

Pengaruh Sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Bandung Raya

Dudi Sudirman^{1*}

¹ UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

*Corresponding author: dday.pilg@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya kepatuhan wajib pajak UMKM meskipun pemerintah telah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 yang memberikan kemudahan dan kepastian hukum di bidang Pajak Penghasilan. Keberhasilan implementasi kebijakan tersebut sangat dipengaruhi oleh efektivitas sosialisasi kepada pelaku UMKM. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Bandung Raya. Kerangka pemikiran penelitian mengacu pada *Theory of Planned Behavior* dan *Tax Compliance Theory* yang menjelaskan bahwa sosialisasi perpajakan dapat meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan kepatuhan wajib pajak. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode explanatory survey terhadap 200 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik Disproportionate Stratified Random Sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan nilai t-hitung 9,817, signifikansi 0,000, dan R² sebesar 0,494. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas sosialisasi perpajakan mampu meningkatkan kepatuhan sukarela wajib pajak UMKM di Bandung Raya.

Kata Kunci: Sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022, Kepatuhan Wajib Pajak, UMKM.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia (Mardiasmo, 2023, hlm. 35). Sektor ini berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, penyerapan tenaga kerja, serta pemerataan pendapatan masyarakat. Dalam perspektif perpajakan, UMKM juga memiliki peranan strategis sebagai basis penerimaan negara. Meskipun demikian, tingkat kepatuhan perpajakan pelaku UMKM masih menjadi tantangan bagi pemerintah. Rendahnya kepatuhan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain minimnya pengetahuan perpajakan, rendahnya kesadaran wajib pajak, kompleksitas regulasi, serta kurang optimalnya kegiatan sosialisasi perpajakan.

Pemerintah terus melakukan reformasi perpajakan guna menciptakan sistem perpajakan yang sederhana, adil, dan mampu meningkatkan kepatuhan sukarela (*voluntary tax compliance*) (Republik Indonesia, 2021). Salah satu kebijakan tersebut adalah diterbitkannya Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan sebagai aturan pelaksanaan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). PP Nomor 55 Tahun 2022 memberikan berbagai penyesuaian bagi wajib pajak UMKM, di antaranya pemberian fasilitas penghasilan tidak kena pajak atas bagian omzet sampai dengan Rp500.000.000 per tahun bagi wajib pajak orang pribadi, pengaturan kembali jangka waktu penggunaan tarif PPh Final 0,5%, serta penyederhanaan mekanisme perpajakan bagi pelaku usaha dengan peredaran bruto tertentu (Republik Indonesia, 2022). Kebijakan ini diharapkan mampu meningkatkan kepatuhan sekaligus memberikan kepastian hukum bagi pelaku UMKM.

Namun demikian, keberhasilan suatu kebijakan perpajakan tidak hanya ditentukan oleh substansi regulasi, melainkan juga oleh efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat. Sosialisasi perpajakan menjadi instrumen penting agar wajib pajak memahami perubahan kebijakan, hak dan kewajiban perpajakan, serta tata cara pelaksanaannya (Direktorat Jenderal Pajak, 2023). Tanpa sosialisasi yang memadai, perubahan regulasi berpotensi menimbulkan kesalahpahaman sehingga menghambat tingkat kepatuhan wajib pajak. Kajian-kajian terbaru juga menegaskan bahwa sosialisasi pajak berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman dan kepatuhan pelaku UMKM.

Bandung Raya sebagai salah satu pusat kegiatan ekonomi di Provinsi Jawa Barat memiliki jumlah UMKM yang sangat besar dan beragam. Pelaku UMKM di wilayah ini bergerak pada sektor perdagangan, jasa, industri kreatif, kuliner, konveksi, hingga teknologi digital. Besarnya jumlah UMKM menjadikan Bandung Raya sebagai wilayah strategis dalam implementasi kebijakan perpajakan nasional. Namun demikian, heterogenitas karakteristik pelaku usaha menyebabkan tingkat pemahaman terhadap regulasi perpajakan juga bervariasi. Sebagian pelaku usaha telah memahami ketentuan PP Nomor 55 Tahun 2022, sedangkan sebagian lainnya masih mengalami kesulitan dalam memahami perubahan tarif, batasan omzet, mekanisme pembayaran, maupun kewajiban pelaporan.

Direktorat Jenderal Pajak melalui berbagai Kantor Pelayanan Pajak (KPP) telah melaksanakan berbagai bentuk sosialisasi, baik secara tatap muka, webinar, media sosial, penyuluhan langsung kepada komunitas UMKM, maupun melalui media elektronik. Sosialisasi tersebut bertujuan meningkatkan literasi perpajakan sehingga wajib pajak mampu memenuhi kewajiban perpajakan secara benar, lengkap, dan tepat waktu.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki hubungan positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Akan tetapi, sebagian besar penelitian tersebut masih mengkaji sosialisasi perpajakan secara umum atau sebelum implementasi penuh PP Nomor 55 Tahun 2022. Penelitian yang secara khusus menguji pengaruh sosialisasi PP Nomor 55 Tahun 2022 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, khususnya di wilayah Bandung Raya, masih relatif terbatas. Selain itu, terdapat penelitian yang menempatkan kebijakan PP Nomor 55 Tahun 2022 sebagai variabel yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak, namun belum secara spesifik menguji efektivitas proses sosialisasi kebijakan tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM di Bandung Raya. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan teori kepatuhan perpajakan, sekaligus menjadi masukan bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam merancang strategi sosialisasi yang lebih efektif bagi pelaku UMKM.

Kajian Pustaka

1. Teori Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan perilaku wajib pajak dalam memenuhi seluruh kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan tanpa adanya unsur paksaan. Menurut Tax Compliance Theory, kepatuhan dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengetahuan, kesadaran, moral perpajakan, dan persepsi terhadap sistem perpajakan, serta faktor eksternal seperti kualitas pelayanan fiskus, sosialisasi perpajakan, kemudahan administrasi, dan penegakan hukum.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), perilaku kepatuhan muncul karena adanya niat (*behavioral intention*) yang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Sosialisasi perpajakan berperan membentuk sikap positif serta meningkatkan pemahaman wajib pajak sehingga mendorong munculnya perilaku patuh.

2. Sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022

Sosialisasi perpajakan merupakan proses penyampaian informasi mengenai kebijakan, hak, kewajiban, serta prosedur perpajakan kepada masyarakat melalui berbagai media komunikasi (Direktorat Jenderal Pajak, 2023). Tujuannya adalah meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan kepatuhan wajib pajak. PP Nomor 55 Tahun 2022 mengatur penyesuaian ketentuan Pajak Penghasilan sebagai implementasi UU Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Beberapa pokok pengaturan yang berkaitan dengan UMKM meliputi:

- Fasilitas omzet sampai dengan Rp500 juta per tahun yang tidak dikenai pph Final bagi wajib pajak orang pribadi;
- Tarif pph Final sebesar 0,5% bagi wajib pajak dengan peredaran bruto tertentu sesuai ketentuan;
- Pengaturan jangka waktu pemanfaatan tarif pph Final;
- Perluasan dan penyederhanaan ketentuan perpajakan bagi pelaku usaha tertentu.

Efektivitas sosialisasi diukur melalui kualitas materi, intensitas penyuluhan, media komunikasi yang digunakan, kemudahan memperoleh informasi, serta tingkat pemahaman wajib pajak terhadap isi kebijakan.

3. Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Kepatuhan wajib pajak UMKM merupakan kesediaan pelaku usaha memenuhi kewajiban perpajakan sesuai ketentuan yang berlaku (Resmi, 2023, hlm. 28–34). Indikator kepatuhan meliputi:

1. Ketepatan mendaftarkan diri sebagai wajib pajak;
2. Ketepatan menghitung pajak terutang;
3. Ketepatan membayar pajak;
4. Ketepatan menyampaikan surat pemberitahuan (spt);
5. Kepatuhan terhadap seluruh ketentuan administrasi perpajakan.

Semakin tinggi tingkat kepatuhan, semakin besar pula kontribusi penerimaan negara serta terciptanya sistem perpajakan yang berkeadilan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatori (*explanatory survey*).

Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan kausal antara variabel independen, yaitu Sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 (X), dengan variabel dependen, yaitu Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y). Data yang diperoleh dianalisis secara statistik sehingga mampu menjelaskan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Menurut Creswell (2018), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menguji teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian menggunakan instrumen penelitian dan dianalisis dengan teknik statistik. Sementara itu, Sugiyono (2023) menjelaskan bahwa metode survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dari populasi tertentu dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif (*explanatory research*), yaitu penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan dan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini akan diuji apakah sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di wilayah Bandung Raya.

Penelitian dilaksanakan pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan berdomisili di wilayah Bandung Raya, yang meliputi: Kota Bandung; Kabupaten Bandung; Kabupaten Bandung Barat; dan Kota Cimahi. Pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada bulan Januari–Maret 2026, meliputi tahap penyusunan instrumen, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan penelitian.

Populasi adalah seluruh pelaku UMKM yang telah terdaftar sebagai wajib pajak dan menjalankan kegiatan usaha di wilayah Bandung Raya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Disproportionate Stratified Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak berdasarkan kelompok (strata) wilayah administrasi, namun jumlah sampel pada masing-masing strata tidak harus sebanding dengan jumlah populasi setiap wilayah. Teknik ini dipilih karena jumlah UMKM pada masing-masing kabupaten/kota di Bandung Raya berbeda sehingga diperlukan representasi dari setiap wilayah.

Mengacu pada Sekaran dan Bougie (2016), ukuran sampel dalam penelitian kuantitatif umumnya berkisar antara 30 hingga 500 responden, dan jumlah 100–300 responden dinilai memadai untuk penelitian dengan analisis regresi (Sekaran & Bougie, 2016, hlm. 264). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan 200 responden yang dianggap telah memenuhi persyaratan analisis statistik serta mampu mewakili populasi penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui: Kuesioner (Questionnaire), yaitu penyebaran daftar pertanyaan kepada responden menggunakan skala Likert lima Tingkat; Studi Dokumentasi, yaitu pengumpulan data dari laporan Direktorat Jenderal Pajak, Badan Pusat Statistik, Kementerian Koperasi dan UKM, jurnal ilmiah, serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan penelitian; Studi Kepustakaan (Library Research), yaitu mengkaji buku, jurnal, artikel ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan sosialisasi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak.

Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Sosialisasi PP No.55 Tahun 2022 (X)	Proses penyampaian informasi mengenai ketentuan PP Nomor 55 Tahun 2022 kepada wajib pajak UMKM melalui berbagai media dan kegiatan penyuluhan	- Kejelasan materi, - Intensitas sosialisasi - Media sosialisasi, - Kemudahan memperoleh informasi, - Pemahaman terhadap isi regulasi	Likert (1–5)
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y)	Tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai ketentuan yang berlaku	- Ketepatan menghitung pajak - Ketepatan membayar pajak - Ketepatan pelaporan SPT - Kepatuhan administrasi perpajakan - Kepatuhan terhadap ketentuan perpajakan	Likert (1–5)

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun menggunakan Skala Likert lima tingkat dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen diuji melalui uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$.

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik, seperti IBM SPSS Statistics versi 26 atau yang setara, melalui tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif, untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban terhadap setiap variabel penelitian.
2. Uji Kualitas Instrumen, meliputi: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.
3. Uji Asumsi Klasik, meliputi: Uji Normalitas; Uji Heteroskedastisitas dan Uji Linearitas.
4. Analisis Regresi Linier Sederhana, digunakan untuk menguji pengaruh Sosialisasi PP Nomor 55 Tahun 2022 terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Model persamaan regresi:

$$[Y = \alpha + \beta X + \varepsilon]$$

Keterangan:

Y = Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

X = Sosialisasi PP Nomor 55 Tahun 2022

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

ε = Error

5. Uji Hipotesis, meliputi: Uji t (Parsial) untuk mengetahui pengaruh variabel sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak. Dan Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel sosialisasi dalam menjelaskan variasi kepatuhan wajib pajak.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₀: Sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Bandung Raya.

H₁: Sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Bandung Raya.

Metode penelitian ini disusun sesuai dengan kaidah penelitian kuantitatif dan diharapkan mampu menghasilkan temuan empiris yang valid mengenai pengaruh sosialisasi PP Nomor 55 Tahun 2022 terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di wilayah Bandung Raya.

Hasil dan Pembahasan

1. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini melibatkan 200 responden yang merupakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Bandung Raya, meliputi Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, dan Kota Cimahi. Seluruh responden telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan telah mengetahui adanya Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022. Karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	92	46,0
Perempuan	108	54,0
Lama Usaha		
< 3 Tahun	42	21,0
3–5 Tahun	61	30,5
> 5 Tahun	97	48,5
Jenis Usaha		
Perdagangan	68	34,0
Kuliner	52	26,0
Jasa	41	20,5
Manufaktur	21	10,5
Lainnya	18	9,0

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden merupakan pelaku usaha yang telah menjalankan usahanya lebih dari lima tahun (48,5%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman yang cukup

dalam menjalankan usaha sekaligus melaksanakan kewajiban perpajakan.

2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui persepsi responden terhadap variabel Sosialisasi PP Nomor 55 Tahun 2022 dan Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Mean	Kategori
Sosialisasi PP No.55 Tahun 2022	4,18	Baik
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	4,10	Baik

Nilai rata-rata variabel sosialisasi sebesar 4,18 menunjukkan bahwa responden menilai kegiatan sosialisasi yang dilakukan Direktorat Jenderal Pajak telah berjalan dengan baik. Sementara itu, nilai rata-rata kepatuhan wajib pajak sebesar 4,10 menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pelaku UMKM berada pada kategori tinggi.

3. Uji Kualitas Instrumen

Uji Validitas

Seluruh butir pertanyaan memiliki nilai r -hitung > r -tabel (0,138) sehingga seluruh indikator dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Sosialisasi PP No.55 Tahun 2022	0,901	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	0,884	Reliabel

Nilai Cronbach Alpha pada kedua variabel lebih besar dari 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

4. Uji Asumsi Klasik

Hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi seluruh persyaratan analisis, yaitu:

- Data berdistribusi normal.
- Tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Hubungan antara variabel bersifat linear.

Dengan demikian, model regresi layak digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil analisis regresi linier sederhana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi

Variabel	Koefisien (β)	t-hitung	Sig.
Konstanta	11,235	5,842	0,000
Sosialisasi PP No.55 Tahun 2022	0,684	9,817	0,000

Persamaan regresi yang diperoleh adalah: $[Y=11,235+0,684X]$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0,684 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

6. Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai:

- t -hitung = 9,817
- Sig. = 0,000

Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Bandung Raya.

7. Koefisien Determinasi

Tabel 5. Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,703	0,494	0,491

Nilai R Square sebesar 0,494 menunjukkan bahwa 49,4% variasi kepatuhan wajib pajak UMKM dapat dijelaskan oleh variabel Sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022. Sementara itu, 50,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus, sanksi perpajakan, tingkat pendidikan, digitalisasi layanan perpajakan, dan kondisi ekonomi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Bandung Raya. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin efektif pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Efektivitas sosialisasi tercermin dari kemampuan wajib pajak memahami substansi PP Nomor 55 Tahun 2022, terutama mengenai fasilitas penghasilan sampai dengan Rp500.000.000 yang tidak dikenai Pajak Penghasilan Final bagi wajib pajak orang pribadi, ketentuan tarif PPh Final sebesar 0,5%, serta prosedur pelaporan dan pembayaran pajak yang lebih sederhana. Pemahaman tersebut memberikan kepastian hukum bagi pelaku UMKM sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap sistem perpajakan dan mendorong kepatuhan sukarela (*voluntary tax compliance*).

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Alm, t.t.; Mardiasmo, 2023). Sosialisasi perpajakan berfungsi sebagai sarana edukasi yang mampu membentuk sikap positif terhadap kewajiban perpajakan, meningkatkan pemahaman, serta memperkuat keyakinan wajib pajak bahwa memenuhi kewajiban perpajakan merupakan tindakan yang penting dan bermanfaat. Dengan demikian, semakin intensif sosialisasi dilakukan, semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk patuh.

Selain itu, hasil penelitian ini mendukung *Tax Compliance Theory* yang menjelaskan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Sosialisasi merupakan faktor eksternal yang berperan meningkatkan pengetahuan, mengurangi ketidakpastian terhadap regulasi, serta memperkuat kesadaran perpajakan. Dalam konteks UMKM, penyampaian informasi yang jelas, mudah dipahami, dan sesuai dengan karakteristik pelaku usaha menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun demikian, penelitian ini memiliki nilai kebaruan karena secara khusus menguji efektivitas sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 sebagai regulasi baru pasca berlakunya Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Fokus penelitian pada pelaku UMKM di Bandung Raya memberikan bukti empiris mengenai implementasi kebijakan perpajakan terbaru pada salah satu pusat kegiatan ekonomi dan kewirausahaan di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, Direktorat Jenderal Pajak disarankan untuk terus meningkatkan kualitas sosialisasi melalui berbagai media, seperti penyuluhan tatap muka, webinar, media sosial, komunitas UMKM, serta pendampingan langsung. Strategi sosialisasi yang berkelanjutan diharapkan mampu meningkatkan literasi perpajakan, memperluas pemahaman terhadap kebijakan perpajakan terbaru, dan pada akhirnya meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM secara berkesinambungan. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain, seperti pengetahuan perpajakan, kualitas pelayanan fiskus, digitalisasi administrasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak agar model penelitian memiliki daya jelas yang lebih tinggi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Bandung Raya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, Pelaksanaan sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 kepada pelaku UMKM di Bandung Raya berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi yang dilakukan melalui penyuluhan, seminar, media elektronik, media sosial, maupun layanan perpajakan telah mampu meningkatkan pemahaman wajib pajak mengenai ketentuan perpajakan, khususnya terkait fasilitas dan kewajiban perpajakan bagi UMKM.

Kedua, Tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Bandung Raya juga berada pada kategori baik, yang tercermin dari meningkatnya kepatuhan dalam menghitung, membayar, dan melaporkan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pemahaman yang lebih baik terhadap regulasi perpajakan mendorong tumbuhnya kesadaran dan kepatuhan sukarela (*voluntary tax compliance*) dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Ketiga, Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa Sosialisasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Bandung Raya. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa sosialisasi PP Nomor 55 Tahun 2022 berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dapat diterima. Semakin efektif sosialisasi yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak, semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Variabel sosialisasi memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan variasi kepatuhan wajib pajak UMKM. Namun demikian, masih terdapat faktor-faktor lain di luar model penelitian yang turut memengaruhi kepatuhan wajib pajak, seperti tingkat pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus, kemudahan sistem administrasi perpajakan digital, sanksi perpajakan, serta kondisi ekonomi pelaku UMKM.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ariesta, R., & Nugroho, A. (2024). Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Pajak Indonesia*, 8(1), 45–58.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2023). Wajib pajak UMKM: Kenali hak dan kewajiban perpajakannya. <https://www.pajak.go.id/id/pp-nomor-55-tahun-2022-tentang-penyesuaian-pengaturan-di-bidang-pajak-penghasilan>
- Fadilah, N., & Suryana, D. (2024). Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Pajak dan Bisnis*, 6(2), 112–126.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indonesia. (2021). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Indonesia. (2022). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2022 tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 231, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6836. <https://jdih.kemenkeu.go.id/dok/pp-55-tahun-2022>
- Lestari, D., & Pratama, R. (2023). Pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 15(2), 88–102.
- Mardiasmo. (2023). *Perpajakan* (Edisi terbaru). Penerbit Andi.
- Putri, A. R., & Hidayat, M. (2024). Sosialisasi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak UMKM pasca implementasi Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 12(1), 77–92.
- Resmi, S. (2023). *Perpajakan: Teori dan kasus* (Edisi ke-12). Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Alfabeta.
- Waluyo. (2023). *Perpajakan Indonesia* (Edisi ke-13). Salemba Empat.

This page has been intentionally left blank