

# Tarif Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Patriotisme terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kupang

<sup>1</sup>Alfonsus Rodriques Suninono

<sup>1</sup>Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira

[alfonsorodriques10@gmail.com](mailto:alfonsorodriques10@gmail.com)

**Abstract**— Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tarif pajak, sosialisasi pajak, dan patriotisme terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis. Populasi penelitian adalah masyarakat Kota Kupang yang terdaftar sebagai Wajib Pajak Orang Pribadi. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 152 orang. Analisis data menggunakan metode deskriptif dan pengolahan data dilakukan dengan perangkat lunak SmartPLS 4. Pendekatan SEM-PLS diterapkan melalui dua tahap, yaitu analisis outer model untuk menilai validitas dan reliabilitas instrumen, serta analisis inner model untuk menguji hubungan antar variabel penelitian. Penelitian ini menguji pengaruh tarif pajak, sosialisasi perpajakan, dan patriotisme terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel utama yaitu tarif pajak, sosialisasi pajak, dan patriotisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai perilaku kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, yang belum banyak dikaji oleh penelitian sebelumnya, karena mayoritas studi terdahulu lebih berfokus pada wajib pajak badan.

**Kata Kunci**— Tarif Pajak, Sosialisasi Pajak, Patriotisme, Kepatuhan Wajib Pajak, Orang Pribadi.

## I. INTRODUCTION

Salah satu pilar penting dalam sistem keuangan negara adalah penerimaan negara yang bersumber dari pajak. Pajak merupakan iuran keuangan yang dibayarkan oleh orang pribadi maupun badan kepada negara. Penerimaan pajak tersebut digunakan untuk membiayai berbagai program dan pelayanan publik seperti infrastruktur, pendidikan, kesehatan, keamanan, dan lain-lain. Berdasarkan APBN 2022, laporan yang dikutip dari <https://www.kemenkeu.go.id>, total penerimaan negara adalah Rp2.463,2 triliun dengan penerimaan dari sektor pajak sebesar Rp2.021,2 triliun atau 82,05% sedangkan penerimaan negara bukan pajak sebesar Rp441,4 triliun atau 17,90%. Penerimaan negara yang bersumber dari pajak lebih tinggi dibandingkan penerimaan negara bukan pajak, hal ini mengakibatkan perlunya kepatuhan wajib pajak agar penerimaan sektor pajak terus meningkat (Yasa & Prayudi, 2017). Selain peningkatan penerimaan pajak secara nasional, peningkatan penerimaan pajak terjadi pada Kanwil DJP yang membawahi Kantor Pelayanan Pajak di wilayah tersebut, yaitu di Kota Kupang.

**Tabel 1**  
Pelaporan Pajak Orang Pribadi

Tahun	Wajib Pajak Orang Pribadi	Wajib Pajak Orang Pribadi yang Tidak Patuh
2018	125.666	68.213
2019	137.924	82.113
2020	179.141	119.170
2021	189.306	125.772
2022	202.801	151.446

Sumber: KPP Pratama Kupang

Berdasarkan data pada Tabel 1, selama periode 2018 hingga 2022, terdapat pola dan perubahan jumlah Wajib Pajak Orang Pribadi, tingkat kepatuhan, dan realisasi penerimaan pajak. Secara keseluruhan, data tersebut mencerminkan kompleksitas dan dinamika fenomena kepatuhan pajak Wajib Pajak Orang Pribadi selama lima tahun terakhir. Fluktuasi tingkat kepatuhan dan jumlah ketidakpatuhan terhadap kewajiban perpajakan mencerminkan perubahan kebijakan perpajakan, perekonomian, dan kesadaran perpajakan di masyarakat. Fenomena yang terjadi

adalah masih Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Kupang yang tidak patuh pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakan.

Dalam lingkungan ekonomi yang dinamis dan beragam ini, peran Wajib Pajak Orang Pribadi sebagai kontributor pertumbuhan ekonomi semakin penting. Namun, tingkat kepatuhan wajib pajak di kalangan WPOP seringkali menjadi isu yang membutuhkan perhatian serius. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis pengaruh tiga faktor kunci, yaitu sosialisasi perpajakan, tarif pajak, serta patriotisme terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Sosialisasi perpajakan memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman wajib pajak tentang kewajiban mereka dalam hal pembayaran pajak. Dalam konteks orang pribadi, di mana mereka mungkin memiliki pengetahuan perpajakan yang terbatas, sosialisasi yang efektif dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya kepatuhan pajak. Pertanyaan yang muncul adalah sejauh mana program sosialisasi yang diselenggarakan oleh pemerintah atau lembaga terkait dapat mengatasi hambatan informasi dan memberikan pemahaman yang memadai kepada wajib pajak orang pribadi. Selain itu, tarif pajak juga berperan penting dalam menentukan insentif dan beban pajak yang diterima wajib pajak orang pribadi. Tarif pajak yang adil dan proporsional dapat memengaruhi persepsi wajib pajak orang pribadi terhadap sistem perpajakan dan memotivasi mereka untuk lebih mematuhi kewajiban perpajakan. Namun, tarif pajak yang terlalu berat atau rumit dapat menjadi kendala bagi kepatuhan pajak.

Melalui pendekatan analisis yang komprehensif, penelitian ini akan mengumpulkan data dari beberapa wajib pajak orang pribadi. Data tersebut akan dianalisis untuk mengidentifikasi hubungan antara tingkat sosialisasi perpajakan, persepsi tarif pajak, dan tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang cara-cara meningkatkan kepatuhan pajak orang pribadi melalui efektivitas sosialisasi perpajakan dan menyeimbangkan tarif pajak sesuai dengan kemampuan ekonomi pelaku usaha kecil. Dengan mengeksplorasi dan menguraikan hubungan antara faktor-faktor ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemahaman yang berharga untuk kebijakan perpajakan yang lebih efektif dan mendukung penerimaan negara. Terkait dengan kepatuhan, hal ini telah menjadi isu oleh para peneliti dari berbagai belahan dunia. Ahmad dan Hijattullah (2019) berpendapat bahwa penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi pendekatan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi dengan memperluas model penelitian untuk mencakup determinan lain seperti sosialisasi pajak, patriotisme dan menentukan hubungan dengan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Patriotisme sering dianggap sebagai pengabdian dan cinta seseorang terhadap negaranya (Callan, 2006). Salah satu karakteristik patriotisme adalah kesediaan untuk berkorban demi kebaikan negara (Nathanson, 1989). Cinta wajib pajak terhadap negara dan keinginannya untuk berkembang tercermin dalam kinerja kepatuhan pajak (Kahne dan Middaugh, 2006). Perasaan cinta tanah air terkadang memegang peranan penting dalam semua aspek kehidupan masyarakat, terutama dalam hal kepatuhan pajak (Qari et al, 2012 ;Simatupang et al., 2023).

Selain patriotisme, sosialisasi kepada wajib pajak orang pribadi merupakan tolok ukur kepatuhan pajak. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa sosialisasi perpajakan dapat memengaruhi kemauan seseorang untuk memenuhi kewajiban perpajakannya (Vio dkk., 2019). Wajib pajak yang diberikan pemahaman perpajakan melalui sosialisasi perpajakan yang baik cenderung lebih taat dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memengaruhi kepatuhan wajib pajak ORANG PRIBADI (Hendrawati dkk., 2021; Nurvita dkk., 2016; Julito & Ramadani, 2024). Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Endrianto (2015); Oktaviani (2016); Susmiyatun (2014); Prawagis (2016); (Prasetyo et al., 2024) dan Ananda (2015) yang menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak Orang Pribadi. Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi dan hal baru bagi literatur perpajakan. Pertama, penelitian ini memberikan bukti perilaku kepatuhan pajak individu, yang belum banyak diteliti oleh penelitian lain, karena penelitian sebelumnya sebagian besar berfokus pada wajib pajak badan. Kedua, peneliti mengikuti saran dan masukan dari Ahmad dan Hijattullah (2019) bahwa penelitian ini dapat memperluas teori kepatuhan dengan memasukkan pengaruh patriotisme terhadap kepatuhan pajak karena faktor sosial dapat menjadi faktor penentu utama yang memengaruhi kepatuhan pajak dan dapat menjadi penting dalam memahami kepatuhan pajak orang pribadi.

## Kajian Literatur dan Hipotesis

### **Teori Sikap dan Perilaku (Attitude Behavior Theory)**

Teori Sikap dan Perilaku (*Attitude Behavior Theory*) menjelaskan bahwa perilaku wajib pajak dalam membayar pajak dipengaruhi oleh nilai-nilai internal, seperti moralitas, rasa tanggung jawab, dan cinta tanah air. Nilai-nilai tersebut berkaitan erat dengan konsep patriotisme, di mana warga negara yang memiliki rasa cinta pada negaranya akan lebih memiliki komitmen untuk memberikan kontribusi melalui pembayaran pajak. Dalam konteks ini, patriotisme berfungsi sebagai faktor psikologis yang memperkuat kepatuhan pajak secara sukarela.

### **Sosialisasi**

proses pemberian informasi, edukasi, dan pemahaman kepada individu mengenai hak dan kewajiban perpajakan yang harus dipenuhi oleh setiap wajib pajak orang pribadi. Kegiatan ini bertujuan agar orang pribadi mengetahui aturan pajak yang berlaku, cara menghitung dan melaporkan pajak, serta pentingnya peran pajak bagi pembangunan negara, sehingga mereka dapat melaksanakan kewajiban perpajakan secara benar dan sadar.

### **Tarif Pajak**

Tarif pajak merupakan ketentuan yang menetapkan besarnya persentase atau jumlah tertentu yang harus dibayarkan oleh wajib pajak atas objek pajak yang dimilikinya. Dalam sistem perpajakan, tarif pajak menjadi dasar penting untuk menghitung berapa besar pajak yang terutang oleh seseorang atau badan. Tarif ini ditetapkan oleh pemerintah dan dapat berbeda-beda tergantung pada jenis pajaknya, karakteristik objek pajak, serta kebijakan fiskal yang sedang berlaku.

### **Patriotisme**

adalah sikap cinta dan tanggung jawab terhadap negara yang diwujudkan melalui kesadaran untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara benar, jujur, dan sukarela. Sikap ini mencerminkan kemauan individu untuk berkontribusi pada pembangunan nasional melalui pajak yang dibayarkan, karena pajak menjadi sumber utama penerimaan negara dalam menyediakan layanan publik dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, perilaku patuh pajak tidak hanya dipandang sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai bentuk partisipasi nyata dan rasa memiliki terhadap kemajuan negara.

## **Pengembangan Hipotesis**

### **Sosialisasi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi**

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya yang dilakukan oleh Direktur Jenderal Pajak untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat, khususnya wajib pajak, agar mengetahui segala hal tentang perpajakan, baik peraturan maupun prosedur perpajakan, melalui metode yang tepat (Suryawati, 2017). Hasil penelitian Burhan (2015) menunjukkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Setyabudi (2017), dalam penelitiannya menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Setiawan (2018), (Julito & Ramadani, 2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Ketika masyarakat, terutama wajib pajak orang pribadi, mengetahui dan memahami peraturan perpajakan yang berlaku, maka wajib pajak tersebut akan semakin patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, sosialisasi perpajakan diharapkan dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Berdasarkan hal ini, hipotesis berikut dirumuskan

H1: *Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi.*

### **Tarif Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi**

Tarif pajak adalah penetapan dalam bentuk persentase (%) atau jumlah dalam mata uang suatu negara yang wajib dibayarkan oleh wajib pajak (Sandy, 2014). Peran penting negara dalam menetapkan kebijakan adalah penetapan tarif pajak (Waluyo, 2014). Menurut Curtis R. Finch dan McGough (1982) dalam Lely (2018), tarif pajak sebagai dasar pengenaan pajak digunakan dalam menentukan besarnya pajak yang terutang dari objek pajak. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022, pajak penghasilan final harus dibayar setiap bulan sebelum tanggal 15 bulan berikutnya ([www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id)). Tarif merupakan salah satu faktor yang diduga paling erat kaitannya atau berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Tarif pajak yang rendah akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak hingga memberikan insentif dalam melaporkan penghasilan kepada administrasi perpajakan, sebaliknya jika tarif pajak yang tinggi akan menurunkan tingkat kepatuhan wajib pajak sehingga wajib pajak cenderung tidak patuh dalam membayar pajak, Ananda (2015). Pernyataan di atas didukung oleh hasil empiris penelitian Julianto (2017); Endrianto (2015); Oktaviani (2016); Susmiyatun (2014); Prawagis (2016); dan Ananda (2015) yang menyatakan bahwa tarif pajak memengaruhi kepatuhan wajib pajak.

H1: *Tarif Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Kupang.*

## Patriotisme dan Kepatuhan Wajib Pajak

Patriotisme didefinisikan sebagai hubungan yang terjalin antara individu dan negaranya. Keterikatan ini mencerminkan perasaan positif terhadap negara yang diungkapkan melalui kepercayaan, kebanggaan, loyalitas, pengabdian, komitmen, dan kepedulian terhadap negara (Bar-Tal dan Staub, 1997). Dalam konteks perilaku kepatuhan pajak, patriotisme dianggap sebagai bagian dari identitas sosial yang dapat meningkatkan loyalitas wajib pajak. Ketika seorang wajib pajak, sebagai warga negara, memiliki keterikatan emosional dengan negaranya, ia cenderung mematuhi norma-norma yang berlaku di kelompoknya, termasuk peraturan perpajakan. Wajib pajak yang memiliki jiwa patriotisme tinggi cenderung lebih patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan (Konrad dan Qari, 2012; Qari, Konrad, dan Geys, 2012). Individu yang memiliki jiwa patriotisme tinggi akan lebih bersedia untuk secara sukarela melaksanakan kewajiban perpajakan. Menurut pandangan wajib pajak dengan jiwa patriotisme yang kuat, pelaksanaan kewajiban perpajakan menjadi bukti keimanan, kebanggaan, pengabdian, komitmen, dan kepedulian terhadap negara. Selain itu, mereka cenderung memiliki pandangan positif terhadap pembayaran pajak, meyakini bahwa kontribusi ini dapat mendorong kemajuan bangsa dan kesejahteraan masyarakat (Jannah, Hutadjulu, dan Rante, 2018; Lavoie, 2011). Beberapa peneliti sebelumnya telah melakukan penelitian terkait dampak patriotisme terhadap kepatuhan pajak, tetapi penelitian tersebut masih terbatas (Gangl, Torgler, dan Kirchler, 2016). Temuan dari studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa patriotisme memiliki dampak yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Adiningtyas dan Zulaikha, 2016; Gangl, Torgler, dan Kirchler, 2016; Jannah, Hutadjulu, dan Rante, 2018; MacGregor dan Wilkinson, 2012; Mulya, 2020).

H3: *Patriotisme berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Pajak Orang Pribadi di Kota Kupang*

## II. METHODS

Berdasarkan metode temuan ilmiah, jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yakni menguji hipotesis. Proses dalam penelitian ini adalah dengan membangun dan menguji hipotesis yang telah dibangun secara empiris. Dalam penelitian ini, populasiya adalah wajib pajak orang pribadi Kota Kupang sebanyak 201.801 wajib pajak orang pribadi. Penelitian ini tidak dilakukan terhadap seluruh populasi, melainkan hanya dilakukan terhadap sebagian kecil populasi yang disebut sampel.

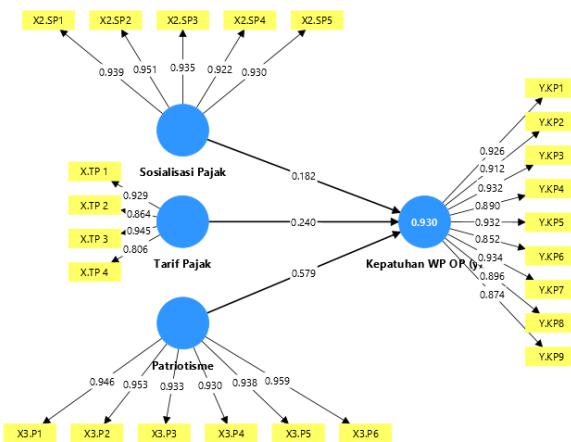
Teknik pengambilan sampel aksidental digunakan dalam penentuan sampel, yaitu dengan memilih sampel secara kebetulan. Siapa pun yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dianggap cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018). Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 152 responden melalui *Google Form* kepada Wajib Pajak orang pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Kota Kupang. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert dengan rentang 1 sampai 5 (1 sangat tidak setuju dan 5 sangat setuju). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari analisis deskriptif. Dalam penelitian ini, analisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4 berbasis varian. Analisis SEM-PLS dilakukan melalui tiga tahap, yaitu analisis model luar, analisis model dalam, dan pengujian hipotesis.

## III. RESULTS AND DISCUSSION

### Analisis model struktural (*outer model*)

Abdillah dan Hartono (2015) mendefinisikan *outer model* sebagai model pengukuran yang menjelaskan bagaimana sekumpulan indikator terhubung dengan variabel laten. Untuk menentukan hubungan spesifik antara variabel laten dan indikatornya, dilakukan pengujian validitas, reliabilitas, dan multikolinearitas melalui proses pengujian model luar.

**Gambar 1. Outer Model**



Gambar diatas menunjukkan hasil model PLS-SEM yang memperlihatkan bahwa seluruh indikator pada variabel Tarif Pajak, Sosialisasi Pajak, Patriotisme, dan Kepatuhan Pajak memiliki *loading factor* di atas 0,70, sehingga seluruhnya valid dan reliabel. Pada bagian *inner model* terlihat bahwa Patriotisme dan Tarif Pajak merupakan faktor yang paling kuat memengaruhi Kepatuhan Pajak, masing-masing dengan koefisien 0,950 dan 0,888.

#### Validitas Konvergen

**Tabel 2.**Hasil uji validitas nilai outer loading

Variabel	Kepatuhan WP OP (y)	Patriotisme	Sosialisasi Pajak	Tarif Pajak
X.TP 1				0.929
X.TP 2				0.864
X.TP 3				0.945
X.TP 4				0.806
X2.SP1			0.939	
X2.SP2			0.951	
X2.SP3			0.935	
X2.SP4			0.922	
X2.SP5			0.930	
X3.P1		0.946		
X3.P2		0.953		
X3.P3		0.933		
X3.P4		0.930		
X3.P5		0.938		
X3.P6		0.959		
Y.KP1	0.926			
Y.KP2	0.912			
Y.KP3	0.932			
Y.KP4	0.890			
Y.KP5	0.932			
Y.KP6	0.852			
Y.KP7	0.934			
Y.KP8	0.896			
Y.KP9	0.874			

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

### **Validitas Diskriminan**

**Tabel 3**

Rata-rata Varians yang Diekstraksi (AVE) dari semua variabel

Variabel	AVE	Decision
Tarif Pajak	0.788	Valid
Sosialisasi Pajak	0.875	Valid
Patriotisme	0.821	Valid
Kepatuhan WP OP	0.890	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan Tabel 3 dan 4 semua indikator pada variabel dinyatakan valid karena nilai *Outer Loading* > 0,7 dan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) > 5 yang berarti semua variabel penelitian telah memenuhi Convergent Validity yang baik (Sekaran dan Bouge, 2013).

### **Composite Reliability**

Keandalan komposit merupakan ukuran yang tepat untuk menggambarkan tingkat keandalan suatu struktur. Sesuai dengan pedoman umum yang telah ditetapkan, skor keandalan komposit harus lebih dari 0,7 (Abdillah dan Hartono, 2015). Tabel berikut menampilkan nilai beban luar untuk setiap indikator dalam variabel penelitian.

**Tabel 4**  
Keandalan komposit

Variabel	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	Decision
Tarif Pajak	0.974	0.976	Valid
Sosialisasi Pajak	0.976	0.980	Valid
Patriotisme	0.965	0.972	Valid
Kepatuhan WP OP	0.929	0.937	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

### **Cronbach's Alpha**

Dalam uji ini, reliabilitas instrumen dikatakan reliabel jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama. Agar dianggap reliabel, nilai pada *alfa Cronbach*  $\geq 0,7$ . Hasil reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5**  
*Alfa Cronbach*

Variabel	Cronbach's Alpha	Decision
Tarif Pajak	0.910	Valid
Sosialisasi Pajak	0.964	Valid
Patriotisme	0.975	Valid
Kepatuhan WP OP	0.973	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

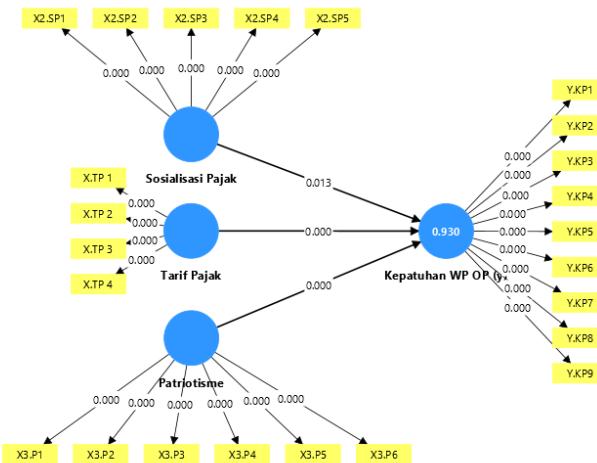
Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 5, semua variabel, baik Tarif Pajak, Sosialisasi Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, dan Patriotisme, valid karena nilainya  $\geq 0,7$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki nilai alfa Cronbach yang baik karena telah memenuhi persyaratan (Yang, 2020).

### **Analisis model struktural (inner model)**

Model internal adalah kerangka kerja yang memprediksi hubungan kausal antar variabel laten dan mengidentifikasi kolinearitas di antara variabel-variabel tersebut. Pengujian kolinearitas ini merupakan aspek krusial

dalam Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) (Ghozali, 2010). Berikut ini adalah rincian hasil analisis model internal.

Gambar 2 Inner Model



Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

Merujuk pada data yang tercantum pada Gambar 2, dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis dapat diterima. Hal ini disebabkan oleh nilai t-statistik semua konstruk yang melebihi 1,96, yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Variabel tarif pajak menunjukkan nilai internal loading tertinggi, yaitu 101.840. Selain itu, pengaruh patriotisme terhadap kepatuhan pajak orang pribadi memiliki nilai t-statistik tertinggi, yaitu 5.789.

### ***Uji R-Square***

Suatu variabel mempunyai daya penjelas yang baik apabila nilai koefisien determinasi (R-Square) > 0,5 atau mendekati 1. Hasil uji R-square dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 6 berikut.

**Tabel 6**  
Uji R-Square

Variabel	R-square	R-square Adjusted
Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi	0.940	0.938

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan tabel 7 uji R-square dapat diartikan bahwa nilai R-Square variabel Kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi (Y) sebesar 0,940 memiliki arti bahwa variasi perubahan kepercayaan dapat dijelaskan oleh variabel tarif pajak, sosialisasi perpajakan, dan patriotisme sebesar 94% sedangkan sisanya sebesar 6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

### **Pengujian hipotesis**

**Tabel 7**  
Pengujian Hipotesis

Pengaruh	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
Patriotisme -> Kepatuhan WP OP (y)	0.579	0.572	0.083	6.965	0.000
Sosialisasi Pajak -> Kepatuhan WP OP (y)	0.182	0.181	0.073	2.492	0.013
Tarif Pajak -> Kepatuhan WP OP (y)	0.240	0.246	0.068	3.535	0.000

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

Hasil pengujian menunjukkan bahwa patriotisme memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, dengan koefisien sebesar 0.579 dan nilai p 0.000. Tingginya nilai koefisien dan tingkat signifikansi tersebut menegaskan bahwa rasa cinta tanah air, kepedulian terhadap keberlangsungan negara, serta kesadaran berkontribusi melalui pajak merupakan faktor psikologis yang sangat kuat mendorong wajib pajak untuk patuh. Hal ini menunjukkan bahwa aspek nilai dan moral kebangsaan memainkan peran penting dalam meningkatkan kepatuhan perpajakan.

Selanjutnya, sosialisasi pajak juga berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan, dengan koefisien 0.182 dan p-value 0.013. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas penyampaian informasi, edukasi, dan pemahaman yang diberikan kepada masyarakat, semakin besar kemungkinan wajib pajak untuk mematuhi ketentuan perpajakan. Di sisi lain, tarif pajak memberikan pengaruh positif sebesar 0.240 dengan tingkat signifikansi 0.000. Hal ini menandakan bahwa persepsi masyarakat terhadap kewajaran, keadilan, dan proporsionalitas tarif pajak turut menentukan perilaku kepatuhan mereka. Secara keseluruhan, ketiga variabel—patriotisme, sosialisasi, dan tarif pajak—sama-sama berpengaruh signifikan, meskipun kekuatan pengaruhnya berbeda, di mana patriotisme menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

## Pembahasan

### *Tarif Pajak atas Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*

Tarif pajak sebagai dasar pengenaan pajak berfungsi menentukan besarnya pajak terutang dari objek pajak yang dimiliki Wajib Pajak Orang Pribadi. Dalam konteks perpajakan, tarif pajak sering dipandang sebagai salah satu faktor struktural yang paling sensitif dan berpengaruh terhadap perilaku kepatuhan. Tarif yang ditetapkan pemerintah dapat memengaruhi persepsi wajib pajak terhadap keadilan, beban kewajiban, serta manfaat dari kontribusi pajak itu sendiri. Ketika tarif pajak berada pada tingkat yang dianggap wajar dan tidak memberatkan, Wajib Pajak Orang Pribadi cenderung lebih bersedia untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Hal ini terjadi karena tarif yang lebih rendah memberikan beban finansial yang lebih ringan dan meningkatkan rasa keadilan, sehingga mendorong perilaku patuh.

Sebaliknya, tarif pajak yang tinggi cenderung menimbulkan persepsi bahwa kewajiban pajak menjadi berat dan kurang proporsional dengan kemampuan wajib pajak. Kondisi ini dapat menurunkan motivasi untuk patuh, karena sebagian wajib pajak mungkin merasa terbebani atau tidak mendapatkan manfaat langsung yang sebanding dengan kontribusi yang harus mereka bayarkan. Dalam situasi demikian, Wajib Pajak Orang Pribadi berpotensi menunda, mengurangi, atau bahkan menghindari kewajiban perpajakannya. Selain itu, pemberian insentif berupa penurunan atau penyesuaian tarif juga sering dipandang sebagai bentuk perhatian pemerintah terhadap kemampuan ekonomi masyarakat, sehingga meningkatkan rasa adil dan memperkuat niat patuh terhadap aturan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan sejumlah penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Julianto (2017), Endrianto (2015), Oktaviani (2016), Susmiatiun (2014), Prawagis (2016), dan Ananda (2015) yang secara konsisten menunjukkan bahwa tarif pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kesamaan hasil tersebut memperkuat pemahaman bahwa tarif pajak tidak hanya menjadi instrumen fiskal, tetapi juga instrumen psikologis dan sosial yang memengaruhi perilaku pelaporan dan pembayaran pajak Wajib Pajak Orang Pribadi. Dengan demikian, kebijakan penentuan tarif yang proporsional dan berkeadilan menjadi sangat penting dalam upaya meningkatkan kepatuhan perpajakan secara berkelanjutan.

### *Sosialisasi Perpajakan tentang Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*

Sosialisasi perpajakan memegang peranan yang sangat penting dalam membentuk pemahaman Wajib Pajak Orang Pribadi mengenai kewajiban mereka dalam membayar dan melaporkan pajak. Melalui kegiatan sosialisasi yang dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan, wajib pajak memperoleh informasi yang jelas mengenai peraturan, prosedur, serta konsekuensi perpajakan. Pemahaman yang baik terhadap aturan dan ketentuan tersebut akan mendorong Wajib Pajak Orang Pribadi untuk lebih sadar dan bertanggung jawab dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Dengan demikian, sosialisasi yang tepat sasaran menjadi salah satu instrumen strategis pemerintah untuk meningkatkan kualitas kepatuhan wajib pajak.

Selain memberikan pemahaman, sosialisasi yang efektif juga mampu menumbuhkan kesadaran mengenai pentingnya pajak sebagai kontribusi nyata bagi pembangunan negara. Ketika Wajib Pajak Orang Pribadi merasa bahwa mereka mendapat informasi yang cukup, mudah dipahami, dan relevan, mereka cenderung memiliki persepsi positif terhadap administrasi perpajakan. Persepsi positif ini kemudian berkembang menjadi sikap patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Oleh karena itu, kualitas, frekuensi, dan metode sosialisasi yang digunakan memiliki dampak besar terhadap tingkat kepatuhan masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyabudi (2017) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Temuan serupa juga ditunjukkan oleh Setiawan (2018), yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Penelitian Burhan (2015) memberikan hasil yang konsisten, di mana variabel sosialisasi perpajakan terbukti berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa sosialisasi merupakan elemen penting dalam upaya peningkatan kepatuhan perpajakan, terutama pada kelompok Wajib Pajak Orang Pribadi.

#### *Patriotisme terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*

Patriotisme diartikan sebagai keterikatan emosional antara individu dengan negaranya, yang tercermin melalui rasa percaya, bangga, loyalitas, pengabdian, komitmen, dan kepedulian terhadap bangsa. Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi, rasa keterikatan ini berperan penting dalam membentuk sikap dan perilaku terhadap kewajiban perpajakan. Ketika seorang wajib pajak memiliki patriotisme yang kuat, ia cenderung menaati norma dan aturan yang berlaku dalam masyarakat, termasuk ketentuan perpajakan. Tingginya rasa cinta tanah air mendorong wajib pajak untuk mematuhi kewajiban melaporkan dan membayar pajak sebagai bentuk kontribusi nyata kepada negara (Konrad dan Qari, 2012; Qari, Konrad dan Geys, 2012).

Wajib Pajak Orang Pribadi yang memiliki rasa patriotisme tinggi cenderung memandang pembayaran pajak sebagai wujud pengabdian dan komitmen terhadap negara. Bagi mereka, pajak bukan hanya kewajiban administratif, tetapi bagian dari tanggung jawab moral dan kontribusi bagi kemajuan bangsa. Mereka juga lebih memiliki pandangan positif terhadap pajak, dengan keyakinan bahwa kontribusi tersebut akan mendorong pembangunan dan kesejahteraan masyarakat secara luas (Jannah, Hutadjulu, dan Rante, 2018; Lavoie, 2011). Sikap positif ini secara langsung meningkatkan kepatuhan dalam menjalankan kewajiban perpajakan.

Hasil studi ini konsisten dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa patriotisme memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian oleh Adiningtyas dan Zulaikha (2016), Gangl, Torgler, dan Kirchler (2016), Jannah, Hutadjulu, dan Rante (2018), MacGregor dan Wilkinson (2012), serta Mulya (2020) sama-sama menyimpulkan bahwa rasa cinta tanah air dan keterikatan terhadap negara merupakan faktor psikologis yang mampu meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi secara nyata.

## **IV. CONCLUSION**

Penelitian ini menganalisis pengaruh tarif pajak, sosialisasi perpajakan, dan patriotisme terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, serta menguji peran patriotisme sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel utama tarif pajak, sosialisasi perpajakan, dan patriotisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Temuan ini menegaskan bahwa kebijakan tarif yang proporsional, sosialisasi perpajakan yang efektif, serta patriotisme yakni tingginya rasa cinta tanah air merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan perilaku kepatuhan pajak wajib pajak orang pribadi.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi upaya peningkatan kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, khususnya melalui perbaikan sistem sosialisasi perpajakan serta penetapan tarif yang sesuai dengan kemampuan ekonomi masyarakat. Untuk meningkatkan generalisasi dan ketepatan temuan, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan jumlah responden yang lebih besar dan lebih beragam. Selain itu, variabel lain di luar tarif pajak, sosialisasi, dan patriotisme perlu dipertimbangkan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan perpajakan.

## REFERENCES

- Alshira'h, AF, & Abdul-Jabbar, H. (2020). Peran Moderasi Patriotisme dalam Kepatuhan Pajak Penjualan di Kalangan UKM Yordania. *Jurnal Internasional Keuangan dan Manajemen Islam dan Timur Tengah*, 13(3), 389–415. <Https://Doi.Org/10.1108/Imefm-04-2019-0139>
- Betu, KW, & Mulyani, SD (2020). Pengaruh Kepercayaan Timbal Balik Dan Kekuasaan Otoritas Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Pajak Dengan Kepatuhan Pajak Sukarela Sebagai Variabel Moderasi. Prosiding Seminar Nasional Pakar. <Https://Doi.Org/10.25105/Pakar.V0i0.6888>
- Budiman, NA, Novi Antika, F., & Mulyani, S. (2021). Penetapan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 16(1), 15–28. <Https://Doi.Org/10.37301/Jkaa.V16i1.32>
- Cahyonowati, N., Ratmono, D., & Faisal, F. (2012). Peranan Etika, Pemeriksaan, Dan Denda Pajak Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 9(2), 136–153. <Https://Doi.Org/10.21002/Jaki.2012.09>
- Callan, & Eamonn. (2006). Cinta, Penyembahan Berhala, dan Patriotisme. *Teori dan Praktik Sosial*, 32(4), 1–46.
- Endrianto, W. (2015). Prinsip Keadilan Dalam Pajak Atas Orang Pribadi. *Tinjauan Bisnis Binus*, 6(2), 298. <Https://Doi.Org/10.21512/Bbr.V6i2.978>
- Fadilah, L., Noermansyah, AL, & Krisdiyawati, K. (2021). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Penurunan Tarif, Dan Perubahan Cara Pembayaran Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Masa Pandemi Covid-19. *Pemilik*, 5(2), 450–459. <Https://Doi.Org/10.33395/Owner.V5i2.487>
- Farrar, J., Kaplan, SE, & Thorne, L. (2019). Pengaruh Keadilan Interaksional dan Deteksi terhadap Niat Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Etika Bisnis*, 154(1), 167–180. <Https://Doi.Org/10.1007/S10551-017-3458-X>
- Febirizki Damayanty Prawagis, Zahroh Za, & Yuniadi Mayowan. (2016). Pengaruh Pemahaman Atas Mekanisme Pembayaran Pajak, Persepsi Tarif Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Pada Wajib Pajak Yang Terdaftar Di Kpp Pratama Batu). *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, 10(1), 1–10.
- Hapsari, A., & Kholis, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Karanganyar. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1). <Https://Doi.Org/10.18196/Rab.040153>
- Hendrawati, E., Pramudianti, M., & Abidin, K. (2021). Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, Modernisasi Sistem, Kondisi Keuangan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Selama Pandemi Covid-19. *Nilai Wajar: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 214–230. <Https://Doi.Org/10.32670/Fairvalue.V4i1.516>
- Huddy, Leonie, & Nadia Khatib. (2003). Patriotisme Amerika, Identitas Nasional, dan Keterlibatan Politik. *Jurnal Ilmu Politik Amerika*, 51(1), 1–6.
- Julito, K. A., & Ramadani, I. (2024). Pengaruh Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Generasi Z Dalam Transaksi E- Commerce Sebagai Pemoderasi. *Media Akuntansi Perpajakan*, 9(1), 28–40.
- Kahne, J., Chi, B., & Middaugh, E. (2006). Membangun Modal Sosial untuk Keterlibatan Sipil dan Politik: Potensi Mata Pelajaran Kewarganegaraan di Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Pendidikan Kanada / Revue Canadienne De L'éducation*, 29(2), 387. <Https://Doi.Org/10.2307/20054169>
- Milleniasfianti, & Djoko Wahyudi. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Orang Pribadi Di Kabupaten Demak. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(1), 180–192. <Https://Doi.Org/10.51903/Kompak.V15i1.634>
- Nathanson, S. (1989). Membela “Patriotisme Moderat.” *Etika*, 99(3), 535–552. <Https://Doi.Org/10.1086/293096>
- Ningsih, SS, & Saragih, F. (2020). Pemahaman Wajib Pajak Pelaku Orang Pribadi Mengenai Peraturan Pemerintah Tentang Pp No.23 Tahun 2018 Tentang Ketentuan Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 20(1), 38–44. <Https://Doi.Org/10.30596/Jrab.V20i1.4870>
- Pasca Rizki Dwi Ananda. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Orang Pribadi Yang Terdaftar Sebagai Wajib Pajak Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu). *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, 6(2), 1–9.
- Prasetyo, S., Julito, K. A., & Khoiri. (2024). Implementasi Kebijakan E-Faktur Dalam Meningkatkan KepatuhanPengusaha Kena Pajak Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama JakartaKelapa Gading 2021-2023. *Journal Akuntansi Manajerial*, 9(1), 14–28.
- Qari, S., Konrad, KA, & Geys, B. (2009). Patriotisme, Perpajakan, dan Mobilitas Internasional. *Jurnal Elektronik SSRN*. <Https://Doi.Org/10.2139/Ssrn.1664959>
- Rachmawati Meita Oktaviani, & Sheila Adellina. (2016). Kepatuhan Wajib Pajak Ukm. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 5(2), 1–12.
- Riyanti, B., & Sudarmawanti, E. (2022). Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Era New Normal Melalui Pemberian Insentif Pajak, Peningkatan Kondisi Keuangan Dan Kesadaran Pajak. *Pemilik*, 6(2), 2167–2179. <Https://Doi.Org/10.33395/Owner.V6i2.826>

- Simatupang, M. W. B., Julito, K. A., & Putra, R. R. (2023). The Effect Of Tax Sanctions, Tax Knowledge, and Tax Services on Taxpayer Compliance in E-Commerce Businesses with Taxpayer Awareness as a Moderating Variable. *Return : Study of Management, Economic and Bussines*, 2(8), 774–783. <https://doi.org/10.57096/return.v2i8.130>
- Yang, Y., Li, O., Peng, X., & Wang, L. (2020). Tren Konsumsi Selama Krisis Covid-19: Bagaimana Rasa Takjub, Daya Tangkap, dan Norma Sosial Mendorong Pembelian Utilitarian. *Frontiers In Psychology*, 11. <Https://Doi.Org/10.3389/Fpsyg.2020.588580>
- Yasa, INP, & Prayudi, MA (2019). Nilai-Nilai Etika Berbasis Kearifan Lokal Dan Perilaku Kepatuhan Perpajakan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(2), 361–390. <Https://Doi.Org/10.24914/Jeb.V22i2.2527>