

PENGARUH SPIRITUALITAS, *MONEY ETHIC*, SOSIALISASI PAJAK, DAN PELAYANAN FISKUS TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM

Fernika Anggitasari ¹, Anissa Hakim Purwantini ^{2*}

^{1,2} Program Studi Akuntansi FEB, Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang

ABSTRACT

The purpose of this study is to empirically examine the influence of spirituality, money ethics, tax socialization, and fiscal services on taxpayer compliance at MSMEs in Temanggung Regency. This research is a quantitative research. Source of data in this study using primary data obtained through distributing questionnaires. The sampling technique used convenience sampling technique, with the research sample obtained as many as 96 respondents including taxpayers of MSME actors who were registered at the Office of Cooperatives and Micro, Small and Medium Enterprises in Temanggung and had NPWP. Based on the tests that have been carried out, the research results show that spirituality and tax socialization have a positive effect on taxpayer compliance, while money ethics and fiscal services have no effect on taxpayer compliance.

Keywords: Spirituality, Money Ethic, Tax Socialization, Fiscal Services, Taxpayer Compliance

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh spiritualitas, *money ethic*, sosialisasi pajak dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM Di Kabupaten Temanggung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*, dengan sampel penelitian diperoleh sebanyak 96 responden yang meliputi wajib pajak pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah Temanggung serta mempunyai NPWP. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa spiritualitas dan sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sementara *money ethic* dan pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci : Spiritualitas, *Money Ethic*, Sosialisasi Pajak, Pelayanan Fiskus, Kepatuhan Wajib Pajak

*Corresponding Author e-mail: : anissahakimp@unimma.ac.id

PENDAHULUAN

Di Indonesia pajak merupakan salah satu sumber penghasilan negara yang dominan serta vital. Dalam laporan APBN oleh Kementerian Keuangan Tahun 2019 dinyatakan bahwa pajak selaku penyumbang sebesar 70% penghasilan negara Indonesia dari segala penerimaan negara. Menurut Zuraya (2019) kepatuhan wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, serta Menengah (UMKM) masih rendah. Dari 60 juta unit UMKM di Indonesia, baru kurang lebih 2,5 persen ataupun sebanyak 1,5 juta Wajib Pajak yang melaporkan pajaknya. Penerimaan pajak yang tidak sesuai target ini disebabkan oleh beberapa aspek. Salah satunya diakibatkan kepatuhan membayar pajak (*taxpayers compliance*) di Indonesia masih rendah dan belum dapat teratasi (Kedang & Suryono, 2020). Marcori (2018) menyatakan bahwa kepatuhan membayar pajak (*taxpayers compliance*) didefinisikan sebagai perilaku wajib pajak yang rela serta ikhlas tanpa dituntut untuk melaksanakan kewajiban perpajakan yang berupa menghitung pajak, membayar pajak sendiri serta melaporkannya sendiri.

Fenomena kepatuhan wajib pajak khususnya untuk pelaku UMKM menarik untuk diteliti lebih lanjut karena UMKM menjadi sektor utama penggerak perekonomian Indonesia. Terutama di Kabupaten Temanggung yang mengalami kenaikan jumlah UMKM setiap tahunnya, akan tetapi persentase kepatuhan pajak mengalami penurunan. Tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Temanggung secara rinci dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1
Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Temanggung

Tahun	2021	2022
Wajib Pajak UMKM	2.546	3.072
Patuh Pajak	1.234	1.487
Persentase	25,38%	23,17%

Sumber: KPP Pratama Temanggung, 2022.

Berdasarkan Tabel 1 meskipun terdapat kenaikan jumlah UMKM akan tetapi persentase tingkat kepatuhan wajib pajak mengalami penurunan. Oleh karena itu, penelitian ini tertarik untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM di wilayah Kabupaten Temanggung.

Literatur terdahulu telah meneliti faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM. Galib dkk. (2018) dan Widuri dkk. (2017) menemukan bukti empiris bahwa spiritualitas mempengaruhi hasrat untuk berperilaku patuh. Tetapi dalam hasil penelitian dari Azmary dkk (2020) dan Sulistiyo (2016) menyatakan bahwa spiritualitas tidak menjamin seseorang untuk berperilaku patuh. Spiritualitas didefinisikan secara umum oleh Galib, *et al.* (2018) sebagai suatu penggambaran perilaku seorang yang diperoleh lewat proses pencarian (eksplorasi) serta pengalaman individu, dalam perihal ini setiap orang

sanggup menampilkan spiritualitasnya dalam *setting* religius (dengan Tuhan serta agama) maupun dengan non-religius (hubungannya dengan diri sendiri, sosial maupun alam). Riset ini memakai konsep spiritualitas dengan konteks secara general. Berdasarkan definisi tersebut spiritualitas dapat mempengaruhi akan kepatuhan wajib pajak dengan peraturan yang dibuat pemerintah tentang pajak.

Money ethic adalah bagian dari faktor yang mempengaruhi rendahnya kepatuhan pajak. Menurut Tang, *et al.* (2002), *money ethic* yakni suatu perbuatan yang dilakukan seseorang yang termasuk perihal tidak etis untuk dilakukan, dimana seseorang menyangka uang sesuatu perihal yang sangat berarti serta memprioritaskan uang sebagai tolak ukur suatu keberhasilan seorang. Penelitian Hidayatulloh & Syamsu (2020), Ashari, *et al.* (2020) dan Rosianti (2014) menyatakan bahwa *money ethic* mempengaruhi penerimaan pajak. Pelaku UKM dapat melakukan beberapa metode untuk meminimalkan pajaknya agar pemasukan yang didapatkan lebih banyak. Tetapi dalam penelitian yang dilakukan oleh Asih & Dwiyantri (2019) dan Liefia & Dewi (2020) menyatakan bahwa perilaku *money ethic* yang tidak menyebabkan penerimaan pajak menjadi rendah.

Penerimaan pajak yang tidak sesuai dengan target dan rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak juga dapat dipengaruhi oleh faktor sosial yaitu sosialisasi pajak dan juga pelayanan fiskus. Hasil penelitian Widowati (2013), Mahadianto & Astuti (2017) dan Noviana (2020) menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh karena informasi dan pelatihan kepada masyarakat terkait aturan perpajakan dan perundang-undangan dapat memberikan pemahaman terkait perpajakan sehingga dapat membuat semakin banyak orang yang sadar akan pajak dan meningkatkan persentase kepatuhan wajib pajak. Sedangkan dalam penelitian Siahaan & Halimatusyadiah (2019), Rudianti & Enderista (2021) dan Herryanto & Toly (2013) yang menyebutkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Faktor selanjutnya yang memengaruhi kepatuhan pajak adalah pelayanan fiskus. Ariani & Biettant (2019) mendefinisikan pelayanan fiskus sebagai tingkat baik buruknya sikap aparat pajak dalam melayani atau membantu segala keperluan orang lain yang diharapkan dapat memenuhi harapan pelanggan yaitu wajib pajak. Kegiatan pelayanan ini bersifat non fisik dan tidak ada balas jasa langsung kepada wajib pajak yang telah membayar pajak. Hasil Penelitian Purwadi & Setiawan (2019), Marcori (2018) dan Yadinta, *et al.* (2018) menyatakan bahwa semakin baik pelayanan fiskus yang dilakukan oleh pemerintah maka kepatuhan wajib pajak akan semakin banyak. Sedangkan dalam penelitian Ayu & Sari (2017) dan Safitri & Silalahi (2020) menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan fiskus.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yuniarta dan Purnamawati (2020) yang berjudul “*Spiritual, Psychological and Social Dimensions of Taxpayers*

Compliance” dengan sampel Wajib pajak pelaku UMKM di Provinsi Bali. Penelitian ini berfokus mengkaji spiritualitas secara general dalam konteks yang lebih umum. Perbedaan dari penelitian sebelumnya menggunakan spiritualitas dalam Agama Hindu dengan mengambil konteks “Karmapala”. Peneliti tertarik untuk mengkaji spiritualitas secara general agar dapat menggeneralisasi diseluruh kepercayaan dan agama yang diakui di Indonesia. Perbedaan kedua adalah menambahkan variabel *social dimensions*. Dalam penelitian Yuniarta dan Purnamawati (2020) hanya menjelaskan tentang sosialisasi pajak, sedangkan penelitian ini menambahkan variabel pelayanan fiskus. Pelayanan menjadi faktor kunci dalam menentukan tingkat kepatuhan wajib pajak. Menurut Prananti & Rasmini (2014) pelayanan yang maksimal akan menaikkan kepuasan dari wajib pajak, meningkatnya kepuasan wajib pajak sangat diharapkan negeri sebagai balas jasa dari pelayanan fiskus yang optimal sehingga wajib pajak bersedia untuk membayar pajak. Didukung oleh penelitian Putu & Darma (2019) yang menyatakan bahwa semakin baik pelayanan fiskus di kantor pelayanan pajak maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini berkontribusi secara teoritis dengan menambah literatur terkait model komprehensif faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak pelaku UMKM berdasarkan pada dimensi spiritual, psikologi (*money ethics*), dan sosial (sosialisasi pajak dan pelayanan fiskus). Selain itu, hasil penelitian ini berkontribusi praktis dalam memberikan gambaran kepada pemerintah dalam menetapkan kebijakan khususnya Dirjen Pajak mengenai variabel-variabel yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan angka kepatuhan wajib pajak pada UMKM di Indonesia.

TELAAH LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behavior (TPB)

Azjen (1991) mengembangkan Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behaviour*) yang merupakan salah satu teori sikap yang banyak diaplikasikan dalam berbagai perilaku. Teori tersebut menjelaskan bahwa adanya niat untuk berperilaku dapat menimbulkan perilaku yang ditampilkan oleh individu. Ada beberapa hambatan yang ditimbulkan untuk mengurungkan niat tersebut, baik dari diri sendiri maupun lingkungan. *Theory of planned behaviour* (Azjen, 1991) menjelaskan adanya perilaku timbul dari adanya niat untuk berperilaku, yang didukung tiga faktor penentu, yaitu :

- a. Seseorang yang yakin mengenai suatu harapan yang bersikap normatif dan motivasi untuk mewujudkan harapan (*normative believes*).
- b. Seseorang yang yakin mengenai suatu hasil dari suatu perilaku dan evaluasi (*behavioral believes*).

- c. Seseorang yang yakin mengenai suatu keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan dilakukan (*control believes*).

Berdasarkan teori *planned behavior*, kewajiban membayar pajak dapat dipatuhi oleh wajib pajak apabila memiliki niat. Niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Teori ini menjelaskan bahwa adanya niat untuk berperilaku dapat menimbulkan perilaku yang ditimbulkan oleh individu. Teori tindakan berencana relevan untuk menjelaskan pengaruh spiritualitas, *money ethic*, sosialisasi pajak dan pelayanan fiskus. Spiritualitas berkaitan dengan *behavioral beliefs*. *money ethic* terkait dengan *control beliefs*. Hal ini disebabkan bahwa *money ethic* termasuk penghambat seseorang tidak taat membayar pajaknya dan memungkinkan terjadinya kecurangan yang mengakibatkan seseorang tidak patuh membayar ataupun melaporkan pajaknya. Sosialisasi pajak dan pelayanan fiskus berkaitan dengan *normative beliefs*. Apabila sosialisasi pajak dan pelayanan fiskus memberikan pelayanan yang baik kepada wajib pajak, maka dapat memotivasi wajib pajak untuk taat membayar pajak.

Pengaruh Spiritualitas Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada UMKM

Menurut Rosito (2010), spiritualitas meliputi upaya pencarian, menemukan dan memelihara sesuatu yang bermakna dalam kehidupan seseorang yang berhubungan erat dengan pengalaman pribadi yang bersifat transendental dan individual dalam hubungan individu dengan sesuatu yang dianggapnya bermakna. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hariyanto (2018) mengatakan bahwa spiritualitas pada lingkungan kerja akan menyatukan pikiran, raga, dan spirit. Karena semakin tinggi spiritualitas seseorang maka akan semakin patuh seseorang tersebut akan peraturan perpajakan yang ada. Dalam studi yang dilakukan oleh Damayanti (2018), nilai-nilai spiritual dianggap memotivasi secara positif wajib pajak untuk secara sukarela mematuhi undang-undang perpajakan. Sedangkan pada penelitian ini memasukkan variabel spiritualitas yang dikaitkan dengan *behavioral beliefs* yang dikembangkan dalam *Theory of Planned Behavior*. *Behavioral beliefs* yaitu keyakinan seseorang akan hasil dari suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut. Pertimbangan penggunaan variabel spiritualitas karena spiritualitas merupakan salah satu aspek yang membentuk perilaku manusia. Galib, *et al.* (2018), Widuri, *et al.*, (2017) dan Yuniarta & Purnamawati (2020) berpendapat bahwa spiritualitas mempengaruhi niat untuk berperilaku patuh. Hal ini didukung oleh penelitian Ardian (2017), Widuri, *et al.*, (2020) dan Hariyanto (2018) yang menyatakan bahwa spiritual memiliki pengaruh positif terhadap motivasi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

H₁: Spiritualitas berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM.

Pengaruh Money Ethic Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada UMKM

Money ethics menurut Chitchai, *et al.* (2020) adalah sikap tingkatan seseorang menginginkan uang, semakin tinggi sikap tersebut maka akan mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dengan segala cara walaupun tidak sesuai dengan etika. Dalam penelitiannya Tang & Ciu (2003) menunjukkan bahwa *money ethics* memiliki dampak yang signifikan dan langsung terhadap perilaku yang tidak etis. Seseorang yang *high love of money* atau memiliki kecintaan terhadap uang yang tinggi lebih termotivasi untuk melakukan tindakan apapun demi memperoleh uang yang lebih banyak. Individu yang *high love of money* secara mental lebih banyak terlibat dalam perilaku tidak etis dalam organisasi daripada orang-orang yang *low love of money*.

Pada penelitian ini adanya variabel *money ethic* yang dikaitkan dengan *control beliefs* yang dikembangkan dalam *Theory of Planned Behavior*. *Control beliefs* merupakan keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat seseorang. Hal ini berkaitan dengan *money ethic*, karena *money ethic* termasuk salah satu faktor yang menyebabkan seorang wajib pajak tidak patuh akan peraturan perpajakan dan memungkinkan terjadinya kecurangan dalam melaporkan pajaknya. Pratama, *et al.*, (2020) dan Hidayatulloh & Syamsu (2020) berpendapat bahwa seseorang yang sangat termotivasi oleh uang akan memiliki kepentingan yang besar terhadap uang dan memandang bahwa kecurangan pajak merupakan tindakan yang dapat diterima atau tindakan yang etis untuk dilakukan. Dalam penelitian Ratnawardhani, *et al.* (2020), Rosianti (2014) dan Putri & Mahmudah (2020) terdapat pengaruh negatif antara *money ethics* terhadap kepatuhan wajib pajak. Seseorang yang *high money ethics* atau memiliki kecintaan terhadap uang yang tinggi cenderung menyebabkan seseorang melakukan tindakan yang tidak etis. Apabila dikaitkan dengan kepatuhan wajib pajak dapat digambarkan semakin *high money ethics* maka seseorang itu akan semakin tidak patuh akan pajak. Jadi semakin tinggi sikap *money ethics* seseorang maka semakin seseorang tersebut tidak patuh akan peraturan perpajakan yang berlaku. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

H₂: *Money ethics* berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM.

Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada UMKM

Menurut Anwar & Syafiqurrahman (2016) dengan adanya sosialisasi pajak di Indonesia akan sangat memberikan pengaruh positif pada tingkat kepatuhan wajib pajak. Adanya sosialisasi ini masyarakat diharapkan memahami fungsi penting dari pajak itu sendiri sehingga dengan begitu masyarakat mulai menyadari tentang kewajibannya dalam membayar pajak. Kegiatan penyuluhan juga dapat dilakukan secara langsung ke lapangan dengan harapan bahwa masyarakat bisa secara langsung mendengarkan, memahami, dan secara terampil melaksanakan kewajibannya.

Berdasarkan *teori of planned behavior*, dengan *normative beliefs*, sosialisasi perpajakan merupakan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi kepatuhan pajak. Dimana *normative beliefs* merupakan keyakinan seseorang mengenai suatu harapan yang bersikap normatif dan motivasi untuk mewujudkan harapan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering dilakukannya sosialisasi perpajakan maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Jika pemerintah berhasil dalam menjalankan sosialisasi perpajakan, maka masyarakat akan lebih memahami perpajakan dan kepatuhan wajib pajak juga meningkat.

Anwar & Syafiqurrahman (2016) berpendapat bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan Ananda dan Kumadji (2015) dan Tabanan, *et al.* (2020) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Didukung oleh penelitian Hastuti & Nuryati (2020), Noviana (2020), dan Lhoka & Sukartha (2020) dimana sosialisasi perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

H₃: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM.

Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada UMKM

Menurut Yadinta, *et al.* (2018), pelayanan fiskus merupakan pelayanan yang telah diberikan oleh petugas pajak untuk mempermudah wajib pajak menjalankan kewajiban perpajakannya. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh petugas pajak, yakni dengan cara melakukan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat dan atau wajib pajak untuk membayar serta menyetorkan kewajiban dalam hal perpajakannya dan tentunya menyampaikan dan melaporkan SPT secara tepat waktu.

Berdasarkan *teori planned behavior* dengan *normative beliefs*, pelayanan fiskus merupakan salah satu yang mempengaruhi kepatuhan pajak. *Normative beliefs* merupakan keyakinan seseorang mengenai suatu harapan dan memotivasi untuk mewujudkan harapan tersebut. Maka apabila semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh fiskus terhadap wajib pajak maka akan memberikan kepuasan kepada wajib pajak dan meningkatkan kepatuhan wajib pajaknya.

Putri (2020) dan Purwadi & Setiawan (2019) menyatakan bahwa pelayanan fiskus berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM diterima, dikarenakan semakin baik pelayanan yang diberikan petugas fiskus kepada wajib pajak maka akan meningkatkan rasa patuh terhadap kewajiban perpajakan. Didukung oleh penelitian Mareti & Dwimulyani (2019) dan Marcori (2018) yang menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan fiskus yang diberikan kepada wajib pajak dan adanya preferensi risiko tertentu, tidak mengakibatkan wajib pajak untuk meningkatkan kemauannya terhadap kepatuhan kewajiban perpajakannya. Pada penelitian Astina (2018), Safitri & Silalahi (2020) dan Ayu & Sari

(2017) berpendapat bahwa kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

H₄: Pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM.

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan adalah wajib pajak yakni pelaku UMKM di Temanggung. Pada tahun 2020 wajib pajak orang pribadi yaitu pelaku UMKM yang telah memiliki NPWP baik badan atau NPWP pribadi pemilik usaha dan terdaftar Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Temanggung. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Teknik sampling ini memilih sampel dari elemen populasi yang datanya mudah diperoleh. Elemen populasi yang dipilih sebagai subjek sampel adalah tidak terbatas sehingga peneliti memiliki kebebasan untuk memilih sampel yang paling cepat dan murah (Sugiyono, 2017). Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert 1-5, yaitu 1 sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 netral, 4 setuju, 5 sangat setuju.

Tabel 2
Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
1.	Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak	Kepatuhan wajib pajak didefinisikan sebagai kepatuhan pelaku UMKM dalam mendaftarkan diri, menyetorkan kembali Surat Pemberitahuan (SPT), kepatuhan dalam penghitungan dan pembayaran pajak terutang dan pembayaran tunggakan (Nasucha, 2005).	Kepatuhan wajib pajak diacu dari penelitian Astuti & Paramita (2018) yang terdiri dari 9 pernyataan dengan indikator: 1. Penyampaian laporan pajak penghasilan dengan benar dan tepat waktu 2. Penghitungan jumlah pajak yang terutang dengan benar 3. Pelaporan SPT ke kantor pajak tepat waktu 4. Pembayaran pajak sesuai dengan besaran pajak yang terutang dan tepat waktu.

No	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
2.	Independen: Spiritualitas	Spiritualitas adalah suatu konsep dua dimensi yaitu dimensi vertikal dan dimensi horizontal. Dimensi vertikal adalah hubungan individu dengan Tuhan Yang Maha Esa yang menuntun kehidupan seseorang sedangkan dimensi horizontal merupakan hubungan seseorang dengan diri sendiri, orang lain dan lingkungan menurut Herlyana, <i>et al.</i> (2017)	Variabel spiritualitas diacu dari penelitian Ghania (2010) dan Nafisah (2018) terdiri dari 10 item pernyataan yang dimodifikasi dengan indikator: 1. Kemampuan wajib pajak bersikap fleksibel untuk peraturan perpajakan 2. Tingkat kesadaran diri untuk patuh membayar pajak 3. Memiliki kualitas hidup yang diilhami oleh visi dan misi yang mengandung nila-nilai 4. Melaporkan semua pendapatan dengan benar dan ikhlas Membayar pajak tanpa merasa terpaksa dan ikhlas 5. Membayar pajak tanpa terpengaruh oleh orang lain.
3	<i>Money Ethic</i>	Tang, <i>et al.</i> (2002) mengatakan bahwa money ethics seseorang memiliki pengaruh perilaku yang tidak etis. Kecintaan yang tinggi pada uang cara untuk mempertahankan harta dengan melakukan tindakan tidak patuh pajak agar uang yang mereka miliki tidak dibayarkan untuk keperluan negara.	Variabel <i>money ethic</i> mengacu pada penelitian Tang & Chiu (2003) yang terdiri dari 9 item pernyataan yang dimodifikasi dari dengan indikator: 1. <i>Good</i> 2. <i>Evil</i> 3. <i>Achievement</i> 4. <i>Respect</i> 5. <i>Budget</i> 6. <i>Freedom</i>
4	Sosialisasi Pajak	Sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat	Variabel Sosialisasi Pajak diacu dari penelitian Anggara & Sulistiyanti (2018) yang terdiri dari 5 buah

No	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
		dan khususnya wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat.	pernyataan yang dimodifikasi. Dengan indikator 1. Media informasi 2. Cara penyampaian 3. Kualitas sumber informasi 4. Materi sosialisasi 5. Kegiatan penyuluhan
5	Pelayanan Fiskus	Menurut Yuliani, <i>et al.</i> (2020), pelayanan yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak kepada setiap wajib pajak dalam rangka membantu wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya. Sedangkan fiskus adalah petugas pajak, jadi pelayanan fiskus adalah kegiatan petugas pajak dalam membantu, mengurus serta mempersiapkan hal-hal yang dibutuhkan oleh wajib pajak.	Pelayanan fiskus diacu dari penelitian Kusuma (2016) yang terdiri dari 10 buah pernyataan yang dimodifikasi dengan indikator: 1. Kecepatan dan ketepatan dalam melayani 2. Keterampilan fiskus dalam menjawab pertanyaan wajib pajak 3. Kejelasan dalam memberikan pelayanan 4. Kesabaran fiskus 5. Fasilitas yang memadai.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018), uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang valid. Untuk mengukur validitas kuesioner yang diberikan kepada responden maka digunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) atau analisis faktor konfirmatori. Apabila nilai *cross loading* menunjukkan $> 0,50$ maka dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,70 (Ghozali, 2018).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden penelitian ini adalah UMKM yang telah memiliki NPWP dan terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Temanggung. Berdasarkan teknik *convenience sampling*, sebanyak 96 pelaku UMKM menjadi sampel. Rincian karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3
Karakteristik Responden

Keterangan	Kriteria	Jumlah Responden	Presentase
Jenis Kelamin	a. Pria	48	50%
	b. Wanita	48	50%
	Jumlah	96	100,0%
Usia	a. <30	51	53,12%
	b. 30-45	40	41,7%
	c. >45	5	5,2%
	Jumlah	96	100,0%
Jenjang Pendidikan	a. SD	2	2,0%
	b. SMP	4	4,1%
	c. SMA/SMK	55	57,29%
	d. S1	32	33,33%
	e. lainnya	3	3,12%
	Jumlah	96	100,0%
Status Jabatan	a. Pemilik	74	77,08%
	b. Pengelola	22	22,91%
	Jumlah	96	100,0%
Lama Usaha	a. < 1tahun	13	13,54%
	b. 1-5 tahun	51	53,12%

Keterangan	Kriteria	Jumlah Responden	Presentase
	c. 6-10 tahun	20	20,83%
	d. >10 Tahun	12	12,5%
	Jumlah	96	100,0%
NPWP	a.Badan	7	92,7%
	b.Pribadi	89	7.3%
	Jumlah	96	100%
Cara Pembayaran Pajak	a. Pajak Langsung	69	71,87%
	b. E-filling	27	28,12%
	Jumlah	96	100,0%
Omset Per Bulan	a. < 25 Juta	80	83,33%
	b. 25 juta -208 juta	13	13.54%
	c. 208 juta – 400 juta	1	1,04%
	d. > 400 juta	2	2,08%
	Jumlah	96	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022.

Responden dalam penelitian ini mayoritas berumur < 30-45 tahun dan data responden mengenai jenis kelamin dalam penelitian ini tidak mendominasi dimana perempuan berjumlah 48 dan laki-laki berjumlah 48. Sedangkan jenjang pendidikan responden didominasi pada SMA/SMK sebesar 55. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM memiliki pendidikan sekolah selama 12 tahun. Status jabatan sebagian besar dijawab langsung oleh pemilik dan cara pembayaran pajak pun sebagian besar dilakukan secara langsung atau datang ke kantor pajak. Lama usaha didominasi pada 1-5 tahun dengan omset perbulan yang didominasi < 25 juta. Jenis kepemilikan NPWP didominasi dari NPWP pribadi.

Uji Hipotesis

Uji R² (Koefisien Determinasi)

Ghozali (2018) mengungkapkan uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen yang dinyatakan dalam bentuk presentase. Hasil analisis koefisien determinasi disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4**Uji R²**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,682 ^a	0,466	0,422	0,542

Sumber: Data primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan hasil uji *adjusted r square* pada tabel 4 besarnya R² adalah sebesar 0,422. Hal ini berarti bahwa variabel Spiritualitas (S), *Money Ethic* (ME), Sosialisasi Pajak (SP) dan Pelayanan Fiskus (PF) menjelaskan variabel Kepatuhan Wajib Pajak (KWP) sebesar 42% sedangkan sisanya 58% (100%-42%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model pada penelitian ini.

Uji F

Ghozali (2018) mengungkapkan Uji F digunakan untuk mengetahui *goodness of fit* atau kelayakan model penelitian. Ketentuan menilai hasil penelitian hasil hipotesis uji F berupa level signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel ditentukan berdasarkan nilai derajat kebebasan pembilang $df = k$ dan derajat penyebut $df = n - k - 1$, dimana k adalah jumlah variabel independen dengan tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan bantuan program diperoleh uji F pada tabel 5.

Tabel 5**Uji F**

Keterangan	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Regression</i>	23,277	4	5,819	19,825	0,00 ^b
<i>Residual</i>	26,712	91	0,294		
Total	49,990	95			

Sumber: Data primer yang diolah, 2022.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai probabilitas atau tingkatan signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,001 < 0,05$ dan F_{hitung} sebesar 19,825. Nilai F_{tabel} didapat dari $df = n - k - 1$. Berdasarkan jumlah responden ($n = 96$) dan jumlah variabel bebas ($k = 4$), maka $df_1 = k = 4$, $df_2 = 96 - 4 - 1 = 91$ maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,472. Hasil tersebut menunjukkan bahwa $F_{hitung} 19,825 > F_{tabel} 2,472$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti model penelitian layak atau *fit*.

Uji t

Pengujian ini dilakukan dengan cara melihat nilai signifikan masing-masing variabel independen dengan tingkat signifikansi 10%. Berdasarkan jumlah $n = 96$ maka derajat kebebasannya adalah 95 ($df = n - 1$), sehingga diperoleh t tabel sebesar dengan nilai signifikan 0,1. Ringkasan hasil uji t disajikan dalam tabel 6.

Tabel 6

Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Spiritualitas	3,081	1,66071	0,003	H ₁ Diterima
Money Ethic	-0,090	-1,66071	0,928	H ₂ Tidak Diterima
Sosialisasi Pajak	2,210	1,66071	0,030	H ₃ Diterima
Pelayanan Fiskus	0,553	1,66071	0,582	H ₄ Tidak Diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2022.

Pembahasan

Pengaruh Spiritualitas Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian menunjukkan spiritualitas berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi spiritualitas individu yang dimiliki setiap pelaku usaha, maka semakin tinggi kepatuhan wajib pajak para pelaku UMKM. Hal ini dikarenakan kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh rasa kejujuran, sehingga spiritualitas dianggap sebagai sikap positif untuk memotivasi wajib pajak agar secara sukarela mematuhi peraturan perpajakan. Berdasarkan hasil kuesioner, berpengaruhnya spiritualitas dikarenakan para pelaku UMKM memiliki kualitas hidup yang mengandung nilai-nilai sehingga melaporkan semua pendapatan dengan benar, tanpa merasa terpaksa dan ikhlas serta membayar pajak tanpa terpengaruh oleh orang lain. Ardian (2017) menjelaskan berpengaruhnya spiritualitas dikarenakan spiritualitas akan berorientasi pada kepentingan umum dan memiliki perilaku peduli kepada setiap individu maka spiritualitas memiliki pengaruh terhadap motivasi wajib pajak.

Hasil penelitian spiritualitas merupakan dimensi internal yang berasal dalam diri seseorang yaitu spiritual, ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa niat berperilaku yang direncanakan dapat mengarah pada perilaku yang ditampilkan oleh individu (Azjen, 1991). Apabila dikaitkan dengan teori spiritualitas yang termasuk *behavioral beliefs* yang dikembangkan dalam *theory of planned behavior*. Dimana *behavioral beliefs* yaitu keyakinan seseorang akan hasil dari suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut. Sehingga spiritualitas dianggap sebagai sikap positif untuk memotivasi wajib pajak agar secara sukarela mematuhi peraturan perpajakan.

Ardian (2017) menyatakan bahwa spiritualitas berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil ini didukung oleh penelitian Galib, *et al.* (2018) dan Yuniarta & Purnamawati (2020) yang menunjukkan bahwa spiritualitas berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Azmary *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa spiritualitas tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Money Ethic Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hal ini berarti tinggi atau rendah *money ethic* pelaku UMKM belum mampu memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajaknya. Meskipun uang merupakan hal yang penting dan digunakan untuk membantu mengekspresikan kompetensi dan kemampuan, uang tidak selamanya dapat memengaruhi kepatuhan seseorang terhadap aturan pajak. Mengekspresikan kompetensi dan kemampuan bukan hanya dari uang tetapi dapat dari lingkungan kerja dan pengalaman. Menurut Tang & Chiu (2003) orang dengan etika uang yang tinggi cenderung kurang etis dan sensitif, orang tersebut menginginkan memiliki standar kehidupan yang lebih baik. Oleh karena itu, mereka berusaha untuk menghasilkan lebih banyak uang untuk mempertahankan gaya hidupnya. Orang dengan *money ethics* tinggi belum tentu tidak patuh pajak. Karena semakin banyak pendapatan usahanya, maka akan masuk dalam pendapatan kena pajak yang wajib disetorkan negara dan ada sanksi jika tidak membayar. Hal ini berarti tinggi ataupun rendah *money ethics* pelaku UMKM, bukanlah menjadi faktor utama yang mampu memengaruhi kepatuhan pajak.

Money ethic merupakan sikap dalam diri dan merupakan dimensi *psychological*, tidak sejalan dengan *theory of planned behavior* yang seharusnya dikaitkan dengan *control beliefs* yang dikembangkan dalam *theory of planned behavior*. Dimana *control beliefs* merupakan keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan dilakukan seseorang. Hal ini berkaitan dengan *money ethic*, karena disebabkan bahwa *money ethic* termasuk faktor bahwa seorang wajib pajak tidak patuh akan peraturan perpajakan dan memungkinkan terjadinya kecurangan dalam melaporkan pajaknya. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ashari *et al.*, (2020), Putri & Mahmudah, (2020), Pratama *et al.* (2020), Rosianti, (2014) dan Lief & Dewi (2020) yang menyatakan *money ethic* berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian ini menunjukkan sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi pajak merupakan dimensi yang mempengaruhi sikap seseorang yaitu sosial. Dapat disimpulkan bahwa semakin tingginya sosialisasi pajak yang dilakukan oleh pemerintah terhadap wajib pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan kuesioner yang diisi oleh responden rata-rata menjawab setuju UMKM di Temanggung sudah mendapatkan sosialisasi dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden pada item-item variabel sosialisasi perpajakan yang telah diberikan kepada responden. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggara & Sulistiyanti (2018) yang menjelaskan bahwa semakin tinggi dilakukannya sosialisasi perpajakan, maka akan semakin meningkatnya kepatuhan wajib pajak. Jika pemerintah berhasil dalam menjalankan sosialisasi perpajakan, maka masyarakat akan lebih memahami perpajakan dan kepatuhan wajib pajak juga meningkat. Namun, dalam penyuluhan via *online* melalui sosial media KPP Pratama Temanggung menurut responden masih belum sepenuhnya aktif dan *fast respond*. Hal ini dapat dilihat dari jawaban

responden mengenai saran yang harus dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan ketaatan membayar pajak, dan sebagian besar menyarankan agar lebih aktif dalam sosialisasi pajak di sosial media. Sebab di era digitalisasi seperti ini penggunaan media sosial yang berperan penting dari segala aspek, maka dari itu responden menyarankan bahwa pemerintah lebih aktif dalam melakukan penyuluhan pajak, pembaruan peraturan dan memperdalam pengetahuan wajib pajak lebih menyeluruh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) juga menjadi salah satu faktor penentu niat seseorang untuk berperilaku, dimana individu memiliki keyakinan atas motivasi atau dorongan dari orang lain (pihak luar). Dengan *normative beliefs* sosialisasi perpajakan merupakan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi kepatuhan pajak. *Normative beliefs* merupakan keyakinan seseorang mengenai suatu harapan yang bersikap normatif dan motivasi untuk mewujudkan harapan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi dilakukannya sosialisasi perpajakan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Jika pemerintah berhasil dalam menjalankan sosialisasi perpajakan, maka masyarakat akan lebih memahami perpajakan dan kepatuhan wajib pajak juga meningkat.

Hasil pengujian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Herryanto & Toly (2013), Mahadianto & Astuti (2017), dan Siahaan & Halimatusyadiah, (2019) yang menyimpulkan bahwa penyuluhan perpajakan tidak berpengaruh signifikan pada kepatuhan Wajib Pajak. Tetapi hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ananda *et al.*, (2015), Rohmawati & Rasmini (2012), Suardana & Gayatri, (2020) dan Rudianti & Endarista (2021) menyatakan bahwa penyuluhan perpajakan atau sosialisasi pajak berpengaruh signifikan pada kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian ini menunjukkan pelayanan fiskus tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pelayanan fiskus merupakan dimensi eksternal dalam mempengaruhi sikap seseorang yaitu sosial. Hasil penelitian ini menemukan bahwa baik atau tidaknya pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap ketaatan wajib pajak UMKM. Hasil kuisioner menyatakan bahwa petugas pajak belum bisa menindaklanjuti pengaduan dari masyarakat dengan cepat. Fiskus sebagai pelayan publik hendaknya selalu memiliki kompetensi dalam artian memiliki keahlian, pengetahuan dan pengalaman dalam hal kebijakan, serta administrasi dan perundang-undangan perpajakan. Menurut Marcori (2018) dan Widowati (2013), pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, dikarenakan belum tentu semakin baik pelayanan yang diberikan petugas fiskus kepada wajib pajak akan meningkatkan rasa patuh terhadap kewajiban perpajakan. Pada era digitalisasi pelayanan fiskus bisa diganti secara *online* menggunakan *website* dengan *user friendly*. Memberikan beberapa fitur bantuan seperti adanya *customer service* yang lebih *fast respond*. Hal ini memudahkan para wajib pajak

untuk membayar pajak secara mudah, efisien, dan bisa dilakukan oleh siapa saja tanpa memandang tingkat pengetahuan, jabatan dan akses informasi wajib pajak. Dapat dikatakan bahwa meskipun pelayanan fiskus sudah optimal belum tentu menjadi faktor yang memengaruhi wajib pajak untuk patuh kepada pajak, karena disebabkan oleh beberapa faktor yaitu salah satunya pengetahuan akan pajak yang masih kurang dan pelayanan yang kurang *fast respond*.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) juga menjadi salah satu faktor penentu niat seseorang untuk berperilaku, dimana individu memiliki keyakinan atas motivasi atau dorongan dari orang lain (pihak luar). Maka dalam variabel pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini disebabkan karena dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) penentu niat seseorang untuk berperilaku, dimana individu memiliki keyakinan, apabila pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak berarti wajib pajak tidak puas dengan layanan yang diberikan.

Hasil pengujian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mareti & Dwimulyani, (2019), Marcori, (2018), Ayu & Sari, (2017) dan Safitri & Silalahi, (2020) yang menyatakan bahwa pelayanan fiskus tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwadi & Setiawan, (2019), Komala & NP (2005), Yadinta *et al.*, (2018) dan Putri, (2020) yang menyatakan bahwa pelayanan fiskus berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh spiritualitas, *money ethic*, sosialisasi pajak, dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM di Kabupaten Temanggung. Hasil penelitian dengan menggunakan 96 responden pelaku UMKM menunjukkan bahwa spiritualitas dan sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan *money ethic* dan pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM. Hal ini berarti bahwa individu akan patuh pada pajak apabila memiliki motivasi, dorongan sosial, pengetahuan, akses informasi dan keyakinan yang kukuh dari dalam diri sendiri. Sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) juga menjadi salah satu faktor penentu niat seseorang untuk berperilaku, dimana individu memiliki keyakinan atas motivasi atau dorongan dari orang lain (pihak luar). Apabila faktor internal dalam diri kukuh dan kuat (spiritualitas) maka individu akan berperilaku patuh akan pajak. Faktor dimensi sosial yaitu sosialisasi pajak terbukti berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM. Pemerintah melalui Dirjen Pajak harus menggiatkan program sosialisasi pajak kepada pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan kepatuhan.

Penelitian ini masih terbatas pada lingkup pelaku UMKM di Kabupaten Temanggung dan sebagian besar adalah usaha mikro. Penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel dan menggunakan

responden pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dengan menguji perbedaan kepatuhannya secara terpisah agar terlihat hasil yang lebih spesifik. Lebih lanjut, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan faktor lain yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak seperti sanksi pajak, tarif pajak dan kepercayaan terhadap otoritas pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, P. R. D., Kumadji, S., & Husaini, A. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada UMKM yang Terdaftar sebagai Wajib Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu) Pasca. *Nhk 技研*, 151(1), 10–17.
- Anggara, A. B., & Sulistiyanti, U. (2018). *Kepatuhan Pajak Usaha Mikro , Kecil dan Menengah di Surakarta*.
- Ardian, N. P. (2017). Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kinerja Pelayanan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, Ketegasan Sanksi Perpajakan, Penyelewengan Pajak, Dan Persepsi Kewajiban Pajak Terhadap Motivasi Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan. *JOM Fekon*, 4(1), 1843–1857.
- Ariani, M., & Biettant, R. (2019). Wajib Pajak Dengan Variabel Intervening Kepuasan. *Jurnal Informasi Perpajakan, Akuntansi Dan Keuangan Publik*, 13(1), 15–30.
- Asih, N. P. S. M., & Dwiyaniti, K. T. (2019). Pengaruh Love Of Money, Machiavellian, dan Equity Sensitivity Terhadap Persepsi Etika Penggelapan Pajak (Tax Evasion). *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 1412. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i02.p21>
- Astina, I. P. S. (2018). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan , Kualitas Pelayanan Fiskus dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan WPOP Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia email : suryaas. 23*, 1–30.
- Ayu, V., & Sari, P. (2017). *Pengaruh Tax Amnesty , Pengetahuan Perpajakan , Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. 6.
- Azjen, I. (1991). *The Theory of Planned Behaviour*. Organization Behaviour and Human Decision Process.
- Azmary, Y., Hasanah, N., & Muliasari, I. (2020). *Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Penerapan Akuntansi, Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wpop UMKM*. 1(1), 133–146.
- Chitchai, N., Senasu, K., & Sakworawich, A. (2020). The moderating effect of love of money on relationship between socioeconomic status and happiness. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(2), 336–344. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.08.002>
- Damayanti, T. W. (2018). Tax Compliance: Between Intrinsic Religiosity and Extrinsic Religiosity.

- Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 21(1), 41–49.
<https://doi.org/10.14414/jebav.v21i1.1061>
- Galib, A., Indrijawati, A., & Rasyid, S. (2018). *The Effect Of Spirituality , Subjective Norms And Perceived Behavioral Control On Taxpayer Compliance*. 6(4), 1–7.
- Ghania, N. (2010). Analisis Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kinerja Pelayanan Perpajakan dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Motivasi Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan (Studi di Kantor Pelayanan Pajak Kanwil Jakarta Selatan). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 17. file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Undip.
- Hariyanto, K. S. (2018). Kajian Spiritual Intelligence Terhadap Tax Compliance Pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2), 894–909.
- Hastuti, M. R., & Nuryati, T. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Umkm Yang Terdaftar Di Kpp, 1–22.
<http://repository.stei.ac.id/1393/>
- Herlyana, M. V., Sujana, E., & Prayudi, M. A. (2017). Pengaruh Religiusitas Dan Spiritualitas Terhadap Kecurangan Akademik Mahasiswa (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Dan Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Agama Hindu Singaraja). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 8(2), 11.
- Herryanto, M., & Toly, A. A. (2013). Pengaruh kesadaran wajib pajak, kegiatan sosialisasi perpajakan, dan pemeriksaan pajak terhadap penerimaan pajak. *Accounting and Tax Review*, 1(1), 125–135.
- Hidayatulloh, A., & Syamsu, M. N. (2020). Religiusitas Intrinsik, Religiusitas Ekstrinsik, Dan Niat Untuk Menghindari Pajak. *Jurnal Akuntansi: Kajian Ilmiah Akuntansi*, 7(1), 1689–1699.
<http://dx.doi.org/10.30656/jak.v7i1.1534>
- Kedang, K. K., & Suryono, B. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Pajak, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(5), 28–34.
- Komala, Kirana Cipta & NP, M. G. W. E. (2005). Pengaruh Kualitas Pelayanan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Madya Malang). *Perpajakan*, 1–9.
- Kusuma, K. C. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, Pemahaman Peraturan Perpajakan serta Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Membayar Pajak Tahun 2014 (Studi Kasus pada Wajib Pajak yang Terdaftar di Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsulta. *Skripsi, 2014*, 1–171.
- Lhoka, N. L. P. D. P., & Sukartha, I. M. (2020). Pengaruh E-SPT, Sanksi, Sosialisasi, Pengetahuan Perpajakan, dan Moralitas pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(7), 1699–1711.

<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>

- Li-Ping Tang, T., Furnham, A., & Mei-Tzu wu Davis, G. (2002). The meaning of money: The money ethic endorsement and work-related attitudes in Taiwan, the USA and the UK. *Journal of Managerial Psychology*, 17(7), 542–563. <https://doi.org/10.1108/02683940210444021>
- Lief, T., & Dewi, S. P. (2020). *Pengaruh Money Ethics Dan Keadilan Terhadap Tax Evasion Dengan Religiosity Sebagai Pemoderasi*. 2, 1086–1095.
- Mahadianto, M. Y., & Astuti, A. D. (2017). Previllege Tax Payer, Sosialisasi Pajak Dan Kepercayaan Pada Otoritas Pajak Terhadap Kepatuhan. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 1(1), 77–86. <https://doi.org/10.33603/jka.v1i1.525>
- Marcori, F. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Usaha Kecil Menengah. *Ejournal.Unp.Ac.Id*, 06, 22.
- Mareti, E. D., & Dwimulyani, S. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, Sanksi Pajak dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Preferensi Resiko Sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding Seminar Nasional Pakar Ke 2*, 1–16. <https://www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/pakar/article/view/4334/3451>
- Noviana, R. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, Penerapan Pp No. 23 Tahun 2018, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Sampang). *E-Jra*, 09(02), 47–57.
- Prananti, N. P. I., & Rasmini, N. K. (2014a). *Pengaruh modernisasi administrasi perpajakan, pelayanan fiskus dan penggunaan e-spt pada kepatuhan pajak*. 1(E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana), 754–771.
- Prananti, N. P. I., & Rasmini, N. K. (2014b). Pengaruh modernisasi administrasi perpajakan, pelayanan fiskus dan penggunaan e-spt pada kepatuhan pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 754–771.
- Pratama, A. S., Musmini, L. S., & Wahyuni, M. A. (2020). *Pengaruh Money Ethics , Etika Wajib Pajak , Religiusitas Persepsi Wajib Pajak Mengenai Tax Evasion (Studi Empiris pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Singaraja)*. 2, 44–55.
- Purwadi, M. O. D., & Setiawan, P. E. (2019). Pengaruh Religiusitas , Pelayanan Fiskus dan Sanksi Pajak pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Akuntansi*, 28(3), 2110–2125.
- Putri, F. Y. (2020). Pengaruh Pemahaman Perpajakan , Kemudahan Membayar Pajak Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(1), 1–22. www.pajak.go.id
- Putri, R. I., & Mahmudah, H. (2020). Pengaruh Keadilan, Diskriminasi Dan Etika Uang (Money Ethics) Terhadap Persepsi Mengenai Etika Penggelapan Pajak (Tax Evasion). *Mutiara Akuntansi*, 5(1), 46–66.

- Putu, I. G., & Dharma, A. (2019). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Pengaruh Kesadaran WP , Pelayanan Fiskus , Sanksi Pajak , dan Tax Amnesty Pada Kepatuhan WPOP*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali ,. 27, 2039–2065.
- Ratnawardhani, E. A., Ernawati, W. D., & Fatimah, A. (2020). Pengaruh Religiusitas Dan Love of Money Terhadap Kepatuhan Calon Wajib Pajak. *EL Muhasaba Jurnal Akuntansi*, 11(2), 177–187. <https://doi.org/10.18860/em.v11i2.9117>
- Rohmawati, A. N., & Rasmini, N. K. (2012). *Pengaruh Kesadaran, Penyuluhan, Pelayanan, Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. 1–17.
- Rosianti, C. (2014). *Pengaruh Money Ethics terhadap Tax Evasion dengan Intrinsic dan Extrinsic Religiosity sebagai Variabel Moderating*. 4(1), 1–11.
- Rudianti, W., & Endarista, V. D. (2021). Tarif, Kesadaran Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Peningkatan Penerimaan Pajak Melalui Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening (Implementasi PP 23 Tahun 2018) Walid. *Jurnal Media Komunikasi Dan Bisnis*, 12(1), 69–90. <https://tambara.e-journal.id/medikonis/index%0A>
- Safitri, D., & Silalahi, S. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus, Pemahaman Peraturan Perpajakan Dan Penerapan Sistem E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak: Sosialisasi Perpajakan Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(2), 145–153. <https://doi.org/10.29040/jap.v20i2.688>
- Siahaan, S., & Halimatusyadiah, H. (2019). Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.8.1.1-14>
- Suardana, K. P., & Gayatri, G. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan dan Perhitungan Tarif Pajak pada Kepatuhan Pajak Mahasiswa Pelaku UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(9), 2311. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i09.p11>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D* (S. Y. Suryandari (ed.)). Alfabeta.
- Sulistiyo, A. B. (2016). *Peran Spiritualitas Keagamaan Bagi Akuntan dalam Lingkungan Organisasi*. November. <https://doi.org/10.22219/jrak.v1i2.517>
- Tang, T. L., & Chiu, R. K. (2003). *Tang-Chiu2003_Article_IncomeMoneyEthicPaySatisfactio*. 13–30.
- Widowati, R. (2013). *Kepatuhan wajib pajak melalui sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan, pengetahuan pajak dan pelayanan fiskus*. 1–16.
- Widuri, R., Tjitradi, B. E., & Santoso, V. P. (2020a). *Pengaruh Dimensi Teknologi dan Spiritualitas pada Kepatuhan Wajib Pajak Selama COVID-19*. 158(Teams), 360–368.
- Widuri, R., Tjitradi, B. E., & Santoso, V. P. (2020b). *The Effect of Technology and Spirituality Dimensions on Taxpayers ' Compliance During COVID-19*. 158(Teams), 360–368.

- Widuri, R., Tjondro, E., & Mangoting, Y. (2017). Integrative approach : Psychology and Spirituality as Prediction of Taxpayer Compliance Behavior. *J. of Accounting and Finance*.
- Yuliani, T., Sholikhah, I., & Deden. (2020). *Pengaruh Pemahaman Pajak Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di KPP Pratama Balikpapan Timur*. *Imro'atus*. 13(2), 59–62.
- Yuniarta, G. A., & Purnamawati, I. G. A. (2020). *Spiritual , psychological and social dimensions of taxpayers compliance*. August 2019. <https://doi.org/10.1108/JFC-03-2020-0045>
- Zuraya, N. (2019). *Kepatuhan Pengusaha UMKM Membayar Pajak Rendah*. *Www.Republika.Co.Id*. <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/06/27/pazc5i383-kepatuhanpengusaha-umkm-membayar-pajak-rendah>