

Pengaruh Sosialisasi Pajak dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Mutia Rianti Fauziah^{1*}, Herwan Abdul Muhyi²

^{1,2} Program Studi Administrasi Keuangan Publik, Universitas Padjadjaran

* E-mail Korespondensi: mutia21005@mail.unpad.ac.id

Information Article

History Article

Submission: 17-06-2025

Revision: 24-06-2025

Published: 24-06-2025

DOI Article:

10.24905/permana.v16i2.970

A B S T R A K

Dalam menjaga dan mempertahankan kinerja penerimaan di sektor perpajakan ke depan, diperlukan berbagai langkah strategis, salah satunya dengan terus mempertahankan dan mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini memiliki tujuan untuk membuktikan, mengetahui, serta memahami pengaruh sosialisasi pajak dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak yang terdaftar di KPP Madya Bandung. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan populasi yang mencakup wajib pajak yang terdaftar di KPP Madya Bandung yang terdata pada tahun 2024. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang terdiri dari wajib pajak badan maupun orang pribadi sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer yang diperoleh melalui survei menggunakan kuesioner. Hasil kuesioner diolah menggunakan Program *Software IBM SPSS Statistic 25* dan didapatkan temuan yang mengindikasikan bahwa sosialisasi pajak dan kualitas pelayanan secara parsial juga simultan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak baik badan ataupun orang pribadi yang terdaftar di KPP Madya Bandung. Penelitian ini dapat berkontribusi sebagai masukan positif untuk berbagai pihak dan upaya mempertahankan serta lebih meningkatkan pendapatan pajak.

Kata Kunci: Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan, Wajib Pajak Yang Terdaftar Di KPP Madya Bandung, Kepatuhan Wajib Pajak

A B S T R A C T

In maintaining and sustaining the performance of revenue in the taxation sector in the future, various strategic steps are needed, one of which is by continuing to maintain and encourage increased taxpayer compliance. This study aims to prove, find out, and understand the effect of tax socialization and service quality on taxpayer compliance registe-

Acknowledgment

red at the Bandung Madya Tax Office. The quantitative method was used in this study, with a population that includes taxpayers registered at the Bandung Madya Tax Office recorded in 2024. This study involved 100 respondents consisting of corporate and individual taxpayers as samples. The sampling technique was carried out randomly using the simple random sampling method. The data in this study came from primary data obtained through a survey using a questionnaire. The results of the questionnaire were processed using the IBM SPSS Statistic 25 Software Program and findings were obtained indicating that tax socialization and service quality partially and simultaneously have a significant and positive effect on taxpayer compliance, both corporate and individual, registered at the Bandung Madya Tax Office. This study can contribute as positive input for various parties and efforts to maintain and further increase tax revenues.

Key word: *Tax Socialization, Service Quality, Taxpayers Registered at KPP Madya Bandung, Taxpayer Compliance*

© 2025 Published by Permana. Selection and/or peer-review under responsibility of Permana

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu dari banyak negara berkembang yang mengandalkan dua sumber dana utama diantaranya dana dari luar negeri dan dalam negeri. Dengan mengoptimalkan pemanfaatan dana dalam negeri, Indonesia dapat mengurangi ketergantungan pada sumber dana luar negeri yang cenderung tidak stabil. Sumber penerimaan terbesar negara berasal dari sektor pajak, yang merupakan komponen utama dalam penerimaan domestik. Pajak menjadi sumber pendapatan utama yang sepenuhnya dialokasikan untuk membiayai berbagai pengeluaran serta pelaksanaan pembangunan. Peran pajak sangat signifikan dan dampaknya bisa dirasakan, baik secara langsung ataupun tidak langsung, dalam kehidupan sehari-hari. Karena peran penting pajak dalam pembangunan negara, peningkatan penerimaan pajak sangat diperlukan (Haryanti dkk, 2022).

Indonesia mengenakan pajak penghasilan kepada orang pribadi dan badan sesuai ketentuan yang berlaku sejak 1 Januari 1984. Pajak ini merupakan bentuk tanggung jawab dan kontribusi warga negara sebagaimana diamanatkan dalam UUD 1945. Meskipun manfaatnya tidak langsung dirasakan, pajak mendanai berbagai layanan publik seperti keamanan dan ketertiban.

Pajak penghasilan dipungut secara nasional, dengan tarif yang disesuaikan berdasarkan jenis penghasilan.

Berikut adalah data target dan realisasi penerimaan pajak di KPP Madya Bandung.

Tabel 1. Realisasi Penerimaan Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Madya Bandung

Tahun	Target	Realisasi	Presentase
2019	13.495.895.689.000	11.111.749.823.027	82.33%
2020	10.457.848.226.000	7.656.526.805.429	73.21%
2021	8.230.758.477.000	7.244.233.030.324	88.01%
2022	6.324.432.550.000	6.894.156.192.092	109,01%
2023	7.361.101.039.000	7.516.938.473.015	102.12%

Sumber: KPP Madya Bandung (2024)

Berdasarkan table 1, penerimaan pajak di Kota Bandung menunjukkan tren peningkatan dari 2019 hingga 2023. Penurunan terjadi pada 2020 akibat pandemi COVID-19. Namun, pada 2021 realisasi meningkat meski target lebih rendah, mencerminkan pemulihan ekonomi atau perbaikan sistem perpajakan. Pada 2022 dan 2023, realisasi kembali meningkat dan melampaui target, menandakan keberhasilan KPP Madya Bandung dalam mengoptimalkan penerimaan pasca-pandemi.

Kepatuhan wajib pajak merupakan faktor kunci dalam pencapaian target penerimaan, ditandai dengan pemenuhan kewajiban dan pelaksanaan hak sesuai ketentuan (Rohmawati dkk, 2012:5).

Tabel 2. Realisasi Rasio Kepatuhan Wajib Pajak KPP Madya Bandung

INDIKATOR	2021			2022			2023		
	WP Wajib SPT	Target	Realisasi	WP Wajib SPT	Target	Realisasi	WP Wajib SPT	Target	Realisasi
Presentase capaian tingkat kepatuhan penyampaian SPT Tahunan Wajib Pajak Badan dan Orang Pribadi	1.817 SPT	100%	100%	1.695 SPT	100%	100%	1.778	100%	100,28%

Sumber: KPP Madya Bandung (2024)

Data 2021 s.d 2023 menunjukkan pencapaian target SPT Tahunan di KPP Madya

Bandung tercapai secara konsisten. Tahun 2021 dan 2022 mencapai kepatuhan 100%, meski jumlah WP sedikit menurun. Pada 2023, kepatuhan melampaui target 100,28% akibat “*special case*”. Secara keseluruhan, tingkat kepatuhan WP dalam pelaporan SPT Tahunan tergolong sangat baik dan stabil.

Menurut Rahayu (2017), kepatuhan wajib pajak tercermin dari kepatuhan dalam membayar pajak serta menyampaikan SPT dengan benar dan lengkap tanpa memerlukan pemeriksaan lebih lanjut. Faktor yang memengaruhi kepatuhan di antaranya adalah sosialisasi pajak dan kualitas pelayanan. Dalam *sistem self assessment*, wajib pajak dituntut untuk mandiri menghitung dan membayar pajak, sehingga pemahaman yang baik menjadi krusial (Rahman, 2021). Sosialisasi berperan penting dalam meningkatkan pemahaman tersebut (Pangestu & Iswara, 2022). Minimnya sosialisasi dapat menurunkan kesadaran pajak Sipahutar & Masyitah, (2023), sehingga diperlukan strategi yang efektif dan rutin.

Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda terkait pengaruh sosialisasi pajak dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan. Wardani & Wati (2018) menemukan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, namun Yulia dkk (2020) menyatakan sebaliknya. Rahman (2021) juga menyebut kualitas pelayanan KPP berpengaruh positif, sementara Endaryati (2017) menemukan tidak ada pengaruh. Hal tersebut menunjukkan Adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu menunjukkan *research gap* terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Melihat kinerja KPP Madya Bandung yang terus mencapai bahkan melampaui target hingga 2023, riset ini dilakukan untuk mengeksplorasi variabel-variabel yang berpotensi berpengaruh terhadap kepatuhan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal, yang bertujuan untuk mengkaji hubungan sebab-akibat antar variabel independen dan variabel dependen. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui pendistribusian kuesioner kepada wajib pajak terdaftar di KPP Madya Bandung, menjadi unit analisis. Data ini bersifat *cross-sectional* yaitu data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu tertentu dari sejumlah kategori. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *simple random sampling*. Sampel penelitian ini terdiri dari wajib pajak badan dan orang pribadi yang terdaftar di KPP Madya Bandung yang ditentukan dengan teknik acak melalui *excel* minimal yang dibutuhkan menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh 100 responden. Selain itu,

1445

penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu: (1) studi lapangan melalui wawancara dan kuesioner kepada wajib pajak di KPP Madya Bandung untuk mengukur pengaruh sosialisasi dan pelayanan terhadap kepatuhan, serta (2) studi kepustakaan guna memperoleh landasan teori dari literatur terkait.

HASIL

Hasil perhitungan statistic deskriptif penelitian ini didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
Sosialisasi Pajak	100	25.00	55.00	45.5200	5.58548
Kualitas Pelayanan	100	20.00	50.00	45.8600	5.87929
Kepatuhan Wajib Pajak	100	24.00	65.00	56.4300	6.09563

Sumber : Hasil Output SPSS 25, Data Olahan Penulis (2025)

Selanjutnya untuk menguji hubungan antar variable dilakukannya uji validitas. Dengan jumlah sampel sebanyak 100, nilai R_{Tabel} yang digunakan sebagai pembanding adalah 0,196. Data dianggap valid apabila $R_{Hitung} > R_{Tabel}$ atau apabila Tingkat signifikansi berada di bawah 0,05. Berikut adalah hasil dari uji validitas:

Tabel 4. Uji Validitas

X1 = Sosialisasi Pajak			
Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Hasil Uji
X1.1	0,550	0,196	Valid
X1.2	0,744	0,196	Valid
X1.3	0,507	0,196	Valid
X1.4	0,612	0,196	Valid
X1.5	0,611	0,196	Valid
X2 = Kualitas Pelayanan			
Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Hasil Uji
X2.1	0,903	0,196	Valid
X2.2	0,885	0,196	Valid
X2.3	0,790	0,196	Valid
X2.4	0,724	0,196	Valid
X2.5	0,923	0,196	Valid

Y = Kepatuhan Wajib Pajak			
Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Hasil Uji
Y1	0,640	0,196	Valid
Y2	0,806	0,196	Valid
Y3	0,648	0,196	Valid
Y4	0,686	0,196	Valid
Y5	0,651	0,196	Valid

Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

Selanjutnya dilakukan uji reabilitas dimana Sebuah item pertanyaan dinilai reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* nya $> 0,60$. Berikut adalah hasil dari uji validitas:

Tabel 5. Uji Reabilitas

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai	Hasil Uji
Sosialisasi Pajak (X1)	11	0,922	0,60	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	10	0,954	0,60	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	13	0,922	0,60	Valid

Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

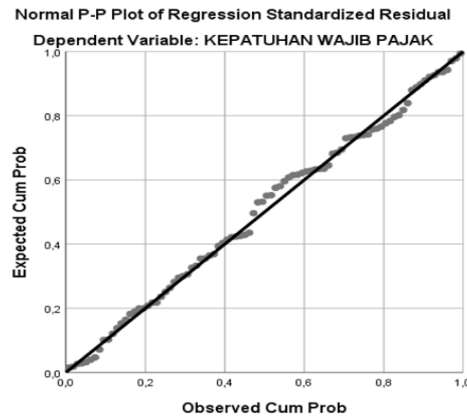
Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikoleniaritas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual regresi berdistribusi normal, menggunakan grafik P-P Plot dan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Data dianggap normal jika titik pada P-P Plot mengikuti garis diagonal dan nilai Asymp. Sig. $> 0,05$ (Ghozali, 2018).

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas dengan Metode *Kolmogorov-Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean Std. Deviation	.0000000
Most Extreme Differences	Absolute	2.65774300
	Positive	.055
	Negative	.042
Test Statistic		-.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Sumber : Hasil Output SPSS 25, Data Olahan Penulis (2025)



Gambar 1. P-Plot Uji Normalitas Data

Sumber : Hasil Output SPSS 25, Data Olahan Penulis (2025)

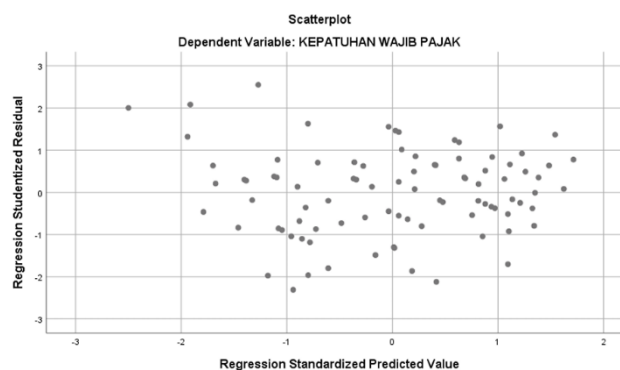
Uji multikolinearitas bertujuan mengidentifikasi hubungan antar variabel independen dalam regresi. Tidak terdapat multikolinearitas jika nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 , sehingga model layak dianalisis lebih lanjut.

Tabel 7. Hasil Uji Multikoleniaritas

Variabel	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
Sosialisasi Pajak	.232	4.313
Kualitas Pelayanan	.232	4.313

Sumber : Hasil Output SPSS 25, Data Olahan Penulis (2025)

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengidentifikasi adanya perbedaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi (Ghozali, 2018:139). Gejala heteroskedastisitas dapat dikenali dengan melihat pola sebaran titik pada *scatterplot* yang ditampilkan pada gambar berikut:



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Sumber : Hasil Output SPSS 25, Data Olahan Penulis (2025)

Grafik *scatterplot* di atas menunjukkan sebaran titik yang acak dan merata di sekitar garis nol, mengindikasikan tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Namun, karena grafik bersifat subjektif, uji *Glejser* digunakan untuk memastikan hasil secara statistik.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	7.108	2.327			.003
Sosialisasi Pajak	.048	.105	.094	.458	.648
Kualitas Pelayanan	-.148	.098	-.309	-1.508	.135

Sumber : Hasil Output SPSS 25, Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan tabel 8, nilai signifikansi untuk variabel X1 sebesar 0,648 dan variabel X2 sebesar 0,135. Karena seluruh nilai probabilitas koefisien variable tersebut > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Untuk menjelaskan sejauh mana variable bebas mempengaruhi variable terikat, digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari uji regresi linier berganda menghasilkan *output* sebagai berikut:

Tabel 9. Nilai Koefisien Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	18.554	3.127		5.933	.000
Sosialisasi Pajak	.312	.141	.261	2.675	.009
Kualitas Pelayanan	.278	.053	.403	5.057	.000

Sumber : Hasil Output SPSS 25, Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh nilai konstanta dan koefisien regresi, sehingga persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 18.233 + 0,312X_1 + 0.278X_2 + e$$

1. Nilai konstanta (α) diperoleh sebesar 18,233 artinya keadaan saat variabel Kepatuhan Wajib Pajak belum dipengaruhi oleh variabel lainnya, yaitu variabel Sosialisasi Pajak (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel

Kepatuhan Wajib Pajak tidak mengalami perubahan.

2. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,312, menunjukkan bahwa Sosialisasi Pajak mempunyai berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Artinya, setiap kenaikan 1 satuan variabel Sosialisasi Pajak maka akan meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,312, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam riset ini.
3. Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,278, menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Artinya, setiap peningkatan 1 satuan variabel Kualitas Pelayanan maka akan meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,278, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam riset ini.

Uji t (uji parsial) dilakukan untuk mengidentifikasi kontribusi masing-masing variable bebas terhadap variable terikat secara individu. Dengan $\alpha = 5\%$, $n = 100$, dan $df = 97$, diperoleh t_{tabel} dari tabel = 1,984. Hasil dari uji t dapat ditemukan pada table berikut:

Tabel 10. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Variabel	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	18.554	3.127		5.933	.000
Sosialisasi Pajak	.312	.141	.261	2.675	.009
Kualitas Pelayanan	.278	.053	.403	5.057	.000

Sumber : Hasil Output SPSS 25, Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan tabel 10, dapat diimpresasikan sebagai berikut:

1. *Output* uji t yang disajikan pada table 10, hipotesis pertama (H_1) yang dinyatakan dalam riset ini bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Diperoleh nilai Probabilitas (Sig.) dari variable sosialisasi pajak sebesar $0,009 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 2,675, sedangkan t_{tabel} adalah 1,984. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam riset ini diterima.
2. *Output* uji t yang disajikan pada table 10, hipotesis pertama (H_2) yang dinyatakan dalam riset ini bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Diperoleh nilai Probabilitas (Sig.) dari variable sosialisasi pajak sebesar 0,00

$< 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 5,057, sedangkan t_{tabel} adalah 1,984. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam riset ini diterima.

Uji F digunakan untuk mengukur pengaruh simultan variabel X1 dan X2 terhadap Y. Dengan $\alpha = 5\%$, $n = 100$, dan $df = 97$, diperoleh $F_{tabel} = 3,09$. Hasil uji ditampilkan dalam output ANOVA regresi linier berganda.

Tabel 11. Hasil Uji F (Uji Simultan)

	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
Regression	2336.993	2	1168.496	84.490	.000
Residual	1341.517	97	13.830		
Total	3678.510	99			

Sumber : Hasil Output SPSS 25, Data Olahan Penulis (2025)

Tabel 4.13 menunjukkan Sig. $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 84,490 > F_{hitung} 3,09$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya, sosialisasi pajak dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh model yang digunakan. Nilai (R^2) berada dalam kisaran 0 sampai 1, dimana jika nilainya semakin tinggi, semakin baik model tersebut dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.797	.635	.628	2.71888

Sumber : Hasil Output SPSS 25, Data Olahan Penulis (2025)

Tabel 12 menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,628, artinya sosialisasi pajak dan kualitas pelayanan menjelaskan 62,8% variasi kepatuhan wajib pajak. Sisanya 37,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai ini menunjukkan hubungan yang “Kuat”.

Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Madya Bandung. Semakin intensif sosialisasi, semakin tinggi kepatuhan. Mayoritas responden mengaku telah menerima sosialisasi, meski masih ada yang belum merasakan dampaknya. Skor tertinggi 4,46 menunjukkan kegiatan sosialisasi rutin dilakukan, sementara skor terendah 3,90 menunjukkan perlunya peningkatan kualitas penyampaian. Temuan ini konsisten dengan Wardani & Wati (2018) bahwa sosialisasi meningkatkan kepatuhan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Madya Bandung. Semakin baik pelayanan, semakin tinggi kepatuhan. Responden menilai pelayanan cukup baik, dengan skor tertinggi pada kemudahan layanan 4,49 dan terendah pada kecepatan tanggapan 4,09. Temuan ini sejalan dengan Rahman (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan meningkatkan kepatuhan.

Pengaruh Sosialisasi Pajak dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Riset ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Madya Bandung. Nilai R^2 sebesar 62,8% menunjukkan kedua variabel menjelaskan mayoritas variasi kepatuhan. Sementara itu, sisanya sebesar 37,2% merupakan faktor dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini sejalan dengan Teguh Satria (2021), yang menyatakan keduanya berpengaruh simultan terhadap kepatuhan wajib pajak.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana sosialisasi pajak dan kualitas pelayanan memengaruhi kepatuhan wajib pajak di KPP Madya Bandung. Hasilnya menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut, baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 62,8%. Sosialisasi yang intensif membantu meningkatkan pemahaman, sementara pelayanan yang baik menumbuhkan kepercayaan dan kenyamanan dalam menjalankan kewajiban perpajakan.

Berdasarkan temuan tersebut, Adapun saran peneliti bagi peneliti selanjutnya untuk

1452

menambahkan variabel lain seperti pemahaman pajak atau digitalisasi layanan. Bagi pihak lain, pendekatan KPP Madya Bandung bisa dijadikan referensi dalam mengembangkan strategi sosialisasi dan pelayanan publik.

Dari sisi praktis, KPP Madya Bandung perlu menjadwalkan sosialisasi secara konsisten dan mengemas materi secara komunikatif agar mudah dipahami semua kalangan. Pemanfaatan *platform* populer seperti TikTok atau *marketplace* juga dapat memperluas jangkauan informasi. Di sisi lain, wajib pajak diharapkan lebih aktif mengakses kanal informasi resmi dan menyampaikan masukan secara konstruktif demi peningkatan layanan publik ke depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Endaryanti, R. N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan, Biaya Kepatuhan Pajak, Penerapan E-Filing Dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada KPP Pratama Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–15.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Cetakan 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haryanti, M. D., Pitoyo, B. S., & Napitupulu, A. (2022). Pengaruh Modernisasi Administrasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Wilayah Kabupaten Bekasi. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan Jayakarta*, 3(02), 108–130. <https://doi.org/10.53825/japjayakarta.v3i02.105>
- Pangestu, F.R., & Iswara, U. S. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*. <https://doi.org/10.53494/jira.v9i1.196>
- Rahayu, S. K. (2017). *Perpajakan: Konsep dan Aspek Formal*.
- Rahman, M. F. (2021). Analisis Pengaruh Sosialisasi pajak, Pengetahuan Pajak, Dan Kualitas Pelayanan KPP Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Atas Pelaporan PPh 21 Di KPP Pratama Jakarta Senen. *Skripsi Universitas Padjadjaran*, 40–51.
- Rohmawati, L. (2012). Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Tingkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas pada KPP Pratama Gresik Utara). *Proiding Simposium Nasional Perpajakan 4*.
- Sipahutar, Y.Y., & Masyitah, E. (2023). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Medan Petisah. *Jurnal MAIBIE (Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic)*, 1(1), 38–56.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada



Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358>

Yulia, Yosi, Ronni, Desi, M. A. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendidikan, Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada UMKM Di Kota Padang. 1*(Maret), 309. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>