhan pembayaran pajak	16	26,67 %	44	73,33 %

Sumber: Data diolah (2026).

Data tentang administrasi pajak tidak dapat diakses oleh peneliti, sehingga data penelitian diambil dari pengakuan masing-masing responden. Dalam Tabel 3, responden dikelompokkan sebagai patuh jika memberikan skor 4 atau 5 pada skala liket lima poin, dan tidak patuh jika mereka mendapat skor 1, 2, atau 3, karena skor 3 mencerminkan respons netral. Pengelompokan ini hanya digunakan untuk menggambarkan distribusi respons, sedangkan uji hipotesis menggunakan skor kontinu pada konsep kepatuhan. Data kuantitatif ini berasal dari respons responden terhadap kuesioner, bukan dari data administrasi pajak yang diverifikasi oleh otoritas pajak. Tingkat kepatuhan dalam Tabel 3 tidak dapat dibandingkan langsung dengan hasil pengamatan awal pada bagian awal. Angka 60,58 persen diperoleh dari semua pelaku UMKM yang ditemui pada fase observasi awal dan bersifat indikatif. Sementara itu, angka dalam Tabel 3 berasal dari 60 responden yang bersedia mengisi kuesioner secara lengkap dan diukur berdasarkan pengakuan responden.

4. Hasil dan diskusi

4.1 Karakteristik responden

Studi ini melibatkan 60 responden UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik dengan latar belakang demografis dan karakteristik bisnis yang berbeda. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh pelaku UMKM berjenis kelamin perempuan, yaitu 34 responden atau 56,67 persen. Sementara itu, berdasarkan pendidikan, mayoritas pelaku UMKM adalah lulusan sekolah menengah, yaitu 32 responden atau 53,33 persen Berdasarkan usia, kelompok terbesar berusia antara 50 dan 59

tahun, yaitu 20 responden atau 33,33 persen. Keadaan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM merupakan masyarakat kelomopok usia produktif yang sudah matang, dinilai cukup memadai dalam mendukung pengelolaan dan pengembangan usaha serta lazimnya berpengalaman dan stabil dalam mengelola usaha.

Berdasarkan karakteristik bisnis, hingga 45 responden atau 75 persen terlibat dalam perdagangan, yang mencakup bisnis makanan dan minuman serta penjualan kebutuhan dasar. Dalam hal pengalaman bisnis, kelompok terbesar telah menjalankan bisnis selama lebih dari lima hingga sepuluh tahun, yaitu 22 responden atau 36,67 persen. Dominasi industri perdagangan dan pengalaman bisnis yang panjang menunjukkan bahwa mayoritas responden terlibat dalam aktivitas perdagangan dan manajemen bisnis yang dilakukan secara berkelanjutan.

Karakteristik ini memberikan konteks penting untuk memahami perilaku pajak responden. Kegiatan bisnis sangat berhubungan dengan pencatatan omzet dan manajemen pendapatan. Sementara itu, pengalaman menjalankan perusahaan tidak otomatis menunjukkan penguasaan ketentuan pajak. Selain itu, berdasarkan pengamatan yang dilakukan, beberapa pelaku UKM di wilayah penelitian juga memiliki status sebagai karyawan selain pelaku bisnis. Kondisi ini relevan untuk memeriksa pengetahuan pajak, sosialisasi, dan kesadaran terkait kepatuhan wajib pajak, karena pengalaman memenuhi kewajiban pajak sebagai karyawan tidak selalu sama dengan memahami kewajiban pajak penghasilan perusahaan.

4.2 Evaluasi model pengukuran

Tabel 4. Hasil Outer Loading dan Cross Loading

Instrumen	Kepatuhan Wajib Pajak	Kesadaran Wajib Pajak	Pengetahuan Perpajakan	Sosialisasi Perpajakan
Y2.1	**0,915**	0,785	0,755	0,674
Y2.2	**0,909**	0,672	0,588	0,531
Y2.3	**0,926**	0,790	0,688	0,636
M1.1	0,727	**0,939**	0,650	0,561
M1.2	0,789	**0,913**	0,664	0,661
M1.3	0,769	**0,934**	0,753	0,616
X1.1	0,640	0,684	**0,880**	0,467
X1.2	0,723	0,691	**0,946**	0,475
X1.3	0,597	0,585	**0,812**	0,503
X2.1	0,509	0,559	0,437	**0,843**
X2.2	0,612	0,618	0,528	**0,895**
X2.3	0,613	0,527	0,432	**0,839**

Sumber: Data diolah (2026).

Semua indikator dari variabel kepatuhan wajib pajak, kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, dan sosialisasi perpajakan mempunyai outer loading lebih dari 0,50, dengan rentang 0,812 hingga 0,946. Mengacu pada hasil pengujian tersebut, tidak ada indikator yang perlu dikeluarkan dari model, karena semua indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen yakni dengan nilai loading faktor lebih besar dari 0,50. Oleh karena itu, seluruh indikator di dalam penelitian ini dinyatakan valid berdasarkan nilai outer loading dan dapat dipertahankan untuk tahap analisis selanjutnya.

Tabel 5. Hasil Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Konstruk	*Cronbach's alpha*	*Composite reliability (rho_a)*	*Composite reliability (rho_c)*	*Average variance extracted (AVE)*
Pengetahuan pajak	0,854	0,864	0,912	0,776
Sosialisasi pajak	0,823	0,828	0,894	0,738
Kesadaran Wajib Pajak	0,920	0,922	0,949	0,862
Kepatuhan oleh wajib pajak	0,905	0,913	0,940	0,840

Sumber: Data diolah (2026).

AVE semua variabel penelitian lebih dari 0,50, sehingga syarat validitas konvergen terpenuhi untuk seluruh variabel. *Cronbach's Alpha* semua variabel penelitian lebih dari 0,60, Nilai tersebut menandakan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi batas minimum reliabilitas berdasarkan kriteria yang digunakan dalam penelitian Selain itu, nilai *Composite Reliability* lebih tinggi dari batas minimum 0,70, artinya indikator pada setiap variabel mempunyai konsistensi internal yang baik.

Tabel 6. Kriteria Fornell-Larcker

Konstruk	Pengetahuan pajak	Sosialisasi pajak	Kesadaran Wajib Pajak	Kepatuhan oleh wajib pajak
Pengetahuan pajak	**0,881**			
Sosialisasi pajak	0,544	**0,859**		
Kesadaran Wajib Pajak	0,744	0,662	**0,929**	
Kepatuhan oleh wajib pajak	0,744	0,675	0,822	**0,917**

Sumber: Data diolah (2026).

Tabel 7. HTMT

Konstruk	HTMT
Pengetahuan pajak → kesadaran wajib pajak	0,836
Sosialisasi pajak → kesadaran wajib pajak	0,758
Pengetahuan pajak → kepatuhan wajib pajak	0,838
Sosialisasi Perpajakan → Kepatuhan Wajib Pajak	0,773
Sosialisasi perpajakan → pengetahuan pajak	0,651
Kesadaran wajib pajak → kepatuhan wajib pajak	0,894

Sumber: Data diolah (2026).

Validitas diskriminan dievaluasi dengan kriteria Fornell-Larcker dan HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*). Uji Fornell-Larcker menghasilkan akar kuadrat AVE setiap variabel yang melebihi korelasinya dengan variabel lain, sementara itu seluruh nilai HTMT berada di bawah 0,90. Dengan demikian, model pengukuran memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan kedua pendekatan tersebut

4.3 Evaluasi model struktural

Evaluasi model struktural dilakukan melalui VIF, effect size (f^2), R^2, PLSpredict, dan CVPAT

Tabel 8. *Effect Size* dan VIF

Konstruk	*Effect Size*	VIF
Pengetahuan perpajakan → kesadaran wajib pajak	0,591	1,421
Sosialisasi perpajakan → kesadaran wajib pajak	0,266	1,421
Pengetahuan perpajakan → kepatuhan wajib pajak	0,127	2,261
Sosialisasi perpajakan → Kepatuhan Wajib Pajak	0,092	1,799
Kesadaran wajib pajak → kepatuhan wajib pajak	0,312	2,832

Sumber: Data diolah (2026).

Hasil effect size (f^2) memperlihatkan bahwa pengaruh pengetahuan perpajakan pada kesadaran wajib pajak bernilai 0,591, pengaruh sosialisasi pada kesadaran wajib pajak bernilai 0,266, dan pengaruh kesadaran wajib pajak pada kepatuhan wajib pajak bernilai 0,312; ketiganya tergolong pengaruh sedang. Sementara itu, pengaruh pengetahuan perpajakan pada kepatuhan wajib pajak (0,127) serta pengaruh sosialisasi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak (0,092) tergolong pengaruh kecil. VIF seluruhnya kurang dari 5, sehingga model penelitian tidak menunjukkan gejala multikolinearitas yang serius (Hair et al., 2019, 2021).

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Variabel	*R-square*	*R-square Adjusted*
Kesadaran Wajib Pajak	0,647	0,634
Kepatuhan oleh wajib pajak	0,739	0,725

Sumber: Data diolah (2026).

R-square kepatuhan wajib pajak sebesar 0,74. Dengan kata lain, pengetahuan perpajakan (X1), sosialisasi perpajakan (X2), dan kesadaran wajib pajak (M1) secara simultan menerangkan 0,739 variasi kepatuhan wajib pajak (Y2), sementara 0,261 sisanya berasal dari faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Adapun *R-square adjusted* kepatuhan wajib pajak bernilai 0,725, yang berarti bahwa dengan memperhitungkan jumlah prediktor, model mampu menerangkan 72,5 persen variasi kepatuhan wajib pajak. Selisih yang relatif kecil antara *R-square* dan *R-square adjusted* menunjukkan bahwa daya jelas model tetap relatif stabil setelah disesuaikan banyaknya predictor.

Berikutnya, *R-square* kesadaran wajib pajak bernilai 0,647. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan (X1) dan sosialisasi perpajakan (X2) secara simultan menerangkan 0,647 variasi kesadaran wajib pajak (M1), dan 0,353 variasi lainnya berasal dari faktor di luar model penelitian. Untuk kesadaran wajib pajak, *R-square adjusted* bernilai 0,634, artinya setelah memperhitungkan jumlah prediktor, pengetahuan dan sosialisasi perpajakan sanggup menerangkan 63,4 persen variasi kesadaran wajib pajak. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan penjelasan model tetap relatif stabil setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah prediktor

Tabel 10. Kekuatan Prediktif Indikator (PLSpredict)

Indikator	Q^2predict	PLS-SEM RMSE	PLS-SEM MAE	LM RMSE	LM MAE	PLS-SEM < LM
M1.1	0,449	0,657	0,534	0,699	0,583	Ya
M1.2	0,537	0,536	0,435	0,566	0,459	Ya
M1.3	0,600	0,559	0,457	0,602	0,492	Ya
Y2.1	0,649	0,419	0,331	0,448	0,354	Ya
Y2.2	0,371	0,622	0,503	0,667	0,539	Ya
Y2.3	0,545	0,513	0,411	0,524	0,427	Ya

Sumber: Data diolah (2026).

Tabel 11. Kekuatan Prediktif Konstruk (PLSpredict)

Konstruk	Q^2predict	RMSE	MAE
Kesadaran Wajib Pajak	0,623	0,635	0,511
Kepatuhan oleh wajib pajak	0,633	0,628	0,475

Sumber: Data diolah (2026).

Tabel 12. Hasil CVPAT konstruk

Pembanding	Konstruk	PLS Loss	IA/ LM Loss	Loss Difference	t value	p value
Indikator rata-rata (IA)	Kesadaran	0,344	0,729	−0,385	3,913	< 0,001
	Kepatuhan	0,275	0,564	−0,289	4,629	< 0,001
	Secara keseluruhan	0,310	0,647	−0.337	4,543	< 0,001
Regresi Linear (LM)	Kesadaran	0,344	0,391	−0.047	3,343	0,001
	Kepatuhan	0,275	0,307	−0.031	1,741	0,087
	Secara keseluruhan	0,310	0,349	−0.039	3,712	< 0,001

Sumber: D Data diolah (2026).

Evaluasi kekuatan prediktif model dilakukan melalui PLSpredict dengan 10 fold dan 10 repetisi (Shmueli et al., 2019) serta melalui uji cross-validated predictive ability test (CVPAT) (Liengaard et al., 2021). Seluruh indikator konstruk memiliki Q^2predict positif (0,371-0,649), sehingga model memprediksi lebih baik daripada rata-rata sederhana. RMSE model PLS-SEM juga lebih rendah daripada benchmark regresi linear (LM) pada keenam indikator. Karena uji Cramer-von Mises menunjukkan galat prediksi tidak terdistribusi normal, MAE turut dibandingkan dan hasilnya sama, yaitu MAE PLS-SEM lebih rendah pada keenam indikator. Berdasarkan kriteria (Shmueli et al., 2019), kekuatan prediktif model tergolong tinggi. Di level konstruk, Q^2predict Kesadaran Wajib Pajak bernilai 0,623, sedangkan Kepatuhan Wajib Pajak bernilai 0,633.

Hasil CVPAT menunjukkan model PLS-SEM lebih unggul secara signifikan daripada prediksi rata-rata indikator pada kedua konstruk ($p < 0,001$) dan daripada LM secara keseluruhan. Keunggulan atas LM signifikan pada Kesadaran Wajib Pajak ($p = 0,001$), namun belum signifikan pada Kepatuhan Wajib Pajak ($p = 0,087$). Selisih RMSE terhadap LM relatif kecil, sehingga keunggulan model atas regresi linear bersifat moderat.

4.4 Pengujian hipotesis

Tabel 13. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Antar Variabel

Hipotesis	Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistik (|O/STDEV|)	P Value	Ket.
H1	Pengetahuan pajak → kesadaran wajib pajak	0,545	0,089	6,115	<0.001	Diterima
H2	Sosialisasi pajak → kesadaran wajib pajak	0,365	0,095	3,839	<0.001	Diterima
H3	Pengetahuan pajak → kepatuhan wajib pajak	0,274	0,089	3,071	0,001	Diterima
H4	Sosialisasi Perpajakan → Kepatuhan Wajib Pajak	0,208	0,077	2,683	0,004	Diterima
H5	Kesadaran wajib pajak → kepatuhan wajib pajak	0,481	0,087	5,533	<0.001	Diterima

Sumber: Data diolah (2026).

Tabel 14. Confidence Interval Bootstrap Pengaruh Antar Variabel

Hipotesis	Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	5,0%	95,0%
H1	Pengetahuan pajak → kesadaran wajib pajak	0,545	0,541	0,383	0,679

H2	Sosialisasi pajak → kesadaran wajib pajak	0,365	0,372	0,217	0,528
H3	Pengetahuan pajak → kepatuhan wajib pajak	0,274	0,277	0,131	0,419
H4	Sosialisasi Perpajakan → Kepatuhan Wajib Pajak	0,208	0,211	0,083	0,339
H5	Kesadaran wajib pajak → kepatuhan wajib pajak	0,481	0,476	0,328	0,611

Sumber: Data diolah (2026).

Tabel 15. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung Variabel

Hipotesis	Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistik (|O/STDEV|)	P Value	Ket.
H6	Pengetahuan pajak → kesadaran wajib pajak → kepatuhan wajib pajak	0,262	0,055	4,750	<0.001	Diterima
H7	Sosialisasi pajak → kesadaran → kepatuhan wajib pajak	0,176	0,062	2,848	0,002	Diterima

Sumber: Data diolah (2026).

Tabel 16. Confidence Interval Bootstrap Pengaruh Tidak Langsung Variabel

Hipotesis	Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	5,0%	95,0%
H6	Pengetahuan pajak → kesadaran wajib pajak → kepatuhan wajib pajak	0,262	0,255	0,165	0,346
H7	Sosialisasi pajak → kesadaran → kepatuhan wajib pajak	0,176	0,179	0,085	0,287

Sumber: Data diolah (2026).

Semua hipotesis H1 hingga H7 diterima karena seluruh koefisien jalur positif, nilai t statistik lebih besar dari 1,645, dan nilai p tidak lebih dari 0,05. Pengaruh langsung pengetahuan dan sosialisasi terhadap kepatuhan tetap signifikan, meskipun kedua variabel tersebut memiliki pengaruh tidak langsung melalui kesadaran. Efek tidak langsung spesifik dari pengetahuan → kesadaran → kepatuhan adalah 0,262 (CI 90 % [0,165, 0,346]) dan sosialisasi → kesadaran penuh → kepatuhan 0,176 (CI 90 % [0,085, 0,287]); kedua rentang tersebut tidak mencakup apa pun. Efek langsung dari kedua variabel tersebut terhadap kepatuhan juga signifikan (H3 dan H4) dan memiliki arah yang sama dengan efek tidak langsung. Menurut klasifikasi Zhao et al. (2010), keduanya merupakan mediasi parsial komplementer. Total efek pengetahuan terhadap kepatuhan adalah 0,274 + 0,262 = 0,536, dan sosialisasi adalah 0,208 + 0,176 = 0,384, sehingga kesadaran menyumbang sekitar 49 % dan 46 % dari total efek (VAF).

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kesadaran Wajib Pajak

Pelaku UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik menunjukkan pemahaman yang baik tentang konsep, fungsi, jenis, dan peran pajak (X1.1), dengan skor tertinggi di antara indikator pengetahuan pajak. Responden dengan pemahaman konseptual ini cenderung menganggap pajak sebagai kewajiban yang harus dipenuhi, bukan hanya sebagai aturan eksternal, seperti yang terlihat dalam indikator pajak sebagai kewajiban warga (M1.1) dan manfaat pajak bagi komunitas (M1.2). Mereka memahami apa itu pajak dan apa yang harus dibayarkan, sehingga penerimaan kewajiban ini tumbuh dari dalam, sesuai dengan penjelasan TPB bahwa pemahaman membentuk keyakinan dan sikap. Di sisi lain, UMKM pendukung desa wisata memiliki pemahaman yang lebih rendah tentang prosedur pemenuhan kewajiban pajak (X1.2) dan sistem pemungutan pajak (X1.3). Pengetahuan teknis pelaku

UMKM masih terbatas pada pajak penghasilan atas status mereka sebagai karyawan, sementara pemahaman tentang pajak atas aktivitas bisnis masih kurang. Skema ini menunjukkan bahwa kesadaran pelaku bisnis lebih didukung oleh pemahaman konseptual daripada penguasaan prosedur. Hasil studi ini sejalan dengan penelitian Karlinah et al. (2024), Rika et al. (2023), Dan Zaikin et al. (2023). Oleh karena itu, upaya meningkatkan kesadaran harus mengaitkan pemahaman konsep dengan pemahaman pajak atas aktivitas bisnis.

4.5.2 Pengaruh sosialisasi pajak terhadap kesadaran wajib pajak

Pada UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik, sosialisasi pajak tampak berfungsi sebagai sumber informasi eksternal, mudah diakses namun tidak sepenuhnya jelas. Indikator penerimaan informasi tentang peraturan perpajakan (X2.1) dan kemudahan memperoleh informasi terbaru (X2.3) yang mendapat skor lebih tinggi menunjukkan bahwa informasi pajak telah menjangkau pedagang, sementara kejelasan dan kemudahan pemahaman (X2.2) mendapat skor terendah. Pelaku UMKM memanfaatkan teknologi yang ada dengan baik untuk menjalankan kewajiban pajak, namun mereka menilai bahwa kejelasan informasi belum optimal, sehingga penerimaan informasi untuk semua orang tidak seragam. Mereka juga belum seragam dalam mengaitkan informasi dengan kebutuhan mereka, beberapa pelaku bisnis berhasil melakukannya sebagai warga dan pelaku usaha (M1.1), sementara yang lain gagal melakukannya dengan baik. Oleh karena itu, sosialisasi pajak tampak berfungsi sebagai sumber informasi eksternal, mudah diakses namun tidak sepenuhnya jelas. Pola ini dapat diartikan sebagai sosialisasi yang jelas dan mudah dipahami dapat meningkatkan kesadaran lebih dari sekadar sosialisasi yang dilakukan secara sering, meskipun frekuensi sosialisasi tidak diukur, sehingga kecurigaan ini perlu diuji lebih lanjut. Hasil studi ini sejalan dengan penelitian Zaikin et al. (2023a) yang menyatakan bahwa sosialisasi pajak memengaruhi kesadaran pembayar pajak. Selain itu, studi ini juga didukung oleh penelitian Simanjuntak et al. (2025) yang menekankan pentingnya sosialisasi dalam membangun kesadaran dan kepatuhan pajak UKM. Oleh karena itu, materi dan prosedur untuk memastikan sosialisasi harus menekankan kejelasan agar dapat dikaitkan dengan kebutuhan pelaku bisnis.

4.5.3 Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pelaku UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik menunjukkan bahwa pengetahuan pajak tampak berfungsi sebagai kemampuan internal yang menentukan sejauh mana kewajiban pajak dapat dilaksanakan, bukan hanya diketahui. Indikator pencatatan pendapatan yang mendapat skor tertinggi (Y2.1) menunjukkan bahwa kewajiban yang dekat dengan aktivitas bisnis harian lebih mudah dilakukan, sementara perhitungan dan pembayaran pajak sesuai ketentuan (Y2.3) memperoleh nilai terendah dan sejalan dengan pemahaman yang kurang baik tentang sistem pemungutan pajak (X1.3). Menariknya, beberapa pelaku UMKM pendukung desa wisata sudah memiliki NPWP, tetapi pemahaman mereka tentang perhitungan, pembayaran, dan pelaporan SPT (Y2.2 dan Y2.3) masih terbatas. Diduga kondisi ini berkaitan dengan status beberapa pelaku usaha yang juga karyawan, sehingga pengalaman memenuhi kewajiban pajak ketenagakerjaan sebagai karyawan tidak selalu disertai dengan pemahaman tentang kewajiban pajak penghasilan perusahaan. Hal ini dapat menunjukkan bahwa kepemilikan NPWP tidak mencerminkan penguasaan ketentuan pajak atas aktivitas UMKM, dan jalur ini harus diinterpretasikan dengan hati-hati karena sampelnya kecil dan efeknya relatif lemah. Hasil studi ini sejalan dengan penelitian Kase et al. (2024), Simanjuntak et al. (2025); Siregar et al. (2025), Utomo et al. (2026), Dan Zaikin et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pengetahuan pajak mendorong kepatuhan oleh wajib pajak. Oleh karena itu, pedoman harus diarahkan pada prosedur perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak atas aktivitas bisnis.

4.5.4 Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pada UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik, sosialisasi perpajakan tampak bertindak sebagai faktor eksternal yang membantu mengurangi kesalahpahaman terhadap prosedur *Self Assessment System,* yang mengharuskan pelaku usaha menjalankan kewajiban mereka secara mandiri. Indikator kemudahan memperoleh informasi terbaru (X2.3) yang mendapat skor lebih tinggi menunjukkan bahwa informasi pajak cukup mudah diperoleh, tetapi kejelasan (X2.2) tidak optimal, sehingga tingkat pemahaman pelaku bisnis tidak seragam. Menariknya, beberapa pelaku usaha mampu menerapkan informasi ini dalam pencatatan pendapatan (Y2.1) dan pelaporan pajak (Y2.2), sementara

yang lain memerlukan penjelasan lebih lanjut. Ini dapat menunjukkan bahwa informasi yang mudah diperoleh tidak selalu langsung berlaku dalam aktivitas usaha, dan hubungan antara sosialisasi dan kepatuhan masih merupakan indikasi awal yang perlu direplikasi dalam sampel yang lebih besar. Temuan ini sejalan dengan Palupi & Arifin (2023), Simanjuntak et al. (2025) dan Zaikin et al. (2023a) yang menyatakan bahwa sosialisasi pajak mendorong kepatuhan oleh wajib pajak. Oleh karena itu, sosialisasi harus disertai dengan bantuan praktis, mulai dari pendaftaran penghasilan hingga pengembalian pajak.

4.5.5 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pada UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik, kesadaran wajib pajak tampak berfungsi sebagai pengakuan bahwa pajak adalah kewajiban yang harus dipenuhi, bukan beban yang harus dipenuhi oleh pengawasan atau sanksi. Indikator kesadaran bahwa pajak adalah kewajiban seorang warga negara memperoleh skor tertinggi (M1.1), diikuti oleh penolakan untuk menghindari pembayaran pajak (M1.3), sejalan dengan kesediaan untuk memenuhi kewajiban administratif seperti pendaftaran pendapatan (Y2.1). Anehnya, kesadaran akan manfaat pajak bagi masyarakat (M1.2) mencatat skor terendah. Ini menunjukkan bahwa beberapa pelaku UMKM tidak sepenuhnya menyadari manfaat pembayaran pajak karena manfaat tersebut tidak selalu dipersepsikan secara langsung dan pembayaran pajak dipengaruhi oleh kondisi bisnis. Hal ini dapat menunjukkan bahwa kewajiban lebih kuat daripada manfaat pajak; Dalam *Theory of Planned Behavior*, orientasi terhadap sikap normatif ini seharusnya mendahului niat dan tindakan ketaatan, tetapi karena niat tidak diukur, jalur niat-perilaku tidak diuji. Hubungan kuat antara kesadaran dan kepatuhan juga harus dibaca dengan cermat karena keduanya diukur oleh responden sendiri menggunakan alat berbasis persepsi. Hasil studi ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karlinah et al. (2024), Simanjuntak et al. (2025), Dan Zaikin et al. (2023), yang menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak mendorong kepatuhan mereka. Oleh karena itu, komunikasi tentang manfaat pajak yang dapat dirasakan secara langsung harus diperkuat.

4.5.6 Peran Kesadaran dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan

Pelaku UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik menunjukkan bahwa kesadaran tampak berfungsi sebagai jalur yang menghubungkan pengetahuan pajak dengan kepatuhan, tetapi tidak menggantikan jalur langsung pengetahuan. Indikator pemahaman konsep dasar pajak yang mendapatkan nilai tertinggi (X1.1) tampak membuat pelaku usaha menerima pajak sebagai kewajiban intrinsik sebagai warga dan pelaku usaha (M1.1), dan penerimaan ini merupakan bentuk kesadaran yang muncul dari dalam dan terkait dengan kesediaan untuk memenuhi kewajiban administrasi pajak. Menariknya, UMKM pendukung desa wisata memiliki pemahaman terbatas tentang prosedur teknis (X1.3), sementara pencatatan, perhitungan, dan pelaporan pajak membutuhkan keterampilan teknis (Y2.1, Y2.2, dan Y2.3). Ini dapat menunjukkan bahwa pelaku usaha yang menyadari kewajiban mereka tidak selalu mampu melaksanakannya jika mereka tidak memahami prosedur, sehingga pengetahuan tetap langsung terkait dengan kepatuhan. Dalam Teori Atribusi, jalur langsung ini dapat dipahami sebagai peran pengetahuan sebagai keterampilan teknis, yang tidak diukur secara terpisah dalam studi ini. Hasil studi ini sejalan dengan penelitian Karlinah et al. (2024), dan Marampa dan Febriani (2024) yang menunjukkan bahwa kesadaran memainkan peran mediasi dalam hubungan antara pengetahuan pajak dan kepatuhan oleh wajib pajak. Oleh karena itu, penguatan kesadaran harus disertai dengan peningkatan kapasitas teknis pelaku bisnis.

4.5.7 Peran Kesadaran dalam Memediasi Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan

Pada UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik, kesadaran tampak bertindak sebagai penerjemah informasi sosialisasi ke dalam sikap terhadap kewajiban pajak, tetapi tidak menggantikan jalur langsung sosialisasi. Indikator penerimaan informasi (X2.1) yang mendapat skor tertinggi menunjukkan bahwa informasi pajak telah diterima oleh pelaku usaha, tetapi kejelasan informasi yang lebih rendah (X2.2) membuat tingkat pemahaman berbeda. Menariknya, beberapa pelaku usaha secara langsung mengaitkan informasi sosialisasi dengan kewajiban usaha mereka (M1.1), sementara yang lain masih memerlukan penjelasan lebih lanjut, sehingga sosialisasi tidak selalu membuat semua pelaku bisnis langsung sadar karena hasilnya bergantung pada setiap individu. Secara ilustratif dapat dibaca bahwa informasi eksternal hanya terkait dengan kepatuhan setelah dipahami dan diinterpretasikan, tetapi bukti mediasi berasal dari efek tidak langsung yang signifikan pada analisis *bootstrapping*. Hasil

studi ini sejalan dengan penelitian Rika et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kesadaran memediasi hubungan antara sosialisasi dan kepatuhan oleh pembayar pajak. Selain itu, studi ini juga didukung oleh penelitian Simanjuntak et al. (2025) yang menunjukkan bahwa sosialisasi dan mindfulness memainkan peran penting dalam kepatuhan UKM.

5. Kesimpulan

Pelaku UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik memiliki pengetahuan perpajakan yang baik terkait dengan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Namun, pemahaman mereka tentang perpajakan belum sepenuhnya diikuti oleh penguasaan aspek teknis pelaksanaan kewajiban pajak. Mereka memahami konsep dasar perpajakan dengan cukup baik terkait sistem pemungutan dan prosedur pajak yang akan diterapkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengetahuan pajak tidak hanya tentang kemampuan pelaku UKM untuk mengenali kewajiban mereka, tetapi juga kemampuan untuk menerjemahkan kewajiban tersebut ke dalam tindakan pajak.

Sosialisasi perpajakan juga berhubungan positif dengan kesadaran dan kepatuhan pelaku UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik. Informasi pajak dianggap diterima dan mudah diperoleh, namun kejelasan dan kemudahan pemahamannya belum optimal. Akibatnya, informasi yang sama dapat dipahami dan diinterpretasikan secara berbeda oleh setiap pelaku UMKM. Oleh karena itu, ketersediaan informasi tidak selalu mencerminkan efektivitas pemahaman yang telah dibentuk, dan penggunaannya dalam pelaksanaan kewajiban pajak bergantung pada pemahaman masing-masing pelaku usaha.

Kesadaran wajib pajak adalah temuan penting karena berasosiasi positif dengan kepatuhan dan berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pengetahuan dan sosialisasi perpajakan serta kepatuhan oleh wajib pajak. Pelaku UMKM cenderung menganggap pajak sebagai kewajiban warga daripada menyadari manfaat pajak bagi masyarakat. Kepatuhan tidak hanya dibentuk oleh kesadaran, karena pengetahuan dan sosialisasi masih langsung terkait dengan kepatuhan. Hasil mediasi parsial ini menunjukkan bahwa kesadaran adalah salah satu jalur yang menjelaskan hubungan tersebut, tetapi tidak menggantikan jalur langsung.

Secara keseluruhan, kepatuhan pajak UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik terkait dengan hubungan antara pengetahuan, sosialisasi, dan kesadaran pembayaran pajak. Pengetahuan adalah dasar untuk memahami kewajiban, sosialisasi menyediakan informasi untuk memperluas pemahaman ini, dan kesadaran mengaitkan pemahaman tersebut dengan perilaku patuh. Meskipun ketiga aspek ini berkorelasi positif, pemahaman teknis dan penerimaan informasi yang tidak merata menunjukkan bahwa kepatuhan tidak cukup dijelaskan oleh ketersediaan pengetahuan atau informasi, tetapi juga oleh cara pelaku UMKM memahami dan menafsirkan kewajiban mereka.

Kontribusi teoretis dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa kesadaran, sebagai orientasi terhadap sikap normatif dan bukan pada niat, berfungsi sebagai mediator parsial komplementer untuk sumber informasi internal (pengetahuan) dan eksternal (sosialisasi), dengan asosiasi yang lebih kuat dengan sumber internal. Dalam praktiknya, sosialisasi perpajakan untuk UMKM harus menekankan pedoman untuk menghitung, membayar, dan melaporkan SPT untuk aktivitas usaha, disertai dengan penyampaian informasi yang lebih jelas dan penyampaian manfaat pajak yang dapat diterima secara langsung.

Keterbatasan dan studi lanjutan

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, ukuran sampel yang terbatas (60 responden) dan penggunaan teknik *accidental sampling* karena tidak tersedianya daftar lengkap UMKM dengan NPWP di wilayah penelitian membuat sampel tidak mewakili seluruh populasi dan hanya mencakup beberapa wilayah. Keterbatasan ini diamati dalam analisis *statistical power* ketika dua jalur kepatuhan wajib pajak, yaitu dari pengetahuan pajak (0,683) dan sosialisasi pajak (0,486), lebih rendah dari konvensi 0,80. Kedua jalur tersebut tetap signifikan, tetapi tingkat pengaruhnya kurang stabil, sehingga harus dianggap sebagai bukti awal. Hasil studi juga tidak dapat digeneralisasi secara luas.

Kedua, data penelitian didasarkan pada persepsi responden melalui kuesioner. Data kepatuhan, khususnya pelaporan SPT serta perhitungan dan pembayaran pajak, adalah pengakuan dari responden dan belum diverifikasi dengan data atau pengujian administrasi pajak yang nyata. Selain itu, semua variabel diukur oleh responden yang sama, sehingga hubungan antar variabel dapat dipengaruhi oleh bias persepsi.

Ketiga, studi ini dilakukan secara *cross-sectional* pada satu periode yang sama sehingga hasilnya bersifat sementara dan tidak menggambarkan perubahan pengetahuan, kesadaran, atau kepatuhan dari waktu ke waktu. Studi berikutnya diharapkan menggunakan sampel yang lebih besar, proporsional, bahkan probabilistik sesuai wilayah penelitian, memverifikasi kepatuhan terhadap data administrasi pajak, dan menggunakan desain longitudinal.

Ucapan terima kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta, kepada para pembimbing, dan kepada semua pelaku UMKM pendukung desa wisata di Kapanewon Ngaglik yang bersedia berpartisipasi sebagai responden serta sumber untuk penelitian.

Referensi

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Amalia, A. R. (2025). Determinants of tax compliance among MSMEs in the food and beverage sector: The role of knowledge, awareness, and sanctions. *Social, Ecology, Economy for Sustainable Development Goals Journal*, *3*(1), 1–16. https://doi.org/10.61511/seesdgj.v3i1.2025.1934

Aninda, N. P., Safelia, N., & Tiswiyanti, W. (2023). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kualitas Pelayanan Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Studi Kasus Di Kantor Konsultan X Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu*, *12*(02). https://doi.org/10.22437/jmk.v12i2.24114

BKAD Kabupaten Sleman. (2025). *Target Realisasi PBB Ngaglik*.

Button, K. S., Ioannidis, J. P. A., Mokrysz, C., Nosek, B. A., Flint, J., Robinson, E. S. J., & Munafò, M. R. (2013). Power failure: why small sample size undermines the reliability of neuroscience. *Nature Reviews Neuroscience*, *14*(5), 365–376. https://doi.org/10.1038/nrn3475

Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences (2nd ed.)*. Lawrence Erlbaum Associates.

Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, *112*(1), 155–159. https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.155

Dewanti Wulanningrat, N., & Rachmawati, S. (2023). Pengaruh Tax Socialization dan Tax Fairness Terhadap Tax Compliance dengan Tax Awareness Sebagai Variabel Intervening. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, *2*(09), 1768–1782. https://doi.org/10.59141/comserva.v2i09.478

Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman. (2025). *Data By Name Umkm Kapanewon Ngaglik Kabupaten Sleman*.

Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. (2025). *Daftar UMKM Pendukung Desa Wisata di Kapanewon Ngaglik*.

Endrayanto, P., Adiputra, A. K., Utami, L. R., & Rahayu, P. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Respati Yogyakarta*, *4*(1), 226–236.

Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, *41*(4), 1149–1160. https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis: A global perspective (7th ed.). *Pearson Education*.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, *31*(1), 2–24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203

Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations.* John Wiley & Sons, Inc. https://doi.org/10.1037/10628-000

Hidayah, A. N., & Puspitosari, I. (2024). Memahami Perilaku Kepatuhan Pajak Dengan Persepsi Teori Atribusi. *JIEF Journal of Islamic Economics and Finance*, *4*(1), 41–61. https://doi.org/10.28918/jief.v4i1.7286

Izdhihar, R. F., & Tarmidi, D. (2024). The influence of tax knowledge, tax awareness, and tax morality on tax compliance of MSMEs in the Kebon Bawang Urban Village, North Jakarta. *Educoretax*, *4*(9), 1126–1136. https://doi.org/10.54957/educoretax.v4i9.1077

Karlinah, Lady, Sugondo, L. Y., & Laurentya, V. (2024). Kesadaran Pajak sebagai Mediasi dalam Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, *8*(3), 2235–2249. https://doi.org/10.33395/owner.v8i3.2296

Kase, J. J., Kundala, M. M., & Setyowati, H. (2024). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus pada UMKM Kabupaten Klaten). *Prima Ekonomika*, *15*(2), 60–79. https://doi.org/10.37330/prima.v15i2.240

Kock, N., & Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*, *28*(1), 227–261. https://doi.org/10.1111/isj.12131

Lakens, D. (2022). Sample Size Justification. *Collabra: Psychology*, *8*(1). https://doi.org/10.1525/collabra.33267

Liengaard, B. D., Sharma, P. N., Hult, G. T. M., Jensen, M. B., Sarstedt, M., Hair, J. F., & Ringle, C. M. (2021). Prediction: Coveted, Yet Forsaken? Introducing a Cross-Validated Predictive Ability Test in Partial Least Squares Path Modeling. *Decision Sciences*, *52*(2), 362–392. https://doi.org/10.1111/deci.12445

Mahardika, N., & Nurlis. (2025). The Role of Patriotism in Moderating the Relationship between Tax Knowledge and Religiosity on Taxpayer Compliance Survey on MSMEs Registered at KPP Pratama Jakarta Kalideres, Indonesia. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, *25*(3), 221–231. https://doi.org/10.9734/ajeba/2025/v25i31705

Manrejo, S. (2023). *Kepatuhan pajak: Sebuah kajian berbasis pengetahuan*. https://www.researchgate.net/publication/373092471_KEPATUHAN_PAJAK_Sebuah_Kajian_Berbasis_Pengetahuan

Marampa, E. J., & Febriani, E. (2024). Peran Mediasi Kesadaran dalam Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, *8*(1), 31–42. https://doi.org/10.31851/neraca.v8i1.13253

Mardiasmo. (2020). *Perpajakan Edisi Terbaru 2020*. Penerbit Andi.

Novita, R. D., Marundha, A., & Khasanah, U. (2024). Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Jakarta Timur. *JURNAL ECONOMINA*, *3*(2), 254–263. https://doi.org/10.55681/economina.v3i2.1197

Nta'ola, G. E. S., & Astuti, C. D. (2024). Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Dan Modernisasi Sistem Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Provinsi Dki Jakarta. *Journal of Social and Economics Research*, *5*(2), 2051–2067. https://doi.org/10.54783/jser.v5i2.268

Palupi, M. E., & Arifin, J. (2023). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Indonesia: Faktor Internal Dan Eksternal. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, *5*, 336–346. https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art39

Patabang, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Penerapan Self Assessment System Melalui Kesadaran Pajak Sebagai Variabel Intervening Pada Wajib Pajak Umkm Di Kota Bontang. *Repository.Unmul.Ac.Id*, *19*, 15–20. https://feb.unmul.ac.id

Permata, S. S., & Zulmita. (2025). Pengaruh Pemahaman Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Kasus UPPRD Cipayung, Jakarta Timur). *CAKRAWALA*, *32*(1), 45–58. https://doi.org/10.70005/cakrawala.v32i1.105

Putra, A. F., & Osman, A. H. (2019). Tax compliance of MSME's taxpayer: Implementation of theory of planned behavior. *Journal of Contemporary Accounting*, *1*(1), 1–10. https://doi.org/10.20885/jca.vol1.iss1.art1

Rahayu, S. K. (2010). *Perpajakan Indonesia: Konsep dan aspek formal*. Graha Ilmu.

Rika, A. R., Nia, M., & Irfan. (2023). Peran Kesadaran Wajib Pajak Dalam Memediasi Pengaruh Antara Pengetahuan Wajib Pajak Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Accounting: Jurnal Pendidikan Akuntansi*, *3*(2), 115–125. https://doi.org/10.36709/jpa.v3i1.41

Setyawan, A., & Purwantini, A. H. (2021). Investigasi Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku UMKM. *Borobudur Accounting Review*, *1*(2), 167–181. https://doi.org/10.31603/bacr.6177

Shmueli, G., Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J.-H., Ting, H., Vaithilingam, S., & Ringle, C. M. (2019). Predictive model assessment in PLS-SEM: guidelines for using PLSpredict. *European Journal of Marketing*, *53*(11), 2322–2347. https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0189

Simanjuntak, S. D., Lumbangaol, V. M., & Hutapea, H. D. (2025). Pengaruh Pengetahuan dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Kesadaran sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Minfo Polgan*, *14*(1), 125–139. https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14657

Siregar, A. A. H., Syahfitri, N. N., & Apriliani, R. R. (2025). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Pajak pada Sektor UMKM. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, *3*(4), 71–78. https://doi.org/10.61132/menawan.v3i4.1537

Styaningrum, F., Ahmad Nur Aziz, Nik Amah, Zainul Khoirunnisa, & Anggita Putri Pramudyawati. (2025). Taxpayer Compliance Based on Tax Socialization Mediated by Taxpayer Awareness: Behavioral Approach. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, *17*(2), 134–156. https://doi.org/10.15294/jda.v17i2.19520

Susanto, Y. K., & Fiorita, I. (2023). Taxpayer Compliance: Taxpayer Behavior Analysis And Tax Awareness As A Mediating In Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, *25*(1), 197–206. https://doi.org/10.34208/jba.v25i1.2067

Susilowati, C., & Utomo, R. B. (2025). Kepatuhan Wajib Pajak: Studi Pada UMKM Gerabah di Desa Wisata Kasongan. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, *10*(2), 250–266. https://doi.org/10.32502/balance.v10i2.1156

Utomo, R. B., Karista, D., Pratiwi, I. G. A. M. A. M. A., & Pertiwi, N. L. G. A. (2026). Determinants Of Tax Compliance In Traditional Textile Enterprises. *RISET*, *8*(1), 185–200. https://doi.org/10.37641/riset.v8i1.2796

Wahyuningrum, A. D., Isnaniati, S., & Kusumaningarti, M. (2023). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Umkm (Studi Kasus Pada Kpp Pratama Pare Kediri Tahun 2022). *Jurnal Ilmiah Cendekia Akuntansi*, *8*(3), 1. https://doi.org/10.32503/cendekiaakuntansi.v8i3.3429

Waluyo. (2020). *Perpajakan Indonesia*. Salemba Empat.

Wirawan, I. M. D. S., Adyatma, I. W. C., & Edwindra, R. (2024). The interplay of self-assessment mechanisms and socialization processes in promoting tax compliance. *Journal of Applied Sciences in Accounting, Finance, and Tax*, *7*(2), 96–105. https://doi.org/10.31940/jasafint.v7i2.96-105

Zaikin, M., Pagalung, G., & Rasyid, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel

Intervening. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, *7*(1), 57–76. https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1346

Zebua, T. P. S., & Putra, R. J. (2025). Pengaruh Literasi Pajak, Pemanfaatan Teknologi, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak UMKM Dengan Coretax Sebagai Variabel Moderasi. *Economics and Digital Business Review*, *6*(2), 1256–1271. https://doi.org/10.37531/ecotal.v6i2.2873

Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research*, *37*(2), 197–206. https://doi.org/10.1086/651257