



PENGARUH PEMAHAMAN PAJAK, SOSIALISASI PAJAK, DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP KESADARAN PAJAK MAHASISWA PELAKU USAHA

Ketut Krisnanda Dewi Sukmayana¹ Henny Triyana Hasibuan²

Article history:

Submitted: 16 Mei 2023

Revised: 17 Mei 2023

Accepted: 27 Mei 2023

Keywords:

Tax Understanding;

Tax Socialization;

Subjective Norm;

Tax Awareness;

Abstract

In order to increase tax revenue, the Ministry of Finance together with the Directorate General of Taxes are currently inviting the younger generation, especially students, to increase their understanding and awareness of taxes. This is targeted on students because as seen from the existing phenomenon there has been an increase in young business actors from the students themselves, so guidance is needed for students to realize their tax obligations from an early age. The purpose of this study was to determine the effect of tax understanding, tax socialization, and subjective norms on tax awareness of business students. This research was conducted at the Wida Community, Faculty of Economics and Business, Udayana University with a saturated sample method of 43 people. Data collection was conducted using a questionnaire using google form. The data collected was then processed using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) with multiple linear regression analysis techniques. The results of the study show that tax understanding and tax socialization have a positive and significant effect on the tax awareness of business students. However, subjective norm variables which are categorized into family, lecturers, and relatives have no role in influencing the level of tax awareness of business actors students.

Kata Kunci:

Pemahaman Pajak;

Sosialisasi Pajak;

Norma Subjektif;

Kesadaran Pajak;

Abstrak

Dalam upaya meningkatkan penerimaan pajak, kementerian keuangan bersama Direktorat Jenderal Pajak saat ini mengajak para generasi muda khususnya mahasiswa dalam meningkatkan pemahaman dan kesadarannya terhadap pajak. Hal ini menyasar pada mahasiswa karena dilihat dari fenomena yang ada terjadi peningkatan pelaku-pelaku usaha muda dari kalangan mahasiswa, sehingga diperlukan tuntunan bagi mahasiswa untuk menyadari kewajiban pajaknya sejak dini. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pemahaman pajak, sosialisasi pajak, dan norma subjektif terhadap kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha. Penelitian ini dilakukan pada Komunitas Wida Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana dengan metode penarikan sampel jenuh sejumlah 43 orang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebar secara daring melalui *google form*. Data yang dikumpulkan kemudian diolah menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pajak dan sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha. Namun, variabel norma subjektif yang dikategorikan menjadi keluarga, dosen, dan kerabat tidak memiliki peran dalam memengaruhi tingkat kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha.

PENDAHULUAN

Pajak merupakan suatu sumbangan dan tanggung jawab warga negara pada negaranya yang bersifat memaksa dan telah diatur secara hukum. Dalam upaya meningkatkan penerimaan pajak, kementerian keuangan bersama Direktorat Jenderal Pajak saat ini mengajak para generasi muda khususnya mahasiswa dalam meningkatkan pemahaman dan kesadarannya terhadap pajak melalui program-program inklusi kesadaran pajak. Hal ini menyasar pada mahasiswa karena dilihat dari fenomena yang ada, terjadi peningkatan pelaku-pelaku usaha muda dari mahasiswa, sehingga diperlukan tuntunan baginya untuk menyadari kewajiban pajak sejak dini (Kementerian Keuangan, 2022).

Fenomena meningkatnya pelaku usaha dari kalangan mahasiswa juga terlihat secara nyata pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. FEB Unud memiliki komunitas sendiri dalam pengembangan sikap kewirausahaan pada mahasiswanya melalui Komunitas Wirausaha Muda (WIDA). Hal ini sesuai dengan misi FEB Unud yakni menghasilkan lulusan di bidang ekonomi dan bisnis yang visioner, berjiwa wirausaha, serta berintegritas. Komunitas Wida (Wirausaha Muda) merupakan salah satu komunitas berbasis kewirausahaan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Komunitas ini didirikan sejak tahun 2010 lalu yang beranggotakan mahasiswa/i aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana yang terdiri dari berbagai macam latar belakang baik yang sudah memiliki usaha maupun yang mempunyai ketertarikan untuk terjun ke dalam dunia usaha.

Komunitas ini bertujuan untuk membina, mengembangkan, dan meningkatkan softskill serta hardskill mahasiswa/i, mengenai dasar-dasar berwirausaha dan berbagi pengalaman wirausaha antar anggota Komunitas Wida. Adapun data mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana yang memiliki usaha pada Tabel 1.

Tabel 1.
Jumlah Mahasiswa Pelaku Usaha di FEB Unud

| No. | Angkatan | Jumlah Pelaku Usaha |
|-----|----------|---------------------|
| 1. | 2018 | 1 orang |
| 2. | 2019 | 8 orang |
| 3. | 2020 | 16 orang |
| 4. | 2021 | 43 orang |

Sumber: Data Komunitas Wirausaha Muda (WIDA) Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa terjadi peningkatan yang signifikan pada jumlah pelaku usaha di setiap angkatan yang tergabung pada Komunitas Wida. Menurut data komunitas Wirausaha Muda (WIDA), pelaku usaha mahasiswa di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis ini sebagian besar bergerak di sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada bidang makanan dan kecantikan. Proses pemasaran dan penjualan rata-rata dilakukan secara online melalui media sosial. Metode ini kerap kali digunakan mahasiswa karena dalam menjalankan usaha memiliki waktu yang fleksibel. Usaha ini dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. Sayangnya, pertumbuhan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang sangat pesat tidak sebanding dengan jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memenuhi kewajibannya dalam pelaporan pajak (Rossica Sari & Maradona, 2020). Hal ini menunjukkan perlu adanya aspek pendorong untuk meningkatkan kesadaran pajak para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Kesadaran pajak menjadi faktor utama dalam meningkatkan jumlah pelaporan pajak. Kesadaran merupakan suatu perilaku atau sikap terhadap suatu hal yang meliputi asumsi, perasaan, dan kecenderungan untuk bertindak sesuai hal tersebut sedangkan kesadaran pajak yakni sebuah perilaku wajib pajak yang bersedia melaporkan penghasilan dan membayar pajak kepada negara. Dalam

mewujudkan kesadaran pajak ini diperlukan adanya program pembelajaran secara inklusif yang dapat memberikan wawasan terhadap pentingnya pelaporan pajak (Mertha Jaya, 2019)

Sangat penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kesadaran pajak, karena hal ini dapat memberikan pemahaman dasar tentang cara atau solusi untuk mendorong wajib pajak secara sukarela taat pada peraturan perundang-undangan terkait pajak. Berdasarkan tinjauan sistematis literatur yang dilakukan Mohamad et al. (2022) terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kesadaran pajak, diantaranya pemahaman pajak dan sosialisasi pajak. Faktor-faktor ini dinilai mampu menanamkan konseptual kesadaran pajak dan menyampaikan peran kesadaran pajak untuk kepatuhan pajak masyarakat.

Perguruan tinggi dapat menjadi wadah dalam pengembangan pemahaman perpajakan dengan memberikan isu kesadaran pajak dalam praktik mengajarnya. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohd Faizal et al. (2021) serta Putro & Tjen (2020) bahwa pemahaman pajak yang ditanamkan pada masa pendidikan mampu mendorong kesadaran pajak yang tinggi

Sosialisasi mengenai sistem dan aturan terkait perpajakan perlu dilakukan pemerintah untuk meningkatkan pemahaman bagi masyarakat yang masih belum secara utuh memperoleh informasi perpajakan. Hal inipun turut disampaikan oleh Kepala KPP Pratama Singaraja dalam penelitian Rossica Sari & Maradona (2020) mengenai tugas aparat pajak untuk terus mengedukasi masyarakat tentang fungsi dan peran pajak dalam kehidupan sehari-hari guna meningkatkan kesadaran bagi seluruh masyarakat, sehingga ketika sudah tertanam kesadaran dalam dirinya maka kepatuhan dari wajib pajak pun akan meningkat.

Pada penelitian yang dilakukan N. E. Putri & Nurhasanah (2019) menunjukkan bawah sosialisasi pajak dan tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku Usaha Kecil Menengah. Penelitian lain milik A. Putri & Wibowo (2021) mendapatkan hasil yakni pemahaman dan sosialisasi perpajakan pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berpengaruh positif terhadap kesadaran pajak pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) namun tidak signifikan.

Disisi lain, mahasiswa sebagai *agent of change* berada di usia yang rentan dipengaruhi oleh pendapat sekitarnya dalam berperilaku. Norma subjektif dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam berperilaku untuk mendukung atau menentang pandangan yang dimiliki orang lain, apabila perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang sesuai dengan pandangan yang dimiliki orang lain, maka perilaku tersebut akan terus menerus dilakukan dalam masyarakat (Mahendra & Oktaviani, 2022)

Penelitian terkait hubungan norma subjektif dan perpajakan pernah dilakukan oleh Farida et al. (2020) dan Pangestie & Satyawati (2019) dengan hasil bahwa norma subjektif dapat meningkatkan kesadaran dalam mematuhi kewajiban pajak setiap individu. Namun, hasil berbeda didapatkan pada penelitian milik Mahendra & Oktaviani (2022) yang menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat wajib pajak. Hal ini dikarenakan rekan kerja, konsultan pajak, dan petugas pajak tidak memberikan saran dan dorongan untuk meningkatkan niat wajib pajak dalam kata lain norma subjektif tidak dapat memberikan dorongan kepada wajib pajak untuk sadar dan patuh terkait kewajiban pajaknya.

Berdasarkan perspektif teori atribusi, terdapat tiga jenis faktor yang dapat menentukan kesadaran pajak, yakni faktor internal, eksternal, dan relasional. Melalui proses telaah literatur, pemahaman pajak menjadi salah satu faktor internal yang dapat memengaruhi kepatuhan pajak (Romadhon & Diamastuti, 2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Adhikara et al. (2022) pemahaman pajak yang dimiliki wajib pajak dapat menjadi penentu faktor seseorang dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Pemahaman perpajakan yang tinggi mampu meningkatkan kesadaran wajib pajak tentang dasar-dasar dan pentingnya pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Hardiningsih et al. (2020) menunjukkan bahwa pemahaman pajak memengaruhi kesadaran pajak wajib pajak. Penelitian serupa dilakukan oleh Yusanty & Apriweni (2018) dengan hasil pengujian pemahaman tentang pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani et al. (2020) bahwa pemahaman wajib pajak yang lebih baik akan mendorong tingkat kesadaran wajib pajak.

H₁: Pemahaman Pajak Berpengaruh Positif terhadap Kesadaran Pajak Mahasiswa Pelaku Usaha

Teori atribusi menjelaskan ketika seseorang mengamati perilaku orang lain, mereka berusaha untuk menentukan apakah itu dimotivasi oleh faktor secara internal atau eksternal. Menurut beberapa penelitian, faktor - faktor ini dapat beroperasi sebagai motivator untuk memicu kepatuhan pajak secara sukarela, sehingga solusi yang biasanya diajukan adalah program dan kebijakan yang dapat memotivasi wajib pajak seperti sosialisasi dan edukasi perpajakan sehingga dapat mendorong wajib pajak untuk lebih patuh tanpa bertindak sebagai ancaman atau paksaan (Romadhon & Diamastuti, 2020)

Penelitian yang dilakukan oleh N. E. Putri & Nurhasanah (2019) menunjukkan bahwa pemahaman dan sosialisasi pajak memengaruhi kesadaran pajak. Penelitian lain milik Sudrajat & Ompusunggu (2015) pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kantor Wilayah DJP Jakarta Selatan menunjukkan bahwa sosialisasi tentang perpajakan yang dilakukan melalui media sosial berpengaruh dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak akan pentingnya pajak bagi pembangunan bangsa. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Oktaviani et al. (2020) yang mengemukakan bahwa sosialisasi perpajakan yang intens dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak.

H₂: Sosialisasi Pajak Berpengaruh Positif terhadap Kesadaran Pajak Mahasiswa Pelaku Usaha

Mengacu pada *theory of planned behaviour* tindakan manusia dalam berperilaku ditentukan oleh niat. Pembentukan niat berperilaku dimotivasi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. norma subjektif merupakan keyakinan seseorang tentang apa yang harus dilakukan sesuai dengan pendapat orang lain, yang memberikan dorongan untuk bisa memenuhi pendapat tersebut (Karmanata & Setiawan, 2019).

Penelitian yang dilakukan Farida et al. (2020) menunjukkan bahwa semakin baik norma subjektif disekitar individu, maka semakin baik pula pemahaman dan kesadaran pajak yang dimiliki. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Karmanata & Setiawan (2019) yang menunjukkan bahwa norma subjektif memengaruhi kepatuhan pajak WPOP pada KPPN Tabanan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Anugrah & Fitriandi (2022) juga memberikan hasil serupa norma subjektif merupakan faktor paling berpengaruh dalam menjelaskan niat kepatuhan pajak.

H₃: Norma Subjektif Berpengaruh Positif terhadap Kesadaran Pajak Mahasiswa Pelaku Usaha

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal yang didasarkan pada Komunitas Wirausaha Muda (WIDA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Populasi penelitian ini yakni anggota aktif Komunitas Wirausaha Muda (WIDA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana tahun angkatan 2021 yang memiliki usaha sebanyak 43 Orang. Penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh, sehingga seluruh anggota populasi dijadikan sampel. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar pada responden anggota WIDA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana angkatan 2021 secara daring melalui *google form*. Responden diminta untuk mengisi lengkap kuesioner yang diberikan mengenai persepsi-persepsi yang berhubungan dengan variabel kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha (Y), pemahaman pajak (X₁), sosialisasi pajak (X₂), dan norma Subjektif (X₃). Skala penelitian

yang digunakan yakni skala likert untuk mengukur sikap dan persepsi mahasiswa pelaku usaha terhadap kesadaran pajak dengan instrumen penelitian kuesioner yang akan diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu.

Teknik analisis data penelitian ini diawali dengan statistik deskriptif untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang terkumpul tanpa membuat suatu kesimpulan yang bersifat generalisasi. Pengolahan data menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mendapatkan model regresi yang baik. Pengolahan data dilanjutkan dengan melakukan uji regresi linear berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen atau bebas (X) pada variabel dependen atau terikat (Y). Pengujian hipotesis penelitian menggunakan uji koefisien determinasi (uji R²), uji kelayakan model (uji F), dan uji hipotesis (uji t). Persamaan yang digunakan dirumuskan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- Y = Kesadaran Pajak Mahasiswa Pelaku Usaha
 α = Konstanta
 $\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi
X1 = Pemahaman Pajak
X2 = Sosialisasi pajak
X3 = Norma Subjektif
e = Margin error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada Tabel 2 diketahui bahwa terdapat 43 kuesioner yang diolah. Berikut hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2.
Statistik Deskriptif

| Variabel | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|------------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
| Pemahaman Pajak (X1) | 43 | 8 | 20 | 15,98 | 2,782 |
| Sosialisasi Pajak (X2) | 43 | 15 | 25 | 20,58 | 2,575 |
| Norma Subjektif (X3) | 43 | 23 | 40 | 32,09 | 5,028 |
| Kesadaran Pajak (Y) | 43 | 14 | 25 | 22,28 | 2,754 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Empat butir pernyataan digunakan untuk mengukur variabel pemahaman pajak. Nilai rata-rata variabel ini sebesar 15,98 dengan nilai minimum 8 dan nilai maksimal 20. Hal ini menunjukkan jika nilai rata-rata dibagi dengan empat butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 3,99 yang artinya sebagian besar responden memberikan skor 4 pada setiap butir pernyataan dan menunjukkan kecenderungan persepsi setuju pada butir pernyataan yang dilampirkan.

Lima butir pernyataan digunakan untuk mengukur variabel sosialisasi pajak. Nilai rata-rata variabel ini sebesar 20,58 dengan nilai minimum 15 dan nilai maksimal 25. Hal ini menunjukkan jika nilai rata-rata dibagi dengan lima butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 4,116 yang artinya sebagian

besar responden memberikan skor 4 pada setiap butir pernyataan dan menunjukkan kecenderungan persepsi setuju pada butir pernyataan yang dilampirkan.

Delapan butir pernyataan digunakan untuk mengukur variabel norma subjektif. Nilai rata-rata variabel ini sebesar 32,09 dengan nilai minimum 23 dan nilai maksimal 40. Hal ini menunjukkan jika nilai rata-rata dibagi dengan delapan butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 4,011 yang artinya sebagian besar responden memberikan skor 4 pada setiap butir pernyataan dan menunjukkan kecenderungan persepsi setuju pada butir pernyataan yang dilampirkan.

Lima butir pernyataan digunakan untuk mengukur variabel kesadaran pajak. Nilai rata-rata variabel ini sebesar 22,28 dengan nilai minimum 14 dan nilai maksimal 25. Hal ini menunjukkan jika nilai rata-rata dibagi dengan lima butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 4,011 yang artinya sebagian besar responden memberikan skor 4 pada setiap butir pernyataan dan menunjukkan kecenderungan persepsi setuju pada butir pernyataan yang dilampirkan.

Hasil analisis statistik deskriptif juga memperlihatkan nilai standar deviasi seluruh variabel lebih rendah dari nilai rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan sebagai sampel memiliki distribusi data yang rendah atau kurang bervariasi. Namun, jika dibandingkan dengan variabel independen lainnya, nilai deviasi standar variabel norma subjektif lebih tinggi yang menunjukkan bahwa data yang digunakan sebagai sampel memiliki sebaran data yang lebih bervariasi dibandingkan variabel independent lainnya.

Data yang sudah terkumpul kemudian dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan antara pemahaman pajak, sosialisasi pajak, dan norma subjektif terhadap kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha dengan hasil ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3.
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 8,744 | 2,710 | | 3,227 | 0,003 |
| Pemahaman Pajak (X1) | 0,355 | 0,167 | 0,358 | 2,119 | 0,041 |
| Sosialisasi Pajak (X2) | 0,512 | 0,199 | 0,479 | 2,577 | 0,014 |
| Norma Subjektif (X3) | -0,084 | 0,102 | -0,153 | -0,820 | 0,417 |
| Adjusted R Square | 0,383 | | | | |
| Fhitung | 9,699 | | | | |
| Sig. F | 0,000 | | | | |

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 3, adapun rumus persamaan regresi yang didapat dalam penelitian ini yakni:

$$Y = 8,744 + 0,355(X1) + 0,512(X2) - 0,084(X3) + e \dots \dots \dots (2)$$

Nilai konstanta (α) sebesar 8,744 menunjukkan bahwa apabila pemahaman perpajakan (X1), sosialisasi perpajakan (X2), dan norma subjektif (X3) sebesar nol, maka kesadaran pajak (Y) akan meningkat sebesar 8,744.

Nilai koefisien regresi (β_1) variabel pemahaman perpajakan (X1) sebesar 0,355 bernilai positif menunjukkan bahwa apabila nilai pemahaman perpajakan bertambah satu satuan, maka nilai dari kesadaran pajak akan mengalami peningkatan sebesar 0,355. Ini memiliki artian jika pemahaman perpajakan meningkat maka kesadaran perpajakan juga akan meningkat.

Nilai koefisien regresi (β_2) variabel sosialisai perpajakan (X2) sebesar 0,512 bernilai positif menunjukkan bahwa apabila nilai sosialisasi perpajakan bertambah satu satuan, maka nilai dari

kesadaran pajak akan mengalami peningkatan sebesar 0,512. Ini memiliki artian jika sosialisasi perpajakan meningkat maka kesadaran perpajakan juga akan meningkat.

Nilai koefisien regresi (β_3) variabel norma subjektif (X3) sebesar -0,084 bernilai negatif menunjukkan bahwa apabila nilai norma subjektif bertambah satu satuan, maka nilai dari kesadaran pajak akan mengalami penurunan sebesar 0,512.

Berdasarkan hasil uji, koefisien determinasi penelitian ini sebesar 0,383. Hal ini memiliki arti bahwa kemampuan variabel independen penelitian yakni pemahaman perpajakan (X1), sosialisasi perpajakan (X2), dan norma subjektif (X3) memengaruhi variabel dependen kesadaran pajak (Y) sebesar 38,3 %, sedangkan sisanya sebesar 61,7 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Tingkat Sig. F sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan layak untuk digunakan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan nilai tingkat signifikansi pemahaman perpajakan sebesar 0,041. Nilai ini lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima. Hal ini membuktikan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha. Nilai tingkat signifikansi sosialisasi perpajakan sebesar 0,014. Nilai ini lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima. Hal ini membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha. Nilai tingkat signifikansi norma subjektif sebesar 0,417. Nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha.

Hasil penelitian H_1 menunjukkan bahwa variabel pemahaman perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan perspektif teori atribusi yang mana terdapat tiga jenis faktor yang dapat menentukan kesadaran pajak, yaitu faktor internal, eksternal, dan relasional. Melalui proses telaah literatur, pemahaman pajak menjadi salah satu faktor internal yang dapat memengaruhi kesadaran individu untuk patuh akan kewajiban pajaknya (Romadhon & Diamastuti, 2020)

Hasil ini sesuai pula dengan telaah literatur yang dilakukan oleh Mohamad et al. (2022) bahwa salah satu faktor yang memengaruhi kesadaran pajak yakni pemahaman pajak. Pemahaman pajak dinilai mampu menanamkan konseptual kesadaran pajak dan menyampaikan peran kesadaran pajak untuk meningkatkan kesadaran pajak individu. Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Adhikara et al. (2022) yang menunjukkan hasil bahwa pemahaman perpajakan yang tinggi mampu meningkatkan kesadaran wajib pajak tentang dasar-dasar dan pentingnya pajak

Hasil penelitian H_2 menunjukkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan telaah literatur teori atribusi yang menyatakan bahwa wajib pajak menyadari akan aturan perpajakan dikarenakan mendapat dorongan dari pihak eksternal untuk patuh, sehingga solusi yang biasanya diajukan adalah program dan kebijakan yang dapat memotivasi wajib pajak seperti sosialisasi dan edukasi perpajakan sehingga dapat mendorong wajib pajak untuk lebih patuh tanpa bertindak sebagai ancaman atau paksaan (Romadhon & Diamastuti, 2020).

Hasil ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh N. E. Putri & Nurhasanah (2019) dan Sudrajat & Ompusunggu (2015) menunjukkan bahwa sosialisasi pajak memengaruhi kesadaran pajak. Hal ini pun turut disampaikan oleh Kepala KPP Pratama Singaraja dalam penelitian Rossica Sari & Maradona (2020) mengenai tugas aparat pajak untuk terus mengedukasi masyarakat tentang fungsi dan peran pajak dalam kehidupan sehari-hari guna meningkatkan kesadaran bagi seluruh masyarakat, sehingga ketika sudah tertanam kesadaran dalam dirinya maka kepatuhan dari wajib pajak pun akan meningkat.

Hasil penelitian H₃ menunjukkan bahwa variabel norma subjektif berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha. Hasil penelitian ini tidak dapat mendukung *theory of planned behavior* yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dalam perpajakan dipengaruhi oleh niat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku yang mana munculnya niat untuk berperilaku atau tidak ditentukan oleh sikap terhadap perilaku norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Seki & Latifah, 2019).

Dalam penelitian ini, norma subjektif yang dikategorikan menjadi keluarga, dosen, kerabat, dan media sosial tidak memiliki peran dalam memengaruhi tingkat kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha. Berdasarkan data penyebaran kuesioner, norma subjektif yang berasal dari media sosial dan kerabat memiliki poin yang lebih rendah dalam memengaruhi kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha dibandingkan dengan orang tua dan dosen yang cenderung mendapatkan poin yang seimbang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Mahendra & Oktaviani (2022) yang menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat wajib pajak untuk sadar dan patuh terhadap kewajiban pajaknya karena wajib pajak cenderung mematuhi kewajiban pajaknya karena pemahaman yang dimiliki. Hasil serupa juga didapatkan pada penelitian Golfritz et al. (2016), norma subjektif tidak berpengaruh terhadap tingkat kesadaran individu untuk patuh terhadap pajak.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, adapun simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini; Pemahaman perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha. Hal ini menunjukkan, semakin tinggi tingkat pemahaman perpajakan yang dimiliki, maka akan semakin tinggi pula kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha sejak dini; Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha. Hal ini menunjukkan, semakin tinggi tingkat sosialisasi perpajakan yang didapatkan, maka akan semakin tinggi pula kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha sejak dini; Norma subjektif tidak berpengaruh terhadap kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha. Hal ini menunjukkan norma subjektif yang dikategorikan menjadi keluarga, dosen, kerabat, dan media sosial tidak memiliki peran dalam memengaruhi kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam bahan pertimbangan bagi universitas dan pemerintah dalam memberikan program-program edukasi dan sosialisasi perpajakan kepada kelompok khusus pelaku usaha seperti Komunitas Wida sehingga dapat meningkatkan kesadaran pajak mahasiswa pelaku usaha. Disamping itu, bagi sesama pelaku usaha anggota Komunitas Wida, diharapkan untuk saling mengingatkan akan pentingnya kesadaran pajak sejak dini karena dilihat dari data yang diperoleh, norma subjektif yang berasal dari sesama rekan usaha dinilai belum mampu menanamkan konseptual kesadaran pajak.

Penelitian ini terbatas hanya meneliti kesadaran perpajakan mahasiswa pada salah satu angkatan yang aktif dalam Komunitas Wida. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan kajian di bidang sejenis disarankan dapat memperluas ruang lingkup penelitian sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili pandangan pelaku-pelaku usaha mahasiswa secara lebih luas.

REFERENSI

Adhikara, MF. A., Maslichah, M., Diana, N., & Basyir, M. (2022). Taxpayer Compliance Determinants: Perspective of Theory of Planned Behavior and Theory of Attribution. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 34–42. <https://doi.org/10.33642/ijbass.v8n1p4>

Pengaruh Pemahaman Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Norma Subjektif terhadap Kesadaran Pajak Mahasiswa Pelaku Usaha

Ketut Krisnanda Dewi Sukmayana dan Henny Triyana Hasibuan

- Anugrah, M. S. S., & Fitriandi, P. (2022). Analisis Kepatuhan Pajak Berdasarkan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Info Artha*, 6(1), 1–12. <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/JIA/article/view/1388>
- Farida, D., Hamdah, L., Rahmadya, R. R., & Nurlaela, L. (2020). The Effect of Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavior Control of Taxpayer Compliance of Private Person in Tax Office Garut, Indonesia. *Integrative Business and Economics Research*, 9(i), 298–306. <http://buscompress.com/journal-home.html>
- Golfritz, B., Dharmawan, Z., & Baridwan, A. (2016). Pengaruh Norma Subyektif, Pemahaman Terhadap Sistem Self Assessment, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Perpajakan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2489>
- Hardiningsih, P., Januarti, I., Oktaviani, R. M., & Srimindarti, C. (2020). The Determinants of Taxpayer Compliance with Tax Awareness as a Mediation and Education for Moderation. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 15(1), 49. <https://doi.org/10.24843/JIAB.2020.V15.I01.P05>
- Karmanata, A. A. G. R., & Setiawan, P. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan WPOP pada KPP Pratama Tabanan. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(3), 958–971. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.V29.I03.P04>
- Kementerian Keuangan, A. (2022). *Kementerian Keuangan Gelar Pajak Bertutur 2022*. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Kementerian-Keuangan-Gelar-Pajak-Bertutur-2022-%281%29>
- Mahendra, M. B., & Oktaviani, R. M. (2022). Determinan Niat Wajib Pajak Perspektif Theory of Planned Behavior. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(1), 231–240. <https://doi.org/10.51903/KOMPAK.V15I1.644>
- Mertha Jaya, I. M. L. (2019). Realita Kesadaran Pajak di Kalangan Generasi Muda (Mahasiswa) Yogyakarta dan Surabaya. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 4(2), 161–183. <https://doi.org/10.23887/JIA.V4I2.21885>
- Mohamad, N. M., Zin, N. M., & Sulaiman, S. (2022). Determinants Of Tax Awareness: A Systematic Literature Review. *International Journal of Business and Economy*, 4(3), 303–315.
- Mohd Faizal, S., Zaini, R. M., & Somasundaram, N. R. (2021). Tax Awareness and Tax Knowledge of Students at Secondary School Level in Malaysia. *International Business Education Journal*, 14(1), 65–70. <https://doi.org/10.37134/ibej.vol14.1.5.2021>
- Oktaviani, R. M., Kurnia, H., Sunarto, & Udin. (2020). The effects of taxpayer knowledge and taxation socialization on taxpayer compliance: the role of taxpayer awareness in developing Indonesian economy. *Accounting*, 6(2), 89–96. <https://doi.org/10.5267/J.AC.2019.12.004>
- Pangestie, D., & Satyawan, D. (2019). Aplikasi Theory of Planned Behaviour: Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi & bangunan di Kota Surabaya. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 8(1). <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/view/30864>
- Putri, A., & Wibowo, D. (2021). Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(2). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/3812>
- Putri, N. E., & Nurhasanah, N. (2019). Sosialisasi Pajak, Tingkat Pendidikan dan Sanksi Pajak terkait dengan Kepatuhan Wajib Pajak UKM. *Jurnal STEI Ekonomi*, 28(02), 213–232. <https://doi.org/10.36406/JEMI.V28I02.252>
- Putro, B. B. R. P., & Tjen, C. (2020). Analysis Of Tax Education and Tax Knowledge: Survery On University Students in Indonesia. *Journal of the Australasian Tax Teacher Association*, 15(1), 232–241.
- Romadhon, F., & Diamastuti, E. (2020). Kepatuhan Pajak: Sebuah Analisis Teoritis Berdasarkan Perspektif Teori Atribusi. *Jurnal Ilmiah ESAI*, 14(1), 17–35. <https://doi.org/10.25181/ESAI.V14I1.2382>
- Rossica Sari, N. P., & Maradona, A. F. (2020). Kenapa Wajib Pajak UMKM Enggan Membayar Pajak Penghasilan? *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1561–1574. <https://doi.org/10.24843/EJA.2020.V30.I06.P17>
- Sekti, A. D. P., & Latifah, H. (2019). Theory of Planned Behaviour Application on Personal Tax Compliance Behavior in Indonesia. *Eurasia: Economics & Business*, 11(29), 28–34. <https://doi.org/10.18551/econeurasia.2019-11>
- Sudrajat, A., & Ompusunggu, A. P. (2015). Pemanfaatan teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Kepatuhan Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 2(02), 193–202. <https://doi.org/10.35838/JRAP.2015.002.02.17>
- Yusanty, S., & Apriweni, P. (2018). *Analisis Pengaruh Pemahaman dan Motivasi Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Penghasilan Orang Pribadi Usahawan (Studi Kasus Pasar Jatineraga Jakarta Timur)*.