

ABSTRAK

HUBUNGAN PERSEPSI SOSIALISASI PAJAK, PERSEPSI KESADARAN
WAJIB PAJAK, PERSEPSI PEMAHAMAN WAJIB PAJAK, DENGAN
PERSEPSI KEPATUHAN WAJIB PAJAK USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM)
Studi Kasus di Sentra Kerajinan Batik Giriloyo

Irene Natalia Kristiani
NIM : 152114086
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui derajat keeratan kekuatan hubungan, tingkat signifikansi hubungan dan arah hubungan antara persepsi sosialisasi pajak, persepsi kesadaran Wajib Pajak, persepsi pemahaman Wajib Pajak dengan persepsi kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Sentra Kerajinan Batik Giriloyo.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel total. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada pemilik usaha batik. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *Spearman Rank*.

Hasil dalam penelitian ini adalah (1) Persepsi sosialisasi pajak dan persepsi kepatuhan Wajib Pajak UMKM memiliki hubungan yang kuat dan arah positif. Hal itu ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,791 angka tersebut berada pada rentang 0,60 sampai dengan 0,799. Hubungan kedua variabel juga signifikan yang ditunjukkan dengan hasil *Sig. (2-tailed)* 0,002. (2) Persepsi kesadaran Wajib Pajak dan persepsi kepatuhan Wajib Pajak UMKM memiliki hubungan yang cukup dan arah positif. Hal itu ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,578 angka tersebut berada pada rentang 0,40 sampai dengan 0,599. Hubungan kedua variabel juga signifikan yang ditunjukkan dengan hasil *Sig. (2-tailed)* 0,049. (3) Persepsi pemahaman Wajib Pajak dan persepsi kepatuhan Wajib Pajak UMKM memiliki hubungan yang kuat dan arah positif. Hal itu ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,645 angka tersebut berada pada rentang 0,60 sampai dengan 0,799. Hubungan kedua variabel juga signifikan yang ditunjukkan dengan hasil *Sig. (2-tailed)* 0,023.

Kata Kunci: persepsi sosialisasi pajak, persepsi kesadaran Wajib Pajak, persepsi pemahaman Wajib Pajak, persepsi kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

ABSTRACT

RELATION OF TAX SOCIALIZATION PERCEPTION, AWARENESS OF
TAXPAYER PERCEPTION, UNDERSTANDING OF TAXPAYER
PERCEPTION, WITH MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE
TAXPAYER COMPLIANCE PERCEPTION
A Case Study on Sentra Kerajinan Batik Giriloyo

Irene Natalia Kristiani
NIM : 152114086
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2019

This research aimed to find out the degree of closeness of the relationship, the level of significance of the relationship and the direction of the relationship between tax socialization perception, awareness of taxpayer perception, understanding of taxpayer perception, with micro small and medium enterprise taxpayer compliance perception at *Sentra Kerajinan Batik Giriloyo*.

This research was a case study. The sampling technique was done using total sampling. The technique of data collection was done by distributing questionnaires directly to batik business owners. The data analysis used Rank Spearman correlation test.

The results of this research were (1) Tax socialization perception and micro small and medium enterprise taxpayer compliance perception has a strong and positive direction. This is indicated by the correlation coefficient of 0.791, which is in the range of 0.60 to 0.799. The relationship between the two variables is also significant as indicated by the results of Sig. (2-tailed) 0.002. (2) Awareness of taxpayer perceptions and micro small and medium enterprise taxpayer compliance perception have a sufficient and positive direction. This is indicated by the correlation coefficient of 0.578, the figure is in the range of 0.40 to 0.599. The relationship between the two variables is also significant as indicated by the results of Sig. (2-tailed) 0.049. (3) Understanding of taxpayer perception and micro small and medium enterprise taxpayer compliance perception has a strong and positive direction. This is indicated by the correlation coefficient value of 0.645, the figure is in the range of 0.60 to 0.799. The relationship between the two variables is also significant as indicated by the results of Sig. (2-tailed) 0.023.

Keywords: tax socialization perception, awareness of taxpayer perception, understanding of taxpayer perception, with micro small and medium enterprise taxpayer compliance perception.