

## 1. Pendahuluan

Menurut UU Nomor 16 Tahun 2009 pasal 1 ayat 1, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Solikhah & Suryarini, 2023). Perpajakan dimaknai sebagai suatu proses pemungutan dan pengelolaan pajak menjadi faktor kunci bagi masyarakat dunia, sebab merupakan suatu kesempatan bagi pemerintah untuk mengumpulkan pendapatan negara (Night & Bananuka, 2020). Dana APBN tahun 2022 yang bersumber dari Kemenku RI (2023) melaporkan bahwa realisasi pendapatan negara sepanjang tahun 2022 mencapai Rp 2.626,4 triliun. Sebagian besar pendapatan pada tahun 2022 bersumber dari pengenaan pajak negara, yaitu sebesar Rp 1.716,8 triliun (65,37%).

Salah satu agen ekonomi pemerintah Indonesia yang dipercaya dapat berkontribusi dalam meningkatkan penerimaan negara yang bersumber dari pajak adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Data dari Sistem Administrasi Pajak tercatat dari 64,2 juta UMKM Indonesia, hanya 2,31 juta atau 3,6% UMKM yang telah terdaftar sebagai wajib pajak. Namun, hanya 15% saja yang tergolong mematuhi pajak (DDTC News, 2022). Selanjutnya, realisasi perpajakan sampai dengan bulan April 2021 di Jawa Tengah baru 19,93% dan hanya 9.976 badan usaha termasuk UMKM yang telah melaporkan SPT tahunan (Kanwil DJP, 2021). Sedangkan menurut Dinkop UMKM Jateng (2023) tercatat total UMKM Semarang mencapai 11.916 UMKM. Dari perbandingan data-data tersebut, dapat diketahui jika mayoritas UMKM Indonesia memiliki tingkat kepatuhan pajak yang rendah, serta banyak UMKM masih belum taat pada pajak.

Kepatuhan wajib pajak tentu saja berfungsi sebagai tolak ukur dalam menentukan seberapa patuh wajib pajak perorangan maupun badan usaha dalam membayar pajak. Night & Bananuka (2020) menyebutkan bahwa sikap wajib pajak terhadap sistem pajak elektronik berpengaruh membuat wajib pajak menerima atau menolak untuk mengadopsi sistem pajak elektronik. Apabila muncul sikap positif, maka akan mudah mencapai penggunaan pajak elektronik dan ketaatan pajak cenderung meningkat, begitu juga sebaliknya (Ramdhani et al., 2022). Selain itu, adanya sosialisasi perpajakan juga penting dilaksanakan supaya wajib pajak mengetahui manfaat dan keuntungan penggunaan pajak elektronik sehingga muncul perilaku adopsi sistem pajak elektronik (Ramdhani et al., 2022).

Meskipun upaya reformasi pajak seperti pendidikan pajak dan pelayanan pajak *online* telah dilakukan sebaik mungkin oleh pemerintah, namun ketidakpatuhan pajak masih menjadi suatu tantangan (Pratiwi & Anggraeni, 2020). Sampai saat ini, masih belum jelas mekanisme mana yang harus digunakan agar menjangkau tingkat kepatuhan perpajakan penuh. Salah satu dari mekanisme pemungutan pajak adalah dengan menggunakan perpajakan elektronik (Night & Bananuka, 2020). Untuk perpajakan elektronik di Indonesia salah satunya dengan menggunakan Sistem *E-Billing*. Sistem *E-Billing* adalah fasilitas perpajakan elektronik yang digunakan saat membayar dan menyetorkan pajak secara *online* (Pratiwi & Anggraeni, 2020). Susilo & Syahdan (2022) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif terhadap kepatuhan pajak dalam penggunaan sistem *E-Billing*, semakin tinggi penggunaan sistem *E-Billing* maka akan meningkatkan ketaatan pajak. Sedangkan penelitian Aprita & Putri (2018) menemukan bahwa penerapan sistem *E-Billing* belum efektif, karena meskipun penggunaan *E-Billing* sudah diberlakukan, wajib pajak yang membayar pajak masih rendah. Dengan perbedaan hasil temuan tersebut, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menganalisis apakah sistem elektronik pajak mampu meningkatkan kepatuhan pajak UMKM.

Sikap wajib pajak mempunyai andil sangat penting dalam penerapan dan penerimaan sistem elektronik pajak. Hasil temuan Simiyu & Jagongo (2019) menunjukkan ada hubungan positif signifikan antara sikap terhadap sistem elektronik pajak dalam hal kemudahan, kesederhanaan dan keamanan dalam penggunaannya yang dapat meningkatkan

kepatuhan pajak. Namun berbeda dengan Night & Bananuka (2020) yang menemukan bahwa wajib pajak merasa tidak nyaman saat memakai sistem elektronik pajak dibandingkan dengan sistem pajak manual. Dengan perbedaan hasil penelitian terdahulu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menganalisis pengaruh sikap wajib pajak pada sistem pajak elektronik terhadap kepatuhan wajib pajak.

Terdapat faktor lain yang mampu berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak yaitu sosialisasi perpajakan (Windiarni, 2020). Temuan Wati (2018) menyebutkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak karena mampu menyampaikan pengetahuan pajak kepada wajib pajak, sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Namun berbeda dengan temuan Savitri (2018) yang menyebutkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak memengaruhi kepatuhan wajib pajak, dikarenakan keduanya merupakan determinan yang berbeda. Oleh sebab itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Salah satu variabel yang mampu memediasi sikap wajib pajak terhadap sistem pajak elektronik dan sosialisasi perpajakan yaitu adopsi sistem pajak elektronik. Hasil temuan Night & Bananuka (2020) menunjukkan adopsi sistem pajak elektronik memediasi hubungan sikap wajib pajak pada sistem pajak elektronik dengan kepatuhan wajib pajak UMKM. Sejalan dengan hasil penelitian Ramdhani et al. (2022) yang menunjukkan bahwa adopsi sistem pajak elektronik dapat memediasi sikap wajib pajak pada sistem pajak elektronik dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Mengacu pada penelitian tersebut, akan dilakukan penelitian lebih lanjut pada UMKM di Semarang untuk menganalisis apakah adopsi sistem pajak elektronik dapat memediasi sikap wajib pajak terhadap sistem pajak elektronik dan sosialisasi perpajakan. Penelitian ini mengembangkan penelitian terdahulu dari Night & Bananuka (2020) dengan menambahkan variabel independen yaitu sosialisasi perpajakan dan mengembangkan model penelitian dari Yuniarta & Purnamawati (2020) dari model langsung menjadi model tidak langsung yang menggunakan mediasi.

Identifikasi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu (i) apakah sikap wajib pajak UMKM pada sistem pajak elektronik berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, (ii) apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, (iii) apakah ada hubungan antara sikap wajib pajak UMKM terhadap sistem pajak elektronik dengan adopsi sistem pajak elektronik, (iv) apakah ada hubungan antara sosialisasi perpajakan dengan adopsi sistem pajak elektronik, (v) apakah ada pengaruh antara adopsi sistem pajak elektronik dengan kepatuhan wajib pajak UMKM, (vi) apakah adopsi sistem pajak elektronik dapat memediasi hubungan sikap wajib pajak UMKM terhadap sistem pajak elektronik dengan kepatuhan wajib pajak UMKM, dan (vii) apakah adopsi sistem pajak elektronik dapat memediasi hubungan sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak UMKM.

Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan antara lain untuk menganalisis pengaruh sikap wajib pajak pada sistem pajak elektronik, sosialisasi perpajakan, dan adopsi sistem pajak elektronik terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Selain itu juga bertujuan untuk menganalisis hubungan adopsi sistem pajak elektronik dengan sikap wajib pajak UMKM pada sistem pajak elektronik dan sosialisasi perpajakan, serta menganalisis peran adopsi sistem pajak elektronik sebagai mediasi dari sikap wajib pajak pada sistem pajak elektronik dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Secara teoritis, penelitian ini mengacu pada *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang menjelaskan mengenai suatu pendorong adanya perilaku manusia (Night & Bananuka, 2020), serta menjelaskan beberapa faktor pengaruh perilaku manusia (Kiconco & Sserwanga, 2019). Hasil penelitian ini yang mengacu TRA dapat bermanfaat sebagai referensi dan pertimbangan literatur untuk berbagai penelitian selanjutnya, khususnya penelitian mengenai perilaku perpajakan. Sedangkan secara praktis, diharapkan mampu

memberikan manfaat diantaranya memberikan wawasan, menjadi kesempatan peneliti untuk mendapatkan pengetahuan tentang perilaku wajib pajak UMKM Semarang, sebagai bahan pertimbangan pemerintah dalam memperbaiki ketaatan pajak UMKM, serta menjadi sumber informasi wajib pajak untuk memperbaiki kewajiban perpajakannya.

## **2. Telaah Pustaka**

### **2.1 Theory Of Reasoned Action (TRA)**

*Theory Of Reasoned Action (TRA)* dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen tahun 1980 yang menjelaskan mengenai suatu pendorong adanya perilaku manusia seperti hubungan antara sikap, niat, norma subyektif, keyakinan serta perilaku manusia (Vallerand, R. J. et al., 1991). TRA mengasumsikan bahwa dalam mengambil tindakan, individu merupakan pembuat keputusan rasional yang akan menggunakan suatu informasi secara sistematis (Ramdhani et al., 2022). Menurut Night & Bananuka (2020) TRA juga mengasumsikan bahwa niat dapat memengaruhi perilaku seseorang untuk melakukan suatu tindakan, niat dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku sehingga muncul perilaku yang positif atau negatif.

### **2.2 Technology Acceptance Model (TAM)**

*Technology Acceptance Model (TAM)* adalah teori mengenai model penerimaan teknologi untuk membantu memprediksi dan menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi (Night & Bananuka, 2020). TAM dengan mengadaptasi TRA awal mula diusulkan oleh Davis (1986) sebagai dasar untuk menjelaskan alasan adanya penerimaan atau penolakan penggunaan informasi teknologi oleh pengguna (Ramdhani et al., 2022). Alamri & Arif (2019) berpendapat bahwa ada faktor yang berpengaruh pada penggunaan TAM yaitu persepsi kemudahan (*perceive ease of use*) yang menganggap bahwa teknologi informasi mudah digunakan dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) yang menganggap bahwa menggunakan informasi teknologi dapat meningkatkan pekerjaan (Ilhamy, 2019).

### **2.3 Kepatuhan Wajib Pajak**

UU RI Nomor 7 Tahun 2021 BAB 2 pasal 2 ayat 1 menyatakan bahwa setiap wajib pajak yang telah memenuhi persyaratan subjektif dan tujuan sesuai dengan ketentuan peraturan perpajakan wajib mendaftarkan diri pada kantor Direktorat Jenderal Pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal atau tempat kedudukan wajib pajak dan kepadanya diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak (Solikhah & Suryarini, 2023). Solikhah & Suryarini (2023) juga menyatakan bahwa wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang memiliki hak dan kewajiban pajak sesuai perundangan-undangan yaitu sebagai pembayar, pemotong, dan pelapor pajak. Kepatuhan wajib pajak yaitu ketaatan wajib pajak saat melakukan kewajiban perpajakan seperti menyetor, melapor, dan membayar kewajiban pajaknya (Arrozi & Rahayu, 2022). Menurut Wulandari (2020) terdapat dua sudut yang berbeda dari kepatuhan wajib pajak, yaitu dalam segi sederhana yang menyangkut kesesuaian regulasi kewajiban pajak dan segi komprehensif yang menyangkut tanggung jawab wajib pajak. Firmansyah (2022) membagi dua masalah kepatuhan pajak yaitu kepatuhan pajak dan ketidakpatuhan pajak. Wajib pajak dapat dikatakan patuh apabila wajib pajak secara sukarela mendaftarkan ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) untuk melaporkan dan menyelesaikan pajak mereka (Pratiwi & Anggraeni, 2020).

### **2.4 Sikap Wajib Pajak**

Sikap wajib pajak didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif terhadap perilaku kepatuhan pajak yang dapat menghasilkan perilaku kepatuhan dan ketidakpatuhan wajib pajak (Ramdhani et al., 2022). Sikap berkaitan dengan definisi TRA karena berhubungan dengan pandangan mengenai perilaku manusia (Kiconco & Sserwanga, 2019). Pada hal ini, wajib pajak sebagai pihak yang bertindak menghitung, melapor, dan membayar pajaknya melalui KPP atau sistem pajak elektronik (Solikhah & Suryarini, 2023). Sikap menjadi

penting dalam menjelaskan perilaku seseorang meskipun banyak faktor lain yang dapat memengaruhi perilaku, seperti kepribadian, latar belakang, dan motivasi seseorang (Zulfita & Ulinuha, 2018). Sejalan dengan berbagai pendapat tersebut, dapat diartikan bahwa untuk menimbulkan sikap wajib pajak positif dapat dipengaruhi adanya faktor yang menjadi alasan untuk patuh terhadap kewajiban pajaknya.

## 2.5 Sistem Pajak Elektronik

Sistem pajak elektronik (*system e-tax*) merupakan suatu *platform* elektronik yang digunakan wajib pajak untuk mengakses pajak secara *online* dengan menggunakan jaringan internet (Night & Bananuka, 2020). Layanan pajak elektronik meliputi penyampaian SPT, mendaftar NPWP, pengajuan pengembalian, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak dengan cara *self assessment system* (Erdiansyah et al., 2021). Menurut Solikhah & Suryarini (2023) *self assessment system* merupakan pemungutan pajak dengan cara wajib pajak menentukan dan menghitung besaran pajaknya sendiri. Sistem pajak elektronik memiliki kelebihan dibandingkan sistem pajak manual, antara lain proses administrasi lebih sederhana yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, serta bisa diakses secara cepat sehingga dapat menghemat waktu dan menghemat penggunaan kertas, (Ramdhani et al., 2022). Pratiwi & Anggreini (2020) juga menyebutkan bahwa sistem pajak elektronik adalah sistem yang aman, andal, mudah digunakan, dan menyediakan berbagai layanan pajak.

## 2.6 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya Direktorat Jenderal Pajak sebagai bentuk pemberian pembinaan, pemahaman, informasi, dan perundangan-undangan terkait perpajakan kepada masyarakat dalam upaya peningkatan kepatuhan pajak. (Yuniarta & Purnamawati, 2020). Firmansyah, (2022) mengungkapkan bahwa sosialisasi perpajakan sebagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi perilaku dan niat wajib pajak khususnya terkait kepatuhan pajak. Terdapat dua bentuk sosialisasi perpajakan yaitu sosialisasi langsung yang dilakukan secara tatap muka dan sosialisasi tidak langsung melalui perantara media atau alat komunikasi (Yuniarta & Purnamawati, 2020). Namun menurut Wijayanto, (2018) sosialisasi perpajakan lebih baik dilakukan secara langsung, terperinci dan lebih dekat dengan masyarakat sehingga informasi akan tersampaikan secara langsung dan tepat sasaran.

## 2.7 Pengembangan Hipotesis

### 2.7.1 Pengaruh sikap wajib pajak UMKM pada sistem pajak elektronik terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

*Theory of Reasoned Action (TRA)* mengasumsikan bahwa sikap positif dan negatif dapat memengaruhi niat seseorang untuk berperilaku (Night & Bananuka, 2020). Akibat adanya sikap negatif pada pajak elektronik dapat menimbulkan rasa ketidakpercayaan seseorang pada sistem tersebut, sehingga wajib pajak lebih memilih untuk menggunakan sistem manual yaitu dengan menggunakan kertas (Night & Bananuka, 2020). Menurut penelitian Simiyu & Jagongo (2019) menunjukkan ada hubungan positif signifikan sikap terhadap sistem pajak elektronik dalam hal kemudahan, kesederhanaan, dan juga sistem yang aman dalam penggunaannya. Penelitian lain oleh Octavia (2021) menyebutkan bahwa ada pengaruh positif yang ditunjukkan sikap pada sistem pajak elektronik terhadap kepatuhan pajak.

Berdasarkan temuan tersebut hipotesis yang diambil yaitu :

**H1 Sikap wajib pajak UMKM pada sistem pajak elektronik berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM**

### **2.7.2 Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM**

Menurut *Theory of Reasoned Action (TRA)* terdapat faktor yang memengaruhi perilaku manusia seperti sikap, niat, dan perilaku positif atau negatif (Kiconco & Sserwanga, 2019). Wajib pajak yang mendapatkan informasi dan pemahaman terkait perpajakan cenderung akan memiliki perilaku positif yaitu kepatuhan pajak (Night & Bananuka, 2020). Savitri (2018) berpendapat apabila sosialisasi perpajakan dilakukan secara intensif akan meningkatkan pengetahuan wajib pajak sehingga dapat meningkatkan kepatuhan pajak. Temuan Regita et al., (2020) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dari sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan pajak. Temuan tersebut juga didukung oleh penelitian Wati, (2018) bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak, sebab sosialisasi perpajakan mampu menyampaikan informasi pajak kepada wajib pajak, sehingga dapat meningkatkan kepatuhan pajak.

Berdasarkan temuan tersebut hipotesis yang diambil yaitu :

**H2 Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM**

### **2.7.3 Pengaruh adopsi sistem pajak elektronik terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM**

Adopsi sistem pajak elektronik menurut Night & Bananuka, (2020) merupakan kegiatan menggunakan suatu temuan atau inovasi baru yang berkaitan dengan aktivitas perpajakan. Dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* terdapat dua faktor yang memengaruhi penggunaan TAM yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan (Alamri & Arif, 2019). Persepsi tersebut berkaitan dengan adopsi sistem pajak elektronik yang menjadi kegiatan penting karena banyak negara sudah menjalankan pajak elektronik untuk menunjang kegiatan perpajakan (Night & Bananuka, 2020). Berdasarkan penelitian Night & Bananuka, (2020) ada pengaruh positif signifikan antara penggunaan pajak elektronik dengan kepatuhan pajak sehingga semakin tinggi tingkat penggunaan sistem pajak elektronik akan berpengaruh pada peningkatan kepatuhan wajib pajak. Temuan tersebut sejalan dengan temuan Susilo & Syahdan, (2022) bahwa ada pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan pajak pada penggunaan pajak elektronik.

Berdasarkan temuan tersebut hipotesis yang diambil yaitu :

**H3 Adopsi sistem pajak elektronik berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM**

### **2.7.4 Pengaruh sikap wajib pajak UMKM pada sistem pajak elektronik dengan adopsi sistem pajak elektronik**

*Technology Acceptance Model (TAM)* telah menunjukkan bahwa niat dan sikap terhadap sistem tertentu dapat menentukan perilaku adopsi sistem tersebut (Pratiwi & Anggraeni, 2020). Sondakh, (2017) menyatakan bahwa sikap akan mengarah pada niat berperilaku seseorang yang dapat menghasilkan suatu tindakan tertentu. Seseorang dengan sikap yang positif terhadap pajak elektronik akan menerima dan mengadopsi sistem pajak elektronik (Santioso et al., 2022). Adanya persepsi kemudahan, keandalan, kegunaan, kredibilitas, dan kemampuan pengoperasian komputer dapat meningkatkan perilaku penggunaan pajak elektronik (Dwi et al., 2022). Berdasarkan penelitian dari Ramdhani et al., (2022) sikap wajib pajak UMKM pada sistem pajak elektronik berpengaruh positif terhadap adopsi pajak elektronik. Temuan tersebut sejalan dengan temuan dari Dwi et al., (2022) bahwa persepsi positif terhadap pajak elektronik mampu meningkatkan perilaku penggunaan pajak elektronik.

Berdasarkan temuan tersebut hipotesis yang diambil yaitu :

**H4 Sikap wajib pajak UMKM pada sistem pajak elektronik berpengaruh positif terhadap adopsi sistem pajak elektronik**

### **2.7.5 Hubungan sosialisasi perpajakan dengan adopsi sistem pajak elektronik**

Upaya peningkatan adopsi sistem pajak elektronik bisa dengan cara meningkatkan kemampuan dan pemahaman teknologi masyarakat melalui kegiatan sosialisasi perpajakan (Kiconco & Sserwanga, 2019). Sejalan dengan *Theory Of Reasoned Action (TRA)* yang mengasumsikan bahwa dalam mengambil tindakan, individu merupakan pembuat keputusan rasional yang akan menggunakan suatu informasi secara sistematis (Night & Bananuka, 2020). Yuniarta & Purnamawati, (2020) menyatakan apabila adanya sosialisasi perpajakan dapat memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai keuntungan yang didapat dalam penggunaan pajak elektronik, maka penggunaan pajak elektronik juga akan meningkat. Berdasarkan hasil penelitian Simu & Hariadi, (2021) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dari sosialisasi perpajakan mengenai minat wajib pajak untuk menggunakan pajak elektronik. Sejalan dengan temuan Ratnasari et al., (2019) menyebutkan bahwa sosialisasi penggunaan pajak elektronik memengaruhi adopsi pajak elektronik.

Berdasarkan temuan tersebut hipotesis yang diambil yaitu :

#### **H5 Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap adopsi sistem pajak elektronik**

### **2.7.6 Peran adopsi sistem pajak elektronik sebagai mediasi sikap wajib pajak pada sistem pajak elektronik dengan kepatuhan wajib pajak UMKM**

*Theory of Reasoned Action (TRA)* mengemukakan ada persepsi dan reaksi yang akan memengaruhi sikap pengguna informasi teknologi dalam menerima teknologi (Kusbandiyah, 2017). Sikap positif wajib pajak akan mengarah pada tindakan penggunaan sistem pajak elektronik sehingga akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Ramdhani et al., 2022). Menurut Zulfita & Ulinuha, (2018) untuk menimbulkan sikap yang positif dapat dipengaruhi berbagai faktor seperti adanya motivasi, kepribadian, dan latar belakang yang menjadi alasan patuh dengan pajaknya. Dalam hal ini, adopsi pajak elektronik dapat dianggap sebagai motivasi untuk meningkatkan kepatuhan pajak. Hasil penelitian Night & Bananuka, (2020) menemukan bahwa adopsi sistem pajak elektronik memediasi sikap wajib pajak pada sistem pajak elektronik dengan kepatuhan wajib pajak UMKM. Sejalan dengan Pratiwi & Anggraeni, (2020) yang menemukan bahwa adopsi sistem pajak elektronik berpengaruh positif dalam memediasi sikap wajib pajak pada sistem pajak elektronik dengan kepatuhan wajib pajak UMKM.

Berdasarkan temuan tersebut hipotesis yang diambil yaitu :

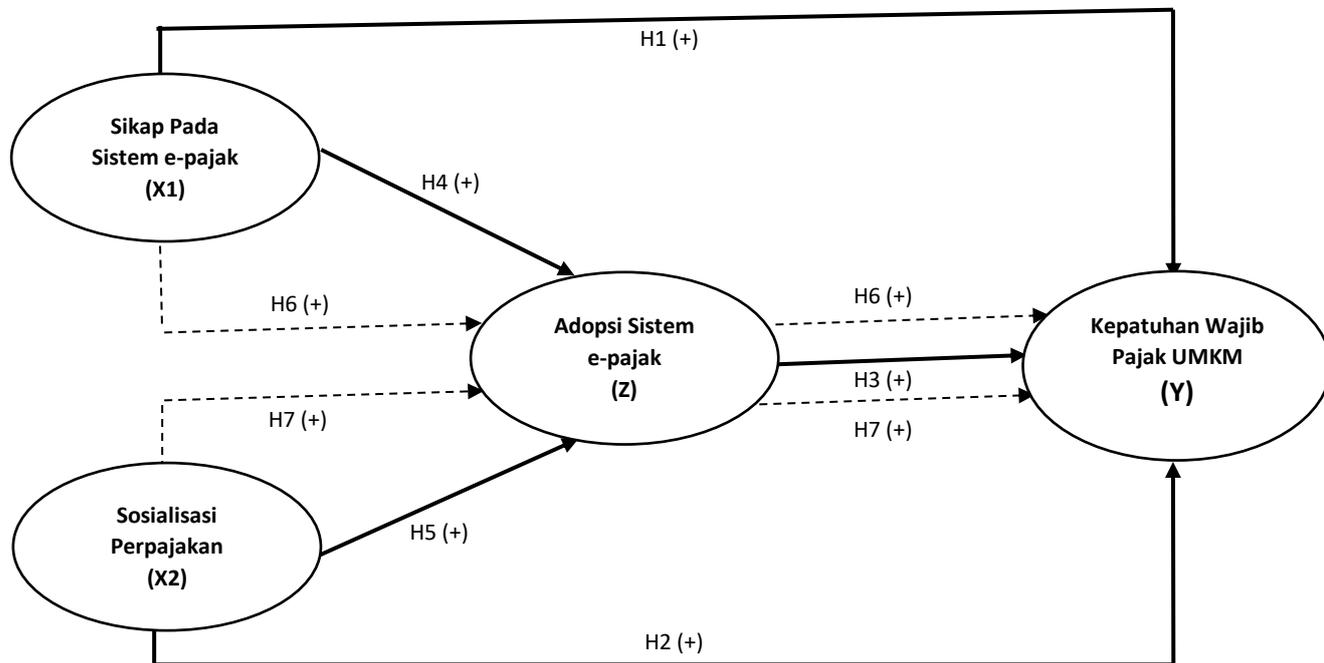
#### **H6 Adopsi sistem pajak elektronik memediasi sikap wajib pajak pada sistem pajak elektronik dengan kepatuhan wajib pajak UMKM**

### **2.7.7 Peran adopsi sistem pajak elektronik sebagai mediasi sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak UMKM**

*Theory of Reasoned Action (TRA)* mengemukakan bahwa ada pendorong dibalik perilaku seseorang (Night & Bananuka, 2020). Dalam hal ini, sosialisasi perpajakan menjadi pendorong wajib pajak untuk berperilaku positif atau negatif. Kegiatan sosialisasi mengenai penggunaan pajak elektronik penting dilakukan agar pengetahuan dan penerimaan pajak elektronik meningkat sehingga berdampak positif pada peningkatan kepatuhan pajak (Susilo & Syahdan, 2022). Adanya pemahaman dan kemampuan wajib pajak yang bersumber dari sosialisasi perpajakan mengenai berbagai keuntungan penggunaan sistem pajak elektronik akan menimbulkan penerimaan sistem pajak elektronik, sehingga akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Fitriah et al., 2021). Hasil penelitian Fitriah et al., (2021) menyatakan apabila penerapan sistem pajak elektronik dan sosialisasi perpajakan semakin baik, maka kepatuhan pajak semakin meningkat. Selain itu, hasil penelitian Ramdhani et al., (2022) mengungkapkan bahwa adopsi sistem pajak elektronik sebagai mediator parsial dalam memediasi hubungan antara sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan pajak.

Berdasarkan temuan tersebut hipotesis yang diambil yaitu :  
**H7 Adopsi sistem pajak elektronik memediasi sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak UMKM**

## 2.8 Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

## 3. Metode Penelitian

### 3.1 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel dan penggunaan kuesioner sangat efisien karena responden dapat langsung memilih jawaban yang telah disediakan (Sahir, 2021). Jenis kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner dengan jawaban tertutup. Kuesioner akan didistribusikan dengan mendatangi langsung pada pemilik UMKM di Kota Semarang yang menjadi objek penelitian ini.

### 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sahir (2021) populasi terkait dengan seluruh objek penelitian, sedangkan sampel merupakan sebagian populasi penelitian. Populasi yang menjadi objek penelitian ini yaitu seluruh wajib pajak UMKM di Kota Semarang. Data UMKM Kota Semarang bersumber dari Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kota Semarang Tahun 2023. Sampel yang diambil menggunakan metode sampel acak sederhana yaitu mengambil sampel dengan cara mengacak dan tidak terkait strata (Sahir, 2021). Jumlah sampel yang menjadi target penelitian ini ditentukan menggunakan rumus *slovin* yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n : total sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan

### **3.3 Definisi Operasional Variabel**

#### **3.3.1 Sikap Wajib Pajak UMKM (X1)**

Menurut Nurfauziah (2022) sikap merupakan bentuk dari adanya kepercayaan dan evaluasi terhadap objek sikap. Terdapat 6 (enam) indikator untuk mengukur sikap wajib pajak UMKM menurut Night & Bananuka, (2020) terdiri atas 1) Perasaan positif, 2) Sikap terhadap penggunaan sistem pajak elektronik, 3) Mendaftar sebagai wajib pajak, 4) Penyampaian layanan pajak, 5) Kepatuhan pajak, 6) Manfaat pajak elektroni. Beberapa indikator tersebut diukur menggunakan *skala likert* lima poin dari sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), sangat setuju (SS).

#### **3.3.2 Sosialisasi Perpajakan (X2)**

Sosialisasi perpajakan dapat dijadikan sebagai faktor penentu perilaku wajib pajak terkait kewajiban pajaknya. Terdapat 6 (enam) indikator untuk mengukur peran sosialisasi perpajakan menurut Yuniarta & Purnamawati, (2020) yaitu 1) Pemahaman peraturan perpajakan, 2) Informasi keuntungan membayar pajak, 3) Informasi perhitungan, pembayaran dan pelaporan kewajiban pajak, 4) Pemahaman sistem pajak elektronik. 5) Informasi keuntungan sistem pajak elektronik, 6) Informasi penggunaan sistem pajak elektronik. Beberapa indikator tersebut diukur menggunakan skala likert lima poin dari sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), sangat setuju (SS).

#### **3.3.3 Adopsi Sistem Pajak Elektronik (Z)**

Adopsi sistem pajak elektronik menurut Fitriah et al., (2021) merupakan kegiatan menggunakan suatu temuan atau inovasi baru yang berkaitan dengan aktivitas perpajakan. Terdapat 6 (enam) indikator untuk mengukur adopsi sistem pajak elektronik menurut Night & Bananuka, (2020) yaitu 1) Adopsi sistem pajak elektronik, 2) Terhubung dengan internet, 3) Mengoperasikan komputer, 4) Fitur yang lengkap, 5) Kemudahan fitur, 6) Menguasai dan memahami teknologi. Beberapa indikator tersebut diukur menggunakan *skala likert* lima poin dari sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), sangat setuju (SS).

#### **3.3.4 Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y)**

Kepatuhan wajib pajak adalah ketaatan wajib pajak saat melaksanakan kewajiban perpajakan seperti menyetor, melapor, dan membayar kewajiban pajaknya (Arrozi & Rahayu, 2022). Terdapat 6 (enam) indikator untuk mengukur kepatuhan wajib pajak UMKM menurut Night & Bananuka, (2020) yaitu 1) Pembayaran dan pelaporan pajak, 2) Mendaftarkan diri tepat waktu, 3) Kewajiban pajak, 4) Penilaian pajak, 5) Perhitungan kewajiban pajak, 6) Penyerahan SPT. Beberapa indikator tersebut diukur menggunakan skala likert lima poin dari sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), sangat setuju (SS).

### **3.4 Metode Analisis Data**

Analisis data penelitian ini dilakukan menggunakan Smart PLS versi 3.2.9. Smart PLS merupakan *software* pengolah data *structural equation modelling (SEM)* yang menggunakan metode *partial least squares (PLS)*. Beberapa alat analisis data yang akan digunakan antara lain :

#### **3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif adalah jenis analisis yang menyajikan data berupa tabulasi (baris & kolom). Teknik ini memberikan gambaran berupa nilai *mean*, maksimum, minimum, dan standar deviasi dari setiap variabel penelitian (Sahir, 2021). Sahir (2021) juga menyatakan bahwa analisis statistik deskriptif berguna untuk mengidentifikasi serta mengetahui informasi dari masing-masing variabel sehingga mempermudah dalam proses identifikasi data.

### 3.4.2 Outer Model

Outer model yaitu model yang menunjukkan spesifikasi hubungan parameter atau indikator yang diestimasi dengan variabel latennya. Pada outer model terdapat beberapa pengujian yang akan dilakukan antara lain :

#### 1. *Convergent Validity* (Validitas Konvergen)

Menurut Night & Bananuka (2020) uji validitas dapat menentukan seberapa benar hasil penelitian atau untuk menentukan apakah instrumen penelitian benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Validitas konvergen merupakan pengujian untuk mengetahui adanya validitas pada hubungan indikator dengan variabel latennya. Pengujian validitas konvergen dinilai dari *loading factor* sebesar  $>0,70$ . Dalam hal ini, indikator memenuhi validitas konvergen apabila nilai *loading factor* dalam *outer loadings*  $>0,70$ , namun jika nilai *loading factor* antara 0,50-0,60 dalam penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran masih dianggap cukup (Ghozali, 2021).

#### 2. *Average Variance Extracted* (AVE)

Pengujian *Average Variance Extracted* (AVE) merupakan pengujian untuk mengukur tingkat variansi pada komponen konstruk yang dihimpun berdasarkan indikatornya dengan menyesuaikan tingkat kesalahan. Menurut Ghozali, (2021) nilai AVE menunjukkan besarnya *variable manifest* yang dapat dimiliki konstruk laten. Ketentuan nilai AVE yaitu  $\geq 0,50$  (Ghozali, 2021).

#### 3. Validitas Diskriminan atau *Discriminant Validity*

*Discriminant Validity* merupakan suatu cara untuk menilai perbedaan antar konstruk yang dapat diketahui dengan membandingkan nilai AVE dengan nilai kuadrat korelasi dari kedua konstruk (Ghozali, 2021). Pengujian *discriminant validity* dinilai berdasarkan nilai *cross loading*.

#### 4. *Composite Reliability*

Uji *composite reliability* bertujuan untuk mengukur nilai reliabilitas dari suatu variabel dan berfungsi untuk membuktikan adanya akurasi, ketepatan instrumen, dan konsistensi dalam mengukur suatu konstruk. Dalam hal ini, pengujian dapat dikatakan reliabel ketika nilai *composite reliability*  $> 0,70$  atau nilai *composite reliability*  $>$  nilai *cronbach's alpha*. (Ghozali, 2021).

### 3.4.3 Inner Model (Uji Struktural)

Inner model adalah serangkaian pengujian untuk menguji hubungan konstruk eksogen dan endogen yang sebelumnya telah dihipotesiskan (Khairunisa, 2022). Pada inner model terdapat beberapa pengujian yang akan dilakukan antara lain :

#### 1. Nilai *R-Square* ( $R^2$ )

*R-Square* ( $R^2$ ) merupakan suatu indikator untuk menunjukkan banyaknya variasi yang dijelaskan dalam model (Ghozali, 2021). *R-Square* ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan antara variabel dependen dan independen. Nilai yang terdapat dalam koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dapat diterima yaitu di atas 0,1 (Ghozali, 2021).

#### 2. Uji Signifikansi (Uji Hipotesis)

Uji signifikansi pada penelitian ini dengan metode *bootstrapping*. *Bootstrapping* yaitu metode untuk melakukan penilaian tingkat probabilitas atau signifikansi (Khairunisa, 2022). Uji signifikansi pada metode *bootstrapping* dilakukan menggunakan alat ukur *path coefficient* dan *specific indirect effect*. Ketentuan dalam uji signifikansi *path coefficient* yaitu apabila nilai P Value  $< 0,05$  maka variabel independen berpengaruh langsung terhadap variabel dependen. Namun apabila nilai P Value  $> 0,05$  maka variabel independen tidak berpengaruh langsung terhadap variabel dependen. Selain itu, uji signifikansi pada penelitian ini berguna untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antar variabel yaitu adanya pengaruh dari variabel intervening yang menghubungkan pengaruh variabel independen dan dependen (Ghozali, 2021).

### 3. *Variance Accounted For* (VAF)

Menurut Suriana et al., (2022) uji *Variance Accounted For* merupakan metode pengujian mediasi yang dikembangkan oleh Preacher dan Hayes tahun 2008. Keuntungan metode VAF yaitu dapat diaplikasikan pada pengujian yang memiliki sampel kecil. Ada tiga kriteria dalam penilain uji VAF yaitu jika nilai VAF > 80% maka variabel mediasi dapat dikategorikan sebagai mediasi penuh, selanjutnya jika nilai VAF 20% - 80% dikategorikan sebagai mediasi parsial, namun jika nilai VAF < 20% berarti pengaruh mediasi tidak ada (Ghozali, 2021). Rumus Uji VAF sebagai berikut :

$$\text{VAF} = \frac{\text{Pengaruh tidak langsung}}{\text{Pengaruh langsung} + \text{Pengaruh tidak langsung}}$$