
PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN KEMAUAN MEMBAYAR PAJAK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi pada wajib pajak orang pribadi pada KPP Pratama Bandar Lampung Satu)

Rima Ristia Ningsih¹⁾, Dinda Fali Rifan²⁾, Sania Nurazizah³⁾

ristianingsihrima@gmail.com¹⁾, dinda.falirifan@radenintan.ac.id²⁾,
sania.nuraziza@radenintan.ac.id³⁾

^{1)2),3)}Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

ABSTRAK

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang berperan penting dalam pembiayaan pembangunan nasional. Namun, tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi (WP OP) masih tergolong rendah. Hal ini terlihat di KPP Pratama Bandar Lampung Satu, di mana data menunjukkan penurunan signifikan dalam pelaporan SPT Tahunan selama lima tahun terakhir, meskipun jumlah WP OP terus meningkat. Kondisi ini mengindikasikan adanya masalah dalam efektivitas sosialisasi perpajakan, penerapan sanksi, serta rendahnya kemauan membayar pajak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kemauan membayar pajak sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada WP OP yang melakukan pekerjaan bebas dan kegiatan usaha di wilayah kerja KPP Pratama Bandar Lampung Satu. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi dan sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kemauan membayar pajak terbukti memediasi secara signifikan hubungan tersebut. Dalam perspektif ekonomi Islam, membayar pajak bukan hanya kewajiban hukum, tetapi juga tanggung jawab moral dan spiritual.

Kata Kunci: Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Kepatuhan Wajib Pajak, Dan Kemauan Membayar Pajak

ABSTRACT

Taxes are the primary source of state revenue that play a crucial role in financing national development. However, the compliance level of individual taxpayers (WP OP) remains low. This phenomenon is evident at the KPP Pratama Bandar Lampung Satu, where data shows a significant decline in Annual Tax Return (SPT) compliance over the last five years, despite the increasing number of registered taxpayers. This indicates existing issues in the effectiveness of tax socialization, enforcement of tax sanctions, and the willingness to pay taxes. This study aims to analyze the influence of tax socialization and tax sanctions on taxpayer compliance, with the willingness to pay taxes as a mediating variable. This research employs a quantitative approach using survey methods. Data were collected through questionnaires distributed to individual

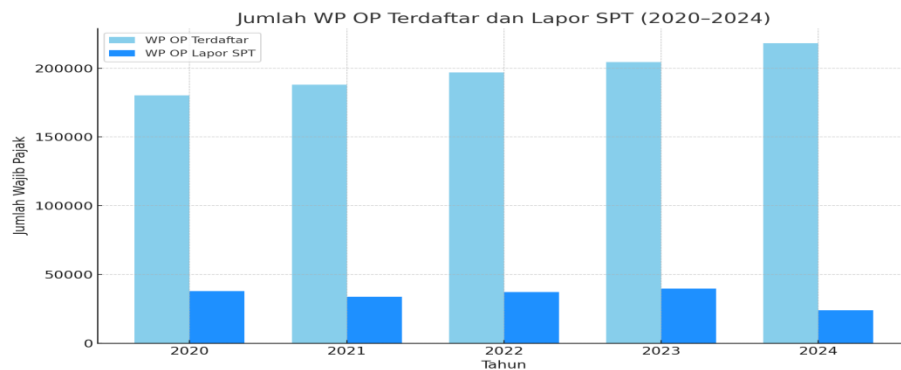
taxpayers engaged in independent work and business activities in the KPP Pratama Bandar Lampung Satu area. The data analysis technique used Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS. The results indicate that tax socialization and tax sanctions have a positive and significant effect on taxpayer compliance. Moreover, the willingness to pay taxes significantly mediates this relationship. In the Islamic economic perspective, paying taxes is not only a legal obligation but also a moral and spiritual responsibility.

Keywords: Tax Socialization, Tax Sanctions, Taxpayer Compliance, Willingness To Pay Taxes

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara yang memiliki peran strategis dalam pembiayaan pembangunan nasional. Sebagai instrumen anggaran (budgetair), pajak berfungsi menghimpun dana ke dalam kas negara untuk membiayai pengeluaran publik, seperti pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, serta program kesejahteraan sosial. Selain itu, pajak juga memiliki fungsi mengatur (regulerend) dan menstabilkan perekonomian. Dalam konteks kemandirian fiskal, pajak menjadi andalan utama dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) maupun Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), karena mencerminkan kontribusi nyata masyarakat dalam mendukung penyelenggaraan negara.

Meskipun kontribusinya signifikan, tingkat kepatuhan wajib pajak di Indonesia, khususnya Wajib Pajak Orang Pribadi (WP OP), masih tergolong rendah. Rendahnya kepatuhan ini menjadi tantangan serius bagi pemerintah, mengingat efektivitas sistem perpajakan tidak dapat tercapai secara optimal tanpa adanya partisipasi aktif dari wajib pajak. Salah satu indikator penting kepatuhan pajak adalah pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan. Data KPP Pratama Bandar Lampung Satu menunjukkan bahwa meskipun jumlah WP OP terdaftar mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, tingkat pelaporan SPT justru menunjukkan tren menurun. Pada tahun 2020, tingkat kepatuhan pelaporan SPT mencapai 21%, namun pada tahun 2024 angka ini menurun drastis menjadi hanya 11%. Fenomena ini menandakan adanya ketidakseimbangan antara pertumbuhan jumlah wajib pajak terdaftar dan kepatuhan dalam pelaporan SPT. Tren tersebut dapat dilihat pada Gambar berikut:



Gambar tersebut menunjukkan bahwa dalam periode 2020–2024, jumlah WP OP terdaftar terus meningkat dari 180.209 menjadi 218.079, namun jumlah WP OP yang melaporkan SPT justru berfluktuasi dan cenderung menurun. Rata-rata tingkat kepatuhan selama lima tahun terakhir hanya sebesar 17,6%, jauh di bawah standar kepatuhan pajak yang ideal. Berbagai penelitian terdahulu mengidentifikasi beberapa faktor penyebab rendahnya kepatuhan pajak, antara lain kurang efektifnya sosialisasi perpajakan, lemahnya penerapan sanksi, dan rendahnya kemauan membayar pajak. Dalam perspektif ekonomi Islam, kewajiban membayar pajak tidak hanya dipandang dari sisi legal formal, tetapi juga sebagai tanggung jawab moral dan sosial. Pajak diposisikan sejajar dengan zakat sebagai instrumen pemerataan kesejahteraan dan penegakan keadilan sosial. Oleh karena itu, upaya peningkatan kepatuhan pajak perlu menggabungkan pendekatan administratif dengan pembinaan nilai-nilai spiritual dan sosial.

Selain itu, persepsi wajib pajak terhadap manfaat pajak dan keadilan sistem perpajakan turut memengaruhi tingkat kepatuhan. Sebagian besar WP OP masih memandang kewajiban perpajakan sebatas pembayaran pajak tanpa memahami pentingnya pelaporan SPT sebagai bentuk transparansi dan akuntabilitas kepada otoritas pajak. Pemahaman yang keliru ini, jika tidak diperbaiki, berpotensi menyebabkan kebocoran penerimaan negara dari sektor pajak individu. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan kemauan membayar pajak sebagai variabel mediasi. Penelitian ini mengambil studi kasus pada WP OP di wilayah kerja KPP Pratama Bandar Lampung Satu. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam perumusan strategi peningkatan kepatuhan pajak yang lebih efektif dan komprehensif, khususnya dalam perspektif ekonomi Islam yang menekankan keadilan, tanggung jawab sosial, dan partisipasi aktif dalam pembangunan nasional.

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang bertujuan untuk mengukur fenomena secara objektif menggunakan alat statistik. Penelitian kuantitatif menghasilkan data berupa angka-angka yang diperoleh dari pengumpulan data primer melalui pengisian kuesioner oleh responden. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antar variabel secara empiris dan terukur. Selain itu, pendekatan ini juga memfasilitasi generalisasi hasil penelitian terhadap populasi yang lebih luas berdasarkan sampel yang representatif

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti, yaitu sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan, kemauan membayar pajak, dan kepatuhan wajib pajak. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada Wajib Pajak Orang Pribadi di wilayah kerja KPP Pratama Bandar Lampung Satu

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. SEM-PLS digunakan karena mampu menganalisis hubungan kompleks antar variabel laten, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, serta dapat menguji model dengan jumlah indikator yang banyak. Tahapan analisis dalam SEM-PLS mencakup pengujian outer model (validitas dan reliabilitas), inner model (uji R^2 , f^2 , dan pengaruh antar variabel), serta uji mediasi menggunakan pendekatan indirect effect. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap pengaruh antar variabel dalam model penelitian.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Wajib Pajak Orang Pribadi (WP OP) yang terdaftar di KPP Pratama Bandar Lampung Satu, dengan jumlah sebanyak 218.079

orang pada tahun 2024. Populasi ini dipilih karena memiliki karakteristik relevan terhadap variabel kepatuhan pajak, seperti jenis pekerjaan, tingkat penghasilan, dan pengalaman perpajakan

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dengan teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria tertentu seperti WP OP yang aktif minimal satu tahun dan pernah mengikuti sosialisasi perpajakan atau menerima sanksi administratif. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% ($e = 0,05$), sehingga diperoleh

$$n = \frac{218.079}{1 + 218.079 (0.05)^2} = 385$$

Dengan demikian, jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 385 responden.

E. Variabel Penelitian

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepatuhan Wajib Pajak, yang didefinisikan sebagai tingkat ketaatan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, baik secara formal maupun material. Kepatuhan formal mencakup kewajiban administratif seperti pelaporan dan pembayaran pajak tepat waktu, sedangkan kepatuhan material merujuk pada kesesuaian substansi pelaksanaan kewajiban perpajakan dengan aturan yang berlaku. Dalam konteks penelitian ini, kepatuhan diukur melalui lima indikator utama, yaitu: (1) pelaksanaan pembukuan atau pencatatan yang benar; (2) penghitungan dan pelaporan pajak terutang dalam SPT dengan tepat waktu; (3) pemenuhan kewajiban pelaporan jumlah pajak terutang secara benar; (4) pelunasan tunggakan pajak secara tepat sesuai ketentuan; serta (5) kewajiban mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) oleh setiap wajib pajak. Kelima indikator ini mencerminkan dimensi kepatuhan yang menyeluruh dan menjadi dasar dalam pengukuran perilaku kepatuhan responden terhadap kewajiban perpajakan. Pengukuran dilakukan

menggunakan skala Likert 5 poin untuk memperoleh data kuantitatif yang dapat dianalisis lebih lanjut guna menguji hubungan antar variabel dalam model penelitian.

2. Variabel Independen (X)

a. Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan variabel independen pertama dalam penelitian ini. Variabel ini didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi, edukasi, dan komunikasi yang dilakukan oleh otoritas pajak untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan kepatuhan wajib pajak terhadap ketentuan perpajakan. Tujuannya adalah membentuk sikap positif dan pengetahuan yang memadai sehingga wajib pajak dapat menjalankan kewajiban perpajakannya secara benar. Sosialisasi dapat dilakukan melalui berbagai media, baik secara langsung seperti penyuluhan dan diskusi, maupun melalui media massa dan digital seperti billboard dan situs resmi Direktorat Jenderal Pajak. Indikator yang digunakan untuk mengukur sosialisasi perpajakan dalam penelitian ini meliputi: (1) pelaksanaan penyuluhan oleh otoritas pajak, (2) keterlibatan dalam diskusi bersama petugas pajak dan tokoh masyarakat, (3) penyampaian informasi langsung oleh petugas pajak kepada wajib pajak, (4) keberadaan media visual seperti billboard yang memuat informasi perpajakan, dan (5) akses informasi melalui website resmi Direktorat Jenderal Pajak. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert lima poin untuk menilai sejauh mana responden merasakan dan memahami kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan

b. Sanksi perpajakan

Sanksi perpajakan merupakan variabel independen kedua yang berperan penting dalam menciptakan efek jera serta menjaga kepatuhan wajib pajak terhadap peraturan yang berlaku. Sanksi perpajakan mencakup hukuman administratif maupun pidana yang dikenakan kepada wajib pajak yang lalai atau dengan sengaja melanggar ketentuan perpajakan. Tujuan dari penerapan sanksi ini adalah untuk menegakkan hukum, meningkatkan kepatuhan, dan menciptakan sistem perpajakan yang adil dan disiplin. Dalam penelitian ini,

sanksi perpajakan diukur melalui lima indikator, yaitu: (1) efektivitas penerapan sanksi oleh petugas pajak terhadap pelanggaran, (2) persepsi wajib pajak terhadap keadilan dalam pelaksanaan sanksi, (3) tingkat keberatan terhadap sanksi administratif maupun pidana yang dikenakan, (4) anggapan bahwa sanksi berfungsi sebagai sarana pendidikan bagi wajib pajak, dan (5) pandangan bahwa sanksi harus diterapkan secara tegas tanpa toleransi terhadap pelanggaran. Masing-masing indikator diukur menggunakan skala Likert lima poin untuk memperoleh data kuantitatif yang merefleksikan persepsi dan sikap responden terhadap keberadaan dan penerapan sanksi perpajakan

3. Variabel Mediasi (Z)

Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah Kemauan Membayar Pajak, yang merujuk pada niat dan motivasi internal dari wajib pajak untuk secara sukarela menjalankan kewajiban perpajakannya. Kemauan ini mencerminkan kesadaran pribadi atas pentingnya kontribusi terhadap negara melalui pembayaran pajak sebagai bentuk tanggung jawab sosial, moral, dan spiritual. Dalam konteks ekonomi Islam, kemauan membayar pajak juga dipandang sebagai bagian dari prinsip keadilan dan gotong royong untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat. Variabel ini diukur berdasarkan lima indikator, yaitu: (1) konsultasi yang dilakukan sebelum pembayaran pajak; (2) kelengkapan dokumen yang disiapkan untuk membayar pajak; (3) pemahaman tentang cara dan tempat pembayaran pajak; (4) kesadaran terhadap batas waktu pembayaran pajak; dan (5) perencanaan atau alokasi dana khusus untuk kewajiban pajak. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala Likert lima poin untuk memperoleh data kuantitatif yang mencerminkan tingkat kemauan responden dalam membayar pajak secara sukarela.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

1 Analisis *Outer model* (model pengukuran)

Model pengukuran dilakukan untuk memverifikasi indikator dan variabel laten yang dapat diuji selanjutnya yang dapat dilihat berdasarkan uji validitas dan uji reliabilitas. Model pengukuran (*outer model*) bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk agar

dapat diketahui apakah indikator-indikator yang digunakan mampu merepresentasikan variabel laten dengan baik. Uji ini dilakukan melalui analisis validitas konvergen yang meliputi loading factor dan Average Variance Extracted (AVE).

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen mengukur seberapa besar indikator-indikator dari suatu konstruk mampu menjelaskan variabel laten yang dimaksud. Suatu indikator dikatakan valid apabila memiliki nilai loading factor di atas 0,70 dan nilai AVE di atas 0,50.

- 1) *Loading Factor* menunjukkan seberapa kuat hubungan antara indikator dengan konstruknya. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 4, seluruh indikator dalam penelitian ini memiliki nilai loading factor di atas 0,70, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1
Loading Faktor

Konstruk	Indikator	Loading Factor	Titik Kritis	Kesimpulan
X1	X1.1 – X1.6	0,812 – 0,863	> 0,70	Valid
X2	X2.1 – X2.6	0,740 – 0,866	> 0,70	Valid
Y	Y.1 – Y.5	0,744 – 0,881	> 0,70	Valid
Z	Z.1 – Z.5	0,811 – 0,894	> 0,70	Valid

Sumber: Data diolah tahun 2025 menggunakan Smartplus 0.4

Berdasarkan tabel di atas, indikator dengan nilai loading factor tertinggi adalah Z.5 (0,894) dan terendah adalah X2.1 (0,740). Karena seluruh nilai loading factor berada di atas 0,70, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator adalah valid dalam mengukur konstruknya masing-masing.

2) *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai AVE digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu konstruk mampu menjelaskan varians indikatornya secara rata-rata. Konstruk dikatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila nilai AVE lebih dari 0,50

Tabel 2

Nilai Average Variance Extracted (AVE)

	AVE	Titik Kritis	Kesimpulan
X1	0,576	0,5	Baik
X2	0,523	0,5	Baik
Y	0,592	0,5	Baik
Z	0,719	0,5	Baik

Sumber: Data diolah tahun 2025 menggunakan

Smartplus 0.4

Seluruh variabel penelitian memiliki nilai AVE di atas 0,50, sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas konvergen yang memadai.

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan mengukur sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Uji validitas diskriminan dilakukan melalui dua pendekatan yaitu *Cross Loading* dan *Fornell-Larcker Criterion*

- 1) *Cross loading* menunjukkan bahwa indikator dari satu konstruk memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan konstraknya sendiri dibandingkan dengan konstruk lainnya. Jika hal ini terpenuhi, maka validitas diskriminan dikatakan baik. Hasil uji *cross loading* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3

Uji Cross Loading

Indikator	X1	X2	Y	Z	Kesimpulan
X1.1 – X1.6	0,812 – 0,863	≤ 0,760	≤ 0,546	≤ 0,755	Valid
X2.1 – X2.6	≤ 0,81	0,740 – 0,866	≤ 0,599	≤ 0,800	Valid
Y1.1 – Y1.5	≤ 0,374	≤ 0,789	0,744 – 0,881	≤ 0,372	Valid
Z.1 – Z.5	≤ 0,756	≤ 0,778	≤ 0,382	0,811 – 0,894	Valid

Sumber: Data diolah tahun 2025 menggunakan Smartplus 0.4

Berdasarkan hasil tabel di atas, semua indikator memiliki loading yang lebih tinggi terhadap konstraknya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, uji cross loading menunjukkan bahwa model memiliki validitas diskriminan yang baik.

2) *Fornell-Larcker Criterion*

Uji Fornell-Larcker dilakukan dengan membandingkan nilai akar AVE dengan korelasi antar konstruk. Jika nilai akar AVE lebih besar dibandingkan korelasi tertinggi antara konstruk tersebut dengan konstruk lain, maka validitas diskriminan dinyatakan baik.

Tabel 4
Akar AVE dan Korelasi Antar Konstruk

	X1	X2	Y	Z
X1	0,759			
X2	0,881	0,723		
Y	- 0,109	0,274	0,769	
Z	0,801	0,878	0,238	0,848

Sumber: Data diolah tahun 2025
menggunakan Smartplus 0.4

Dari hasil tabel di atas, terlihat bahwa nilai akar AVE pada setiap konstruk (ditampilkan di diagonal) lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik.

c. Reliabilitas

Reliabilitas mengukur konsistensi internal dari indikator dalam mengukur konstraknya. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu konstruk dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* lebih besar dari 0,60.

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilita

	Cronbach's Alpha	Composite reliability	Titik Kritis	Kesimpulan
X1	0,827	0,855	0,6	Reliabilitas
X2	0,793	0,858	0,6	Reliabilitas
Y	0,841	0,827	0,6	Reliabilitas
Z	0,902	0,903	0,6	Reliabilitas

Sumber: Data diolah tahun 2025 menggunakan Smartplus 0.4

Berdasarkan tabel di atas, seluruh konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model ini memiliki reliabilitas yang sangat baik

2 Analisis Inner Model (Model Struktural)

Analisis inner model bertujuan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel laten (konstruk) dalam model penelitian. Evaluasi model struktural dilakukan melalui beberapa indikator yaitu nilai *R-square* (R^2), *effect size* (f^2), dan *Path Coefficient*.

a. *R-Square* (R^2)

Nilai *R-square* menunjukkan besarnya proporsi varians dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin baik model dalam menjelaskan variabel yang diteliti. Hasil uji *R-square* ditampilkan pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6
Nilai *R-square* (R^2)

Variabel	R-square
Kepatuhan Wajib Pajak	0,532
Kemauan Membayar Pajak	0,437

Sumber: Data diolah tahun 2025 menggunakan Smartplus 0.4

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 53,2%. Sementara itu, kedua variabel tersebut juga mampu menjelaskan Kemauan Membayar Pajak

sebesar 43,7%. Nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang cukup kuat terhadap variabel dependen

b. *Effect Size (f^2)*

Effect size digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model. Interpretasi nilai f^2 mengacu pada kriteria: 0,02 = kecil, 0,15 = sedang, dan 0,35 = besar

Tabel 7

Uji Effect Size (f^2)

	Kepatuhan Wajib Pajak	Kemauan Membayar Pajak	Keterangan
Sosialisasi Perpajakan	0,324	0,106	Pengaruh Besar
Sanksi Perpajakan	0,264	0,165	Pengaruh Besar

Sumber: Data diolah tahun 2025 menggunakan Smartplus 0.4

Berdasarkan hasil di atas, variabel Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan memiliki pengaruh besar terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Sedangkan terhadap Kemauan Membayar Pajak, keduanya memberikan pengaruh sedang. Hal ini menunjukkan bahwa baik aspek sosialisasi maupun penegakan sanksi memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku pajak wajib pajak.

c. *Path Coefficient*

Path coefficient mengukur arah dan kekuatan hubungan antar variabel dalam model. Nilai positif menunjukkan hubungan searah, sedangkan nilai negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah. Hasil uji ditampilkan dalam Tabel 8 berikut.

Tabel 8

Uji Path Coefficient dan Total Effect

Path Path	Coefficients	Total Effect
X1->Z	0,148	0,132
X2->Z	0,323	0,323

Y->Z	0,247	0,247
X1->Y	0,403	0,152
X2->Y	0,439	0,034

Sumber: Data diolah tahun 2025 menggunakan Smartplus 0.4

- 1) Sosialisasi Perpajakan → Kemauan Membayar Pajak: Hubungan positif dengan koefisien 0,148 menunjukkan bahwa semakin baik sosialisasi perpajakan, semakin tinggi kemauan membayar pajak.
- 2) Sanksi Perpajakan → Kemauan Membayar Pajak: Koefisien sebesar 0,323 menunjukkan pengaruh positif yang cukup kuat.
- 3) Kepatuhan Wajib Pajak → Kemauan Membayar Pajak: Koefisien sebesar 0,247 menunjukkan bahwa kepatuhan berdampak positif terhadap kemauan.
- 4) Sosialisasi Perpajakan → Kepatuhan Wajib Pajak: Koefisien sebesar 0,403 menunjukkan pengaruh positif signifikan.
- 5) Sanksi Perpajakan → Kepatuhan Wajib Pajak: Koefisien sebesar 0,439 menunjukkan

d. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel-variabel dalam model struktural, baik secara langsung maupun melalui variabel mediasi. Pengujian dilakukan menggunakan teknik bootstrapping pada perangkat lunak SmartPLS 4 dengan jumlah subsampel sebanyak 385 dan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis dianggap signifikan apabila nilai $p\text{-value} < 0,05$

a) Uji pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Hasil pengujian hubungan langsung antara variabel eksogen dan endogen dapat dilihat pada Tabel 9 berikut.

Tabel 9

Hasil Pengujian Hipotesis Langsung

Hubungan Variabel	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistik (O STDEV)	P Value
-------------------	---------------------	-----------------	----------------------------	------------------------	---------

Sosialisasi Perpajakan(X1) ->Kepatuhan Wajib Pajak(Y)	0,148	0,150	0,135	1,095	0,005
Sosialisasi Perpajakan (X1) ->Kemauan Membayar Pajak (Z)	0,323	0,334	0,091	3,542	0,000
Sanksi Perpajakan(X2)->Kepatuhan Wajib Pajak(Y)	0,247	0,262	0,127	1,941	0,003
Sanksi Perpajakan(X2)->Kemauan Membayar Pajak(Z)	0,403	0,407	0,096	4,180	0,000
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)->Kemauan Membayar Pajak(Z)	0,439	0,434	0,101	4,357	0,000

Sumber: Data diolah tahun 2025 menggunakan Smartplus 0.4

Seluruh hubungan antar variabel menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai *p-value* < 0,05. Artinya, baik Sosialisasi Perpajakan maupun Sanksi Perpajakan secara langsung berpengaruh terhadap Kepatuhan dan Kemauan Membayar Pajak. Selain itu, Kepatuhan Wajib Pajak juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kemauan Membayar Pajak

b) Uji pengaruh tidak langsung (*indirect*)

Untuk mengetahui apakah Kemauan Membayar Pajak memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, digunakan uji Sobel. Hasil pengujian disajikan dalam Tabel 10 berikut

Tabel 10***Hasil Pengujian Mediasi (Sobel Test)***

Hubungan Variabel	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistik (O STDEV)	P Value
X1-> Z ->Y	0,142	0,144	0,051	2,799	0,005
X1-> Z ->Y	0,177	0,177	0,061	2,892	0,004

Sumber: Data diolah tahun 2025 menggunakan Smartplus 0.4

Hasil uji menunjukkan bahwa Kemauan Membayar Pajak memediasi secara signifikan hubungan antara:

- Sosialisasi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak ($p = 0,005$)
- Sanksi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak ($p = 0,004$)

Dengan demikian, model penelitian ini tidak hanya mendukung pengaruh langsung antar variabel, namun juga mengonfirmasi mekanisme mediasi yang terjadi melalui variabel Kemauan Membayar Pajak.

Pembahasan**A. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di KPP Pratama Bandar Lampung Satu**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Bandar Lampung Satu. Nilai p-value sebesar 0.005 (di bawah 0.05) dan koefisien jalur sebesar 0.148 mengindikasikan bahwa semakin intensif dan berkualitas sosialisasi yang dilakukan oleh otoritas pajak, maka semakin tinggi tingkat kepatuhan dari para wajib pajak. Sosialisasi berfungsi sebagai sarana edukasi yang sangat vital dalam membangun pemahaman wajib pajak terhadap hak dan kewajibannya. Kegiatan sosialisasi seperti seminar, lokakarya, penyuluhan lapangan, media sosial, dan layanan konsultasi pajak, menjadi jembatan antara otoritas pajak dan masyarakat. Semakin tinggi frekuensi dan kualitas interaksi ini, semakin besar peluang terbangunnya pemahaman dan sikap positif dari wajib pajak. Menurut Teori Atribusi (Heider), perilaku individu sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti lingkungan atau kebijakan. Dalam konteks ini, sosialisasi adalah

bentuk intervensi eksternal yang membentuk pemahaman internal wajib pajak. Wajib pajak yang memahami manfaat dan urgensi perpajakan cenderung bersikap proaktif dan patuh dalam pelaporan serta pembayaran pajaknya. Temuan ini didukung oleh penelitian sebelumnya dari Anggraeni dan Hadi (2021) yang menegaskan bahwa sosialisasi perpajakan yang menyentuh aspek praktis dan psikologis dapat meningkatkan kepatuhan. Begitu juga dengan Sari dan Nugroho (2020), yang menemukan bahwa sosialisasi yang menjelaskan keadilan sistem pajak memberikan dampak positif terhadap sikap dan perilaku wajib pajak.

B. Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di KPP Pratama Bandar Lampung Satu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,003 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 dan nilai koefisien parameter jalur sebesar 0,247. Nilai tersebut menunjukkan hubungan positif, artinya semakin tegas dan adil penerapan sanksi perpajakan, maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat. Sanksi perpajakan merupakan upaya hukum yang diberikan kepada wajib pajak yang melanggar ketentuan, baik dalam bentuk sanksi administratif seperti denda dan bunga, maupun sanksi pidana untuk pelanggaran yang bersifat berat. Ketegasan dalam pemberian sanksi menjadi faktor penting dalam menumbuhkan efek jera bagi wajib pajak, sehingga mereka lebih disiplin dalam memenuhi kewajiban pajaknya. Selain itu, sanksi yang diterapkan secara konsisten juga menciptakan persepsi bahwa sistem perpajakan dijalankan secara adil dan transparan. Kepatuhan yang terbentuk tidak semata karena rasa takut, namun juga karena adanya kepercayaan terhadap integritas otoritas pajak. Hal ini sejalan dengan teori atribusi yang menyatakan bahwa perilaku individu, termasuk kepatuhan pajak, dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti sanksi. Penelitian ini didukung oleh temuan Rahmawati dan Fadli yang menjelaskan bahwa sanksi yang dianggap tegas dan wajar dapat meningkatkan niat wajib pajak untuk patuh, sedangkan sanksi yang terlalu berat atau tidak konsisten justru dapat menurunkan kepatuhan. Oleh karena itu, sanksi perpajakan harus diterapkan secara proporsional dan diiringi edukasi agar berdampak positif dalam jangka panjang. Penerapan sanksi juga perlu dievaluasi secara berkala untuk menyesuaikan dengan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat. Dengan demikian, keberadaan sanksi tidak hanya berfungsi sebagai alat penegakan hukum, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun

kepatuhan yang berkelanjutan.

C. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kemauan Membayar Pajak Di KPP Pratama Bandar Lampung Satu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kemauan membayar pajak, dengan nilai p-value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 serta koefisien parameter jalur sebesar 0,323. Hubungan positif tersebut menunjukkan bahwa semakin baik dan efektif sosialisasi yang dilakukan, maka semakin besar pula kemauan wajib pajak untuk membayar pajak secara sukarela. Sosialisasi perpajakan berperan dalam meningkatkan pemahaman wajib pajak mengenai kewajiban dan manfaat pajak bagi pembangunan nasional. Pemahaman ini mendorong timbulnya sikap positif dan kesadaran internal dalam diri wajib pajak. Komunikasi yang baik dari otoritas pajak dapat mengubah persepsi bahwa membayar pajak bukan hanya kewajiban hukum, melainkan juga bentuk kontribusi terhadap pelayanan publik. Penyampaian materi sosialisasi harus dilakukan secara ringkas dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Pendekatan yang tepat sasaran, seperti penggunaan media sosial untuk generasi muda atau penyuluhan langsung untuk pelaku UMKM, akan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Selain itu, komunikasi yang bersifat dua arah memungkinkan wajib pajak merasa lebih dihargai dan dilibatkan, sehingga memperkuat rasa memiliki terhadap sistem perpajakan. Temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior, yang menjelaskan bahwa kemauan untuk berperilaku dipengaruhi oleh sikap, norma sosial, dan kontrol perilaku. Sosialisasi perpajakan yang efektif dapat memengaruhi ketiga aspek tersebut. Penelitian terdahulu oleh Anggraeni dan Hadi serta Sari dan Nugroho juga mendukung bahwa sosialisasi yang intensif dan transparan dapat meningkatkan kemauan wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya dengan lebih bertanggung jawab. KPP Pratama Bandar Lampung Satu diharapkan terus melakukan evaluasi terhadap kegiatan sosialisasi dan memanfaatkan teknologi informasi dalam pelaksanaannya. Dengan strategi yang tepat dan berkelanjutan, sosialisasi dapat menumbuhkan budaya sadar pajak dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mendukung sistem perpajakan nasional.

D. Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kemauan Membayar Pajak Di KPP Pratama Bandar Lampung Satu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap

kemauan membayar pajak, dengan nilai p-value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 serta koefisien parameter jalur sebesar 0,403. Nilai ini menunjukkan hubungan positif yang kuat, yang berarti bahwa semakin tegas dan efektif penerapan sanksi, maka semakin tinggi pula kemauan wajib pajak untuk membayar pajak. Sanksi perpajakan tidak hanya berfungsi sebagai alat penegakan hukum, tetapi juga sebagai sarana pembentukan disiplin dan kesadaran wajib pajak. Kepastian hukum dalam penerapan sanksi mendorong wajib pajak untuk lebih berhati-hati dan bertanggung jawab. Ketika sanksi diterapkan secara adil dan konsisten, hal ini akan menciptakan persepsi bahwa sistem perpajakan dijalankan secara transparan, sehingga menumbuhkan rasa keadilan dan meningkatkan kemauan membayar pajak. Penting pula untuk memastikan bahwa sanksi yang diberikan proporsional dan dapat dipahami oleh wajib pajak. Sosialisasi mengenai jenis, mekanisme, dan konsekuensi dari sanksi perpajakan harus dilakukan secara intensif agar tidak hanya menjadi ancaman, melainkan juga edukasi. Kombinasi antara pemberian sanksi dan penyuluhan akan lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan. Temuan ini sejalan dengan prinsip bahwa persepsi atas risiko dan konsekuensi suatu pelanggaran akan memengaruhi niat seseorang untuk bertindak. Sanksi yang tepat akan memperkuat rasa tanggung jawab sosial dan mendorong kemauan membayar pajak secara sukarela. Oleh karena itu, KPP Pratama Bandar Lampung Satu perlu memperkuat pengawasan, meningkatkan kualitas petugas pajak, serta memanfaatkan teknologi untuk mendukung efektivitas penerapan sanksi.

E. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Melalui Kemauan Membayar Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di KPP Pratama Bandar Lampung Satu

Hasil uji Sobel menunjukkan bahwa kemauan membayar pajak memediasi secara signifikan hubungan antara sosialisasi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak. Ini berarti, sosialisasi yang dilakukan tidak hanya berdampak langsung, tetapi juga meningkatkan kepatuhan melalui terbentuknya kemauan membayar pajak. Sosialisasi yang baik mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran, yang kemudian mendorong kemauan wajib pajak untuk patuh. Tanpa kemauan tersebut, efek sosialisasi bisa jadi kurang efektif. Temuan ini sejalan dengan teori perilaku yang menyebut kemauan sebagai langkah awal sebelum seseorang bertindak. Oleh karena itu, program sosialisasi perlu dirancang tidak hanya informatif, tapi juga membangun sikap positif terhadap pajak. Penting juga untuk menyesuaikan sosialisasi dengan

karakteristik wajib pajak, agar pesan yang disampaikan lebih tepat sasaran dan mendorong kepatuhan yang lebih luas

F. Pengaruh Sanksi Perpajakan Melalui Kemauan Membayar Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di KPP Pratama Bandar Lampung Satu

Hasil uji Sobel menunjukkan bahwa kemauan membayar pajak menjadi mediator yang signifikan antara sanksi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak, dengan nilai p sebesar 0.004. Ini berarti sanksi perpajakan tidak hanya berdampak langsung, tetapi juga memengaruhi kepatuhan melalui peningkatan kemauan membayar pajak. Sanksi yang tegas dan jelas dapat membentuk sikap wajib pajak dan meningkatkan kesadaran atas kewajiban mereka. Kemauan untuk patuh muncul karena adanya persepsi risiko dari sanksi yang mungkin diterima. Hal ini sesuai dengan teori perilaku yang menyatakan bahwa niat atau kemauan mendahului tindakan nyata. Artinya, sanksi yang efektif mampu mendorong wajib pajak membangun kemauan untuk patuh. Beberapa penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini, bahwa persepsi terhadap sanksi berkaitan erat dengan meningkatnya kemauan membayar pajak dan kepatuhan. Oleh karena itu, KPP Pratama Bandar Lampung Satu disarankan menegakkan sanksi secara konsisten dan mensosialisasikannya dengan pendekatan edukatif

G. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Melalui Kemauan Membayar Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di KPP Pratama Bandar Lampung Satu Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam, kepatuhan pajak bukan hanya soal hukum, tetapi juga tanggung jawab moral dan ibadah. Membayar pajak dianggap sebagai bentuk amanah dan kontribusi sosial untuk kesejahteraan bersama. Sosialisasi perpajakan perlu menyampaikan nilai-nilai etika, bukan hanya informasi teknis. Hal ini penting agar wajib pajak memahami bahwa pajak adalah bagian dari ibadah dan kewajiban sosial, seperti halnya zakat. Kemauan membayar pajak dalam Islam sejalan dengan prinsip niat (niyyah). Niat yang ikhlas akan mendorong kepatuhan yang tulus, bukan karena takut sanksi, tapi karena kesadaran. Sanksi dalam ekonomi Islam dipandang sebagai bentuk keadilan, bukan sekadar hukuman. Tujuannya menjaga keseimbangan dan mencegah kerugian sosial akibat ketidakpatuhan. Gabungan antara sosialisasi yang edukatif dan sanksi yang adil akan memperkuat kemauan wajib pajak untuk patuh. Ini sejalan dengan ajaran Islam tentang keadilan, amanah, dan tanggung jawab sosial

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di KPP Pratama Bandar Lampung Satu, dapat disimpulkan bahwa:

1. Sosialisasi Perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang efektif meningkatkan pemahaman wajib pajak tentang kewajiban perpajakan, sehingga mendorong mereka untuk mematuhi peraturan secara sukarela.
2. Sanksi Perpajakan juga berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Penerapan sanksi yang tegas dan adil menciptakan efek jera dan membangun persepsi keadilan dalam sistem perpajakan, sehingga meningkatkan disiplin dan kepatuhan wajib pajak.
3. Sosialisasi Perpajakan berperan penting dalam meningkatkan kemauan membayar pajak. Dengan penyampaian informasi yang tepat, pemahaman yang baik, serta komunikasi yang persuasif, wajib pajak terdorong untuk membayar pajak secara sukarela dan penuh kesadaran.
4. Sanksi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kemauan membayar pajak di KPP Pratama Bandar Lampung Satu. Penerapan sanksi yang tegas, konsisten, dan adil mampu meningkatkan motivasi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban secara sukarela. Sanksi tidak hanya berfungsi sebagai alat hukuman, tetapi juga sebagai mekanisme penting dalam membangun kedisiplinan, kesadaran pajak, dan rasa keadilan yang mendorong kepatuhan.
5. Kemauan membayar pajak berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara sosialisasi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang efektif meningkatkan pemahaman dan motivasi, sehingga membangun kemauan yang kuat untuk membayar pajak, yang kemudian meningkatkan tingkat kepatuhan.
6. Selain pengaruh langsung, sanksi perpajakan juga meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara tidak langsung melalui peningkatan kemauan membayar pajak. Kemauan ini dipicu oleh kesadaran dan tanggung jawab moral yang terbentuk akibat adanya sanksi, sehingga menimbulkan sikap kepatuhan yang lebih baik.
7. Dalam perspektif ekonomi Islam, kepatuhan membayar pajak tidak hanya dilihat dari aspek hukum, tetapi juga moral dan spiritual. Sosialisasi dan sanksi perpajakan harus mengandung nilai-nilai etika dan tanggung jawab sosial yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini menjadikan kemauan membayar pajak sebagai manifestasi

kesadaran spiritual yang mendukung keadilan sosial dan pembangunan nasional berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. 1991. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2): 179–211.
- Al-Mawardi, Abu al-Hasan. 1994. *Al-Ahkam al-Sultaniyyah*. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah.
- al-Raysuni, Ahmad. 2002. *The Islamic Concept of Taxation and Its Role in Promoting Social Justice*. Riyadh: Islamic Research Institute.
- Anggraeni, D., dan Hadi, S. 2019. "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak di Kota Surabaya." *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan Indonesia* 7(1): 45–57.
- Aprida Kristianti. 2021. *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kemauan Membayar Pajak sebagai Variabel Mediasi*. Jakarta: Penerbit.
- Badali, Ahmad Hapi. 2023. "Konsep Pajak dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 2(5): 653–661.
- Choiriyah Mangiwa, Firda Alvi, dan Asyik, Nur Fadrih. 2023. "Dampak Kemauan Membayar Pajak pada Pengaruh Sanksi Pajak, Tingkat Pendidikan, dan Pemahaman Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Membayar Pajak." *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* 12(1).
- Fishbein, Martin, dan Ajzen, Icek. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ghozali, Imam. 2018. *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gusfahmi. 2007. *Pajak Menurut Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, Edwin, dan Isroah. Tanpa tahun. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Pekerjaan Bebas di KPP Pratama Yogyakarta." Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, R. 2018. "Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak di Kota Medan." *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan* 8(2): 105–118.

Yusuf al-Qaradawi. 1999. *Fiqh al-Zakat*. Beirut: Dar al-Taqwa