

PENGARUH PEMAHAMAN WAJIB PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK, PENERAPAN E-FILLING, DAN SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PRIBADI KPP PRATAMA CIMANGGIS

Henni Rahayu Handayani¹, Tri Devi Setianingrum²
Universitas Pamulang, Indonesia
dosen00960@unpam.ac.id¹, devicunong123@gmail.com²

Submitted: 28th April 2022/ **Edited:** 20th June 2022/ **Issued:** 01st July 2022

Cited on: Handayani, H. R., & Setianingrum, T. D. (2022). PENGARUH PEMAHAMAN WAJIB PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK, PENERAPAN E-FILLING, DAN SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PRIBADI KPP PRATAMA CIMANGGIS. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 801-809.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of taxpayer understanding, taxpayer awareness, application of e-filling, and tax socialization on individual taxpayer compliance at KPP Pratama Cimanggis. This research is causal comparative by using a quantitative approach. The population in this study are individual taxpayers registered at KPP Pratama Cimanggis. Sampling using simple random sampling technique with a total sample of 100 respondents. Methods of collecting data with a questionnaire. Data were taken in April 2021. Data were analyzed using descriptive statistics, prerequisite test, multiple regression analysis. The results of this study indicate that the understanding of taxpayers does not have a positive and significant effect on individual taxpayer compliance at KPP Pratama Cimanggis. Taxpayer awareness has no positive and significant effect on individual taxpayer compliance at KPP Pratama Cimanggis. The application of E-filling has no positive and significant effect on individual taxpayer compliance at KPP Pratama Cimanggis. Tax socialization has a positive and significant effect on individual taxpayer compliance at KPP Prtama Cimanggis. Understanding of Taxpayers, Taxpayer Awareness, Implementation of E-filling, and Taxation Socialization have a positive and significant effect together.

Keywords: Taxpayer Understanding, Awareness, E-filling, Socialization

PENDAHULUAN

Salah satu sumber pendapatan negara adalah penerimaan pajak. Pajak digunakan oleh pemerintah untuk pembiayaan pembangunannasional. Manfaat yang dirasakan dari pajak adalah fasilitas pendidikan, fasilitas transportasi, fasilitas kesehatan, dan prasarana umum. Pajak bisa diperoleh dari kontribusi masyarakat (wajib pajak) dengan digunakannya sistem *self assesment*. Sistem self assesment adalah sistem reformasi yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal. Tingginya kepatuhan wajib pajak orang pribadi terjadi di berbagai daerah di Indonesia, tidak terkecuali di Kota Depok

hususnya Cimanggis. Menurut data dari KPP Cimanggis, jumlah wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Cimanggis dari tahun 2017 hingga 2019 yang menggambarkan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Cimanggis, adalah tahun 2017 sebanyak 291.488, tahun 2018 sebanyak 310.230, tahun 2019 sebanyak 331.705. Pajak mempunyai peran penting untuk perekonomian Indonesia karena pajak merupakan sumber utama bagi Negara Indonesia untuk mendanai Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Faktor yang bisa digunakan dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak adalah dengan cara mensosialisasikan peraturan pajak melalui penyuluhan, seruan moral baik dengan media billboard, baliho, maupun membuka situs peraturan pajak yang bisa diakses oleh Wajib Pajak.

Salah satu sebab belum optimalnya penerimaan perpajakan di Indonesia adalah rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak. Pajak dapat dikontribusi masyarakat (Wajib Pajak) dengan menggunakan sistem self assessment. Sistem self assessment merupakan sebuah revormasi yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak. Sistem ini menggantikan sistem official assessment yang berlaku sebelumnya. Sistem self assessment adalah sistem dimana Wajib Pajak diberi kepercayaan untuk menghitung dan melaporkan sendiri pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. Sedangkan petugas pajak sendiri bertugas untuk mengawasinya. Hal itu berarti berhasil atau tidaknya sistem ini sangat ditentukan oleh kepatuhan sukarela para Wajib Pajak dan pengawas yang optimal dari aparat pajak sendiri. Sistem ini sangat bergantung pada kesadaran Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya masih banyak Wajib Pajak yang tidak patuh untuk melaporkan dan membayar pajak.

Elektronik Filling atau E-Filling adalah salah satu cara penyampaian SPT Tahunan yang bisa dipilih setiap wajib pajak orang pribadi. E- Filling dilakukan secara online dan real time dengan mengakses laman resmi Direktorat Jenderal Pajak atau lewat Penyedia Jasa Aplikasi Perpajakan (PJAP) dengan memasukkan Elektronik Filling Identification Number atau EFIN. Di masa pandemi, E-Filling banyak dipilih dengan alasan kesehatan, yaitu untuk meminimalisir kontak fisik dengan banyak orang. Alasan mengapa peneliti mau melakukan sebuah penelitian di KPP Pratama Cimanggis karena kebanyakan WPOP disana adalah wiraswasta yang kurang paham tentang kepatuhan wajib pajak. Dalam melakukan kepatuhan WPOP membutuhkan pemahaman,

kesadaran, serta sosialisasi perpajakan untuk mendukung penerapan e-filling dimasa pandemi karna semua sudah serba online.

Solusi dari permasalahan diatas seharusnya pemerintah lebih meningkatkan lagi sosialisasi perpajakan di masa pandemi ini, karena membayar pajak sudah menjadi kewajiban wajib pajak meskipun semua sudah serba online tidak menjadikan alasan Wajib Pajak tidak menjalankan kewajibannya untuk membayar pajak. Dari sosialisasi-sosialisasi yang dilakukan pemerintah diharapkan bisa menjadikan wajib pajak lebih mengerti, paham, dan sadar akan perpajakan sehingga kepatuhan wajib pajak akan meningkat.

Beberapa penelitian terdahulu membahas tentang perilaku-perilaku dalam perpajakan yang mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak, dalam penelitian sebelumnya ditemukan beberapa variabel yang sesuai seperti Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Penerapan E-filling, dan Sosialisasi Perpajakan. Hasil penelitian penelitian Johanes Herbert (2017) dalam Pemahaman Wajib Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, yang dilakukan. Tegoeh Boedino dkk (2018) mengenai Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behavior (TPB) dijelaskan bahwa perilaku individu timbul karena adanya niat untuk berperilaku. Behavioral Beliefs, Normative Beliefs, Control Beliefs sebagai tiga faktor yang menentukan seseorang untuk berperilaku. Setelah terdapat tiga faktor tersebut, maka seseorang akan memasuki tahap intention, kemudian tahap terakhir adalah behavior. Tahap invention merupakan tahap dimana seseorang memiliki maksud atau niat untuk berperilaku, sedangkan behavior adalah tahap seseorang berperilaku. Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Penerapan E- Filling dapat menjadi faktor yang menentukan perilaku patuh pajak. Setelah adanya sosialisasi dari petugas pajak, maka wajib pajak akan memiliki kesadaran untuk membayar pajak kemudian dimotivasi lagi oleh norma subjektif dan sanksi yang diterapkan, maka dapat membuat Wajib Pajak semakin patuh membayar pajak.

Theory of Planned Behavior (TPB) berkaitan dengan Pemahaman Wajib Pajak dimana menurut Pravitasari dkk (2012) dalam (Primasari, 2016) Pemahaman Wajib Pajak adalah pemahaman konsep tentang undang- undang perpajakan. Tidak jauh berbeda Handayani dkk (2012) dalam Primasari (2016) juga menyatakan bahwa pengetahuan dan pemahaman didalam penelitiannya adalah terkait dengan peraturan perpajakan (syarat- syarat) terkait pembayaran pajak. Menurut Handayani dkk (2012) dalam Primasari (2016) pemahaman dan pengetahuan tentang peraturan perpajakan akan meningkatkan kemauan Wajib Pajak untuk membayar pajak. Menurut Depdikbud (1944:74) dalam (Siska Aprilia dkk, 2020), pemahaman adalah suatu proses, cara memahami, cara mempelajari secara baik supaya paham dan berpengetahuan banyak. Sedangkan Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai perundang- undangan perpajakan (Mardiasmo, 2009:7) dalam (Siska Aprilia dkk, 2020).

Theory of Planned Behavior (TPB) berkaitan dengan Kesadaran Wajib Pajak dimana menurut Handayani dkk (2012) dalam (Primasari, 2016) kesadaran merupakan unsur dalam manusia dalam memahami realitas dan bagaimana bertindak atau menyikapi terhadap realitas. Kesadaran perpajakan adalah kerelaan memenuhi kewajibannya, termasuk memberi kontribusi dana untuk pelaksanaan fungsi pemerintah dengan cara membayar kewajiban pajaknya. Kesadaran perpajakan adalah sikap sadar terhadap fungsi pajak, berupa korelasi komponen kognitif, yang berinteraksi dalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap makna dan fungsi pajak. Kesadaran perpajakan berkonsekuensi logis untuk Wajib Pajak, yaitu kerelaan Wajib Pajak memberikan kontribusi dana untuk pelaksanaan fungsi perpajakan, dengan cara membayar kewajiban perpajakannya secara tepat waktu dan tepat jumlah. Kesadaran perpajakan yang dijelaskan oleh Irianto (2005:36) dalam Anis Syamsu Rizal (2019) bahwa “kesadaran membayar pajak tidak berkembang baik di masyarakat karena adanya perbedaan kepentingan, kepentingan dari wajib pajak dan kepentingan dari pemerintah dalam melaksanakan perpajakannya”. Dari penjelasan tersebut, kesadaran perpajakan pada masyarakat belum berkembang dengan baik, kemungkinan ada faktor lain yang menyebabkan hal tersebut.

Theory of Planned Behavior (TPB) berkaitan dengan Penerapan E-filling dimana

E- filling adalah cara penyampaian SPT atau pemberitahuan perpanjangan SPT tahunan yang dilakukan secara online dan realtime melalui website e-filling pajak DJP Online atau aplikasi yang disediakan ASP (Application Service Provider atau Penyedia Jasa Aplikasi) pajak. E- filling menurut Direktorat Jendral Pajak Nomor 47/PJ/2008 pasal 1 ayat 7 adalah suatu cara menyampaikan SPT dan penyampaian pemberitahuan perpanjangan SPT tahunan secara elektronik yang dilakukan secara online dan realtime melalui jasa aplikasi.

E-filling merupakan program modernisasi yang dirancang untuk memanfaatkan IT secara maksimal. Menurut PER-01/PJ/2014, e-filling adalah suatu cara penyampaian SPT Tahunan secara elektronik yang dilakukan secara online dan real time melalui internet pada website Direktorat Jenderal Pajak (www.pajak.go.id) atau Penyedia Jasa Aplikasi atau Application Services Provider (ASP). Theory of Planned Behavior (TPB) berkaitan dengan Sosialisasi Perpajakan dimana Sosialisasi Perpajakan berarti suatu upaya yang dilakukan untuk memberikan informasi mengenai perpajakan yang bertujuan agar seseorang ataupun kelompok paham tentang perpajakan sehingga Kepatuhan Wajib Pajak akan meningkat. Jika wajib pajak diberikan pemahaman yang baik dan benar melalui sosialisasi, maka wajib pajak akan memiliki pengetahuan tentang pentingnya membayar pajak. Sosialisasi pajak yang intensif dapat meningkatkan pengetahuan calon wajib pajak mengenai semua hal yang berkaitan dengan perpajakan. Semakin tinggi intensitas sosialisasi perpajakan yang dilakukan, maka akan semakin tinggi tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Dengan adanya sosialisasi pajak berarti wajib pajak akan lebih mengetahui mengenai arti pentingnya membayar pajak sehingga pengetahuan Wajib Pajak orang pribadi akan bertambah serta dapat melaksanakan kewajiban dan hak perpajakannya. Dengan demikian, Sosialisasi Perpajakan sangat berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

Theory of Planned Behavior (TPB) berkaitan dengan Kepatuhan Wajib Pajak dimana Kepatuhan merupakan kepatuhan wajib pajak terhadap peraturan atau undang-undang perpajakan (Arum dan Zulaikah, 2012) dalam Hermawan, 2018. Dalam Kamus Besar Indonesia, “Kepatuhan adalah tunduk atau patuh terhadap sjsrsn stsu peraturan”. Kepatuhan perpajakan bisa diartikan ketaatan, tunduk, dan patuh pada ajaran serta melaksanakan ketntuan perpajakan. Wajib pajak yang patuh adalah Wajib Pajak yang

mematuhi dan menjalankan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan (Wiwit Irawati dan Arum Kumalasari, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cimanggis Depok pada tahun 2020. Yang beralamat Jl. Pemuda No.40, Depok, Kec. Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat 16431. Jenis penelitian ini adalah penelitian berdasarkan dengan variabel deskriptif dimana desain penelitian adalah penjelasan mengenai berbagai komponen yang akan digunakan peneliti serta kegiatan yang akan dilakukan selama proses penelitian. Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Penerapan E-filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi tahun 2019. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda yang diuji dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Persaman regresi yang dirumuskan berdasarkan hipotesis yang telah dibuat adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1. X_1 + b_2. X_2 + b_3. X_3 + b_4. X_4$$

Keterangan :

Y = Kepatuhan Wajib Pajak X1 = Pemahaman Wajib Pajak X2 = Kesadaran Wajib Pajak X3 = Penerapan E-Filling

X4 = Sosialisasi Perpajakan a = Nilai Konstanta

b1 = Koefisien regresi pemahaman wajib pajak

b2 = Koefisien kesadaran wajib pajak

b3 = Koefisien penerapan e-filling

b4= Koefisien sosialisasi perpajakan

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data yang telah terkumpul kemudian dilakukan deskriptif variabel dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Data yang digunakan oleh peneliti diperoleh dari angket/ kuesioner yang sudah disebar oleh peneliti. Berikut tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang diteliti oleh peneliti yaitu Pengaruh

Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Penerapan E-Filling, Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Berdasarkan analisis regresi berganda, nilai konstanta sebesar 2,281 serta koefisien regresi Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Penerapan E-Filling, dan Sosialisasi Perpajakan masing-masing sebesar 0,162; 0,213; -0,039; 0,446 sehingga hasil tersebut bisa dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,281 + 0,162X_1 + 0,213X_2 + (-0,039X_3) + 0,446X_4 = 1,466$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diketahui bahwa : Nilai konstanta sebesar 2,281, artinya jika variabel independen (bebas) yaitu Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Penerapan E-Filling, dan Sosialisasi Perpajakan konstan, maka nilai variabel dependen (terikat) yaitu Kepatuhan Wajib Pajak akan sebesar 2,281. Nilai koefisien regresi dari Pemahaman Wajib Pajak sebesar 0,162 artinya jika terjadi kenaikan satu satuan pada Pemahaman Wajib Pajak maka nilai dari Kepatuhan Wajib Pajak akan naik sebesar 0,162. Nilai koefisien regresi dari Kesadaran Wajib Pajak sebesar 0,213 artinya jika terjadi kenaikan satu satuan pada Kesadaran Wajib Pajak maka nilai dari Kepatuhan Wajib Pajak akan naik sebesar 0,213. Nilai koefisien regresi dari Penerapan E-Filling sebesar -0,039 artinya jika terjadi peningkatan satu satuan pada Penerapan E-Filling maka nilai dari Kepatuhan Wajib Pajak akan naik sebesar -0,039. Nilai koefisien regresi dari Sosialisasi Perpajakan sebesar 0,446 artinya jika terjadi kenaikan satu satuan pada Sosialisasi Perpajakan maka nilai dari Kepatuhan Wajib Pajak akan naik sebesar 0,446.

Berdasarkan analisis dari 100 responden di KPP Pratama Cimanggis digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini, bisa disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat Pemahaman Wajib Pajak akan semakin tinggi juga keinginan Wajib Pajak untuk menyampaikan surat pemberitahuan tepat waktu, sehingga bisa meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak. Hasil sama dengan penelitian Johaness Herbert Tene dkk (2017). Variabel Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan, artinya semakin tinggi kesadaran Wajib Pajak, maka kemauan Wajib Pajak dalam membayar pajak tinggi juga dan akan meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak. Hasil sama dengan penelitian Megahsari Seftiani Johaness Herbert Tene dkk (2017). Penerapan E-filling juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Pengaruh positif dan signifikan yang ditunjukkan oleh Penerapan E-filling mengartikan bahwa

apabila Penerapan E- filling mengalami kenaikan maka angka Kepatuhan Wajib Pajak akan mengalami kenaikan juga, begitu juga sebaliknya.

Sosialisasi Perpajakan juga berpengaruh positif dan signifikan, artinya semakin tinggi Sosialisasi Perpajakan, maka semakin tinggi juga keinginan Wajib Pajak untuk membayar pajak tepat waktu. Hasil sama dengan penelitian Tegoeh Boediono dkk (2018). Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Penerapan E-Filling, dan Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Cimanggis. Hal ini bisa dilihat dari nilai koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,162;0,213;-0,039; serta 0,446 dan *Fhitung* sebesar 22,03 lebih besar dari *Ftabel* sebesar 3,12 ($22,03 > 3,12$) pada signifikansi 5%. Nilai signifikan pada Pemahaman Wajib Pajak sebesar 0,005 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 ($0,005 < 0,05$), sedangkan pada Kesadaran Wajib Pajak, Penerapan E-Filling dan Sosialisasi Perpajakan nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Nilai konstanta sebesar 2,281 yang memperlihatkan jika Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Penerapan E-Filling, dan Sosialisasi Perpajakan dianggap konstan, maka nilai Kepatuhan Wajib Pajak akan sebesar 2,281. Hasil pengujian memperlihatkan bahwa nilai *R square* (r^2) sebesar 0,550 artinya Kepatuhan Wajib Pajak dipengaruhi oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Penerapan E-Filling, dan Sosialisasi Perpajakan sebesar 55%.

KESIMPULAN

Hasil yang ditunjukkan dari penelitian ini dan teori-teori yang digunakan dapat mendukung hasil penelitian dan memberikan pemahaman mengenai Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Penerapan E-Filling, Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Cimanggis yang berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dan menambah wawasan tentang faktor- faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak seperti kesadaran, pengetahuan dan sanksi perpajakan dan hendaknya menjadi bahan evaluasi bagi wajib pajak agar lebih meningkatkan kepatuhan dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar lebih ditingkatkannya sosialisasi, transparansi, edukasi

bagi wajib pajak oleh KPP Pratama Cimanggis dan bagi peneliti selanjutnya dapat menambah variabel seperti umur, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi/ perorangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, Siska dkk. 2020. Pengaruh Sosialisasi dan Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Universitas Pamulang.
- Hermawan, N. K. (2018). Pengaruh Tingkat Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak . *Journal of Islamic Accounting and Tax* , 37-48.
- Irawati, Wiwit., Kumala Sari, Arum. 2019. Pengaruh Persepsi Wajib Pajak dan Preferensi Risiko Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Barelang*, Universitas Pamulang.
- Johanes Herbert Tene, J. J. (2017). P. Engaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Pajak, Sanksi Perpajakan Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak ISSN 2303-1174 J.H.Tene., J.J.Sondakh., J.D.L. Warongan. *Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Pajak*, 443-453.
- Primasari, N.H (2016). Faktor faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan pekerjaan bebas. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan FE Universitas Budi Luhur*, 180-199.
- Syamsu Rizal, Anis. 2019. Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor dan Sistem Samsat Drive Thru terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang* Vol. 7 No. 1. Januari 2019.
- Tegoeh Boediono, R. S. (2018). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 22-38.