

Faktor-faktor yang Memengaruhi Niat Kepatuhan Pajak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Batam

Annisa Marscelia Putri¹, Anjelina²

annisamstudentspolibatam@gmail.com¹, anjelina@polibatam.ac.id²

Akuntansi Manajerial ¹, Akuntansi Manajerial ²,

Politeknik Negeri Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat kepatuhan pajak UMKM di Kota Batam dengan menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* yang diperluas dengan penambahan variabel patriotisme. Terdapat empat variabel independen dalam penelitian ini, yaitu Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Patriotisme, dan satu variabel dependen, yaitu Niat Kepatuhan Pajak. Seluruh variabel diukur menggunakan kuesioner dengan skala *Likert* 1-5. Sampel penelitian berjumlah 218 responden wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang kuliner di Kota Batam, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sikap dan Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Kepatuhan Pajak, dengan Persepsi Kontrol Perilaku sebagai variabel paling dominan. Sedangkan, Norma Subjektif dan Patriotisme berpengaruh positif namun tidak signifikan.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Patriotisme, Niat Kepatuhan Pajak.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing the tax compliance intentions of MSMEs in Batam City using the Theory of Planned Behavior framework, expanded to include the variable of patriotism. There are four independent variables in this study, namely Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, and Patriotism, and one dependent variable, namely Tax Compliance Intention. All variables were measured using a questionnaire with a 1–5 Likert scale. The study sample consisted of 218 individual taxpayers who own MSMEs in the culinary sector in Batam City, selected using purposive sampling. This study used a quantitative method with a Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using the SmartPLS 4.0 software. The findings show a positive and significant effect from Attitude and Perceived Behavioral Control on Tax Compliance Intention, with Perceived Behavioral Control being the most dominant variable. Meanwhile, Subjective Norm and Patriotism have a positive but insignificant effect.

Keywords: Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Patriotsim, Tax Compliance Intentions.

1. Pendahuluan

Penerimaan pajak merupakan sumber utama pendanaan pembangunan nasional dan penyediaan layanan publik, seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan perlindungan sosial. Tingkat kepatuhan pajak yang tinggi di kalangan wajib pajak akan meningkatkan penerimaan pajak, karena jumlah wajib pajak potensial akan terus bertambah (Adiningrat, 2023). Oleh karena itu, kepatuhan perpajakan merupakan faktor kunci dalam mendukung keberlanjutan penerimaan negara dan pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Hal tersebut terlihat jelas dari rasio penerimaan pajak terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yang menunjukkan sejauh mana kontribusi penerimaan pajak dalam mendukung aktivitas ekonomi nasional.

Menurut perbandingan dengan negara tetangga di kawasan Asia Pasifik, rasio penerimaan pajak terhadap PDB Indonesia masih berada pada tingkat yang relatif rendah. Berdasarkan data OECD (2025), rasio penerimaan pajak Indonesia hanya sebesar 12%, jauh di bawah Thailand (17,1%) dan Filipina (17,9%). Selama periode 2020–2024, rasio pajak Indonesia juga berfluktuasi dan cenderung menurun dari 10,4% pada 2022 menjadi hanya 10,08% pada 2024, angka yang relatif rendah dari rasio ideal 15%–17% (Nurwanah *et al.*, 2018). Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat potensi penerimaan pajak yang belum tergali secara optimal.

Salah satu sektor yang berpotensi besar namun belum optimal kontribusinya adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sebanyak 65,5 juta unit usaha UMKM tercatat ada di Indonesia pada tahun 2025, dengan kontribusi sebesar 61,9% terhadap PDB yang diberikan, serta menyerap lebih dari 119 juta tenaga kerja atau sekitar 97% tenaga kerja nasional. Kontribusi UMKM terhadap PDB cukup besar, tetapi tingkat kepatuhan pajak UMKM relatif rendah dengan kontribusi sekitar 6,54% dari jumlah pemilik usaha atau hanya sekitar 4,2 juta unit usaha (Tsaqif *et al.*, 2024).

Pemerintah telah menerbitkan berbagai kebijakan untuk mendorong kepatuhan pajak UMKM, salah satunya Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 yang membebaskan wajib pajak UMKM dengan peredaran bruto hingga Rp500.000.000 per tahun dari PPh final 0,5% (Peraturan Pemerintah No. 55, 2022). Kebijakan ini dimaksudkan sebagai bentuk dukungan pemerintah terhadap sektor UMKM dari sisi sistem perpajakan (Sibarani & Rosid, 2024).

Kota Batam adalah salah satu wilayah dengan jumlah pemilik UMKM yang signifikan karena posisi strategisnya yang menjadikannya sebagai pusat yang dinamis untuk pertumbuhan UMKM. Pada tahun 2024, terdapat 7.741 wajib pajak UMKM yang berasal dari berbagai jenis sektor

dengan tingkat kepatuhan relatif tinggi dan stabil, berkisar antara 82% hingga 84% sepanjang 2020–2024. Dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1 Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Batam Tahun 2020-2024

Tahun	WP UMKM Terdaftar	WP UMKM Wajib Lapo SPT Tahunan	WP UMKM Lapo SPT Tahunan	Persentase Kepatuhan
2020	12.383	12.383	10.140	81,89%
2021	8.780	8.780	7.302	83,17%
2022	9.266	9.266	7.553	81,51%
2023	7.782	7.782	6.388	82,09%
2024	7.741	7.741	6.272	83,95%

Sumber: Kantor Wilayah DJP Kepulauan Riau (2025)

Berdasarkan tabel 1, tingkat kepatuhan formal (administratif) UMKM di Kota Batam tergolong tinggi dengan persentase pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan berkisar antara 82%–84% selama periode 2020–2024. Namun, tingginya kepatuhan formal ini belum tentu mencerminkan kepatuhan substantif (Lutfillah & Setiyawati, 2020), karena wajib pajak cenderung memenuhi kewajiban formal untuk menghindari sanksi, sementara pelaporan penghasilan tetap lebih rendah dari kondisi sebenarnya (Alm, 2018). Indikasi adanya kesenjangan ini diperkuat oleh fakta bahwa kontribusi nominal pajak dari sektor UMKM terhadap total penerimaan pajak saat ini masih dinilai belum optimal, karena hanya berkontribusi sebesar 0,5% dari total penerimaan pajak (Tsaqif *et al.*, 2024).

Kesenjangan antara kepatuhan formal dan substantif tersebut mengindikasikan bahwa niat kepatuhan pajak wajib pajak pemilik UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor perilaku, sosial, dan psikologis. *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa niat berperilaku dibentuk oleh tiga faktor utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Ketiga faktor utama tersebut berperan sebagai determinan psikologis yang membentuk niat seseorang sebelum tindakan aktual dilakukan.

Selain ketiga faktor tersebut, penelitian Bani-Khalid *et al.*,(2022) di Yordania menambahkan variabel patriotisme sebagai faktor yang turut memperkuat niat kepatuhan pajak dan menemukan bahwa sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan patriotisme berpengaruh signifikan terhadap niat kepatuhan pajak penjualan pemilik usaha kecil dan menengah (UKM). Variabel patriotisme ini masih jarang diteliti di Indonesia, di mana penelitian serupa hanya menggunakan tiga variabel utama TPB, yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku dalam menganalisis niat kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian Mahariffyan & Oktaviani (2021) dan

Widijoko & Rahman (2022) menyatakan bahwa sikap dan norma subjektif berpengaruh terhadap niat wajib pajak, sedangkan penelitian Mahendra dan Oktaviani (2022) hanya menemukan variabel sikap memiliki pengaruh langsung terhadap niat wajib pajak.

Perbedaan hasil penelitian dan keterbatasan penggunaan variabel patriotisme dalam penelitian Indonesia menunjukkan adanya persoalan yang perlu dikaji lebih lanjut, yaitu apakah sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan patriotisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak UMKM di Kota Batam, sebagai upaya mereplikasi dan menguji kembali konsistensi dan relevansi model TPB yang telah dikembangkan oleh Bani-Khalid *et al.*, (2022) dalam konteks sosial-ekonomi dan kebijakan perpajakan Indonesia.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat kepatuhan pajak UMKM di Kota Batam berdasarkan TPB dengan penambahan variabel patriotisme. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan literatur TPB melalui penambahan variabel patriotisme, sekaligus menjadi referensi untuk pemerintah dalam merancang kebijakan yang lebih efektif guna meningkatkan kepatuhan perpajakan di sektor UMKM dengan mempertimbangkan aspek psikologis dan nilai-nilai patriotisme.

2. Kajian Literatur dan Pengembangan Hipotesis

2.1. Kajian Literatur

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan Ajzen (1991) digunakan sebagai *grand theory* dalam penelitian ini. TPB menyatakan bahwa perilaku setiap individu ditentukan oleh niat (*intention*) yang dibentuk oleh tiga faktor determinan, yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Widijoko & Rahman, 2022). Sikap didefinisikan sebagai penilaian individu terhadap menguntungkan atau tidaknya suatu perilaku. Norma subjektif mencerminkan tekanan sosial dari pihak yang dianggap penting atau berpengaruh. Sedangkan, persepsi kontrol perilaku merujuk pada tingkat keyakinan individu bahwa dirinya memiliki kesanggupan serta sumber daya yang memadai untuk mewujudkan suatu perilaku tertentu (Saesar Anugrah & Fitriandi, 2022). Ketiga faktor ini menjadikan TPB relevan untuk menjelaskan niat kepatuhan pajak UMKM secara sistematis dan empiris.

Penelitian ini juga menggunakan *Social Identity Theory* (SIT) dikemukakan oleh Tajfel (1974) untuk menjelaskan variabel patriotisme. Teori identitas sosial menjelaskan bahwa individu membentuk identitasnya dari keanggotaan dalam kelompok sosial dan cenderung berperilaku

sesuai norma kelompok demi menjaga citra diri yang positif (Wardani & Rosita, 2022). Dalam konteks teori ini, patriotisme didefinisikan sebagai rasa cinta dan keterikatan emosional terhadap tanah air yang termanifestasi dalam bentuk kepatuhan terhadap peraturan negara, termasuk kewajiban pajak (Putra, 2018). Dengan demikian, wajib pajak yang memiliki identitas nasional kuat cenderung menganggap membayar pajak dipandang sebagai wujud kontribusi terhadap kelompok sosialnya (Nazaruddin, 2019).

Berbagai penelitian terdahulu secara konsisten menemukan bahwa sikap dan norma subjektif berdampak positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak, sebagaimana ditemukan oleh Bani-Khalid *et al.*, (2022), Mahariffyan dan Oktaviani (2021), Kiconco *et al.*, (2019), dan Sudiartana dan Mendra (2018), yang menegaskan bahwa niat wajib pajak tidak semata bersifat individual, tetapi juga dibentuk oleh tekanan dan dukungan sosial di lingkungan usaha. Hasil penelitian mengenai persepsi kontrol perilaku menunjukkan hasil yang bervariasi. Bani-Khalid *et al.*, (2022) menemukan pengaruh positif dan signifikan, sementara Mahariffyan dan Oktaviani (2021) menemukan variabel ini tidak berpengaruh terhadap niat wajib pajak UMKM. Selain itu, variabel patriotisme juga terbukti berpengaruh terhadap niat kepatuhan pajak, di mana Bani-Khalid *et al.*, (2022) menemukan adanya hubungan positif antara patriotisme dan niat kepatuhan pajak penjualan di kalangan UKM Yordania, diperkuat oleh Alshira'h *et al.*, (2021) yang menunjukkan kepatuhan pajak penjualan meningkat seiring meningkatnya rasa patriotisme, serta Alshira'h dan Abdul-Jabbar (2020) yang membuktikan patriotisme berperan signifikan sebagai variabel moderasi. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian dan menjadi celah penelitian yang relevan untuk dikaji lebih lanjut.

2.2. Pengembangan Hipotesis

Sikap mencerminkan evaluasi individu terhadap menguntungkan atau tidaknya suatu perilaku. Menurut TPB, sikap yang positif terhadap suatu perilaku tertentu akan memperkuat niat individu untuk melakukannya (Ajzen, 1991). Hal ini didukung oleh temuan Mahariffyan dan Oktaviani (2021), Widijoko dan Rahman (2022), serta Mahendra dan Oktaviani (2022) yang menunjukkan sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan wajib pajak. Ketika wajib pajak meyakini bahwa pajak adalah kontribusi penting bagi pembangunan dan kesejahteraan yang manfaatnya turut mereka rasakan, mereka akan memiliki niat yang lebih kuat untuk mematuhi. Dengan demikian, diajukan hipotesis berikut:

H1: Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak di kalangan UMKM Kota Batam

Norma subjektif merupakan persepsi atau pandangan individu tentang perilaku orang lain. Menurut TPB, norma subjektif menggambarkan adanya dorongan atau tekanan yang bersumber dari lingkungan sosial, yang dapat mendorong individu untuk menampilkan maupun menghindari suatu perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Di lingkungan UMKM, norma subjektif terbentuk dari pandangan keluarga, rekan bisnis, asosiasi pengusaha, dan masyarakat sekitar mengenai pentingnya membayar pajak, yang kemudian berperan dalam membentuk niat kepatuhan pajak (Widijoko & Rahman, 2022). Hal tersebut didukung oleh penelitian temuan Mahendra & Oktaviani (2022), Saputra (2019), Sudiartana & Mendra (2018) yang menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat kepatuhan pajak. Wajib pajak berasumsi ketika lingkungan sosial mendukung dan menganggap kepatuhan pajak itu penting, maka wajib pajak akan memiliki niat yang lebih kuat untuk mematuhi kewajiban perpajakannya. Dengan demikian, diajukan hipotesis berikut:

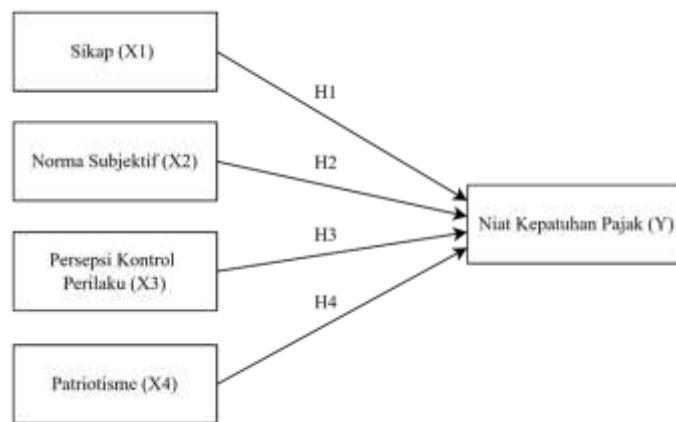
H2: Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak di kalangan UMKM Kota Batam

Persepsi kontrol perilaku adalah persepsi individu terhadap kendali atas perilaku mereka. Menurut TPB, persepsi kontrol perilaku merupakan sejauh mana wajib pajak merasa memiliki pengetahuan, kemampuan, dan sumber daya untuk memenuhi kewajiban perpajakannya (Ajzen, 2005). Dalam konteks perpajakan, persepsi ini berkaitan dengan sejauh mana wajib pajak merasa memiliki pengetahuan tentang peraturan perpajakan, kemampuan menghitung dan melaporkan pajak, serta ketersediaan sumber daya untuk memenuhi kewajibannya. Hal ini didukung oleh penelitian Bani-Khalid *et al.*, (2022) dan Saputra (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kepatuhan pajak. Wajib pajak berasumsi jika merasa memiliki pengetahuan, kemampuan, dan sumber daya memadai akan lebih percaya diri dan memiliki niat yang lebih kuat untuk patuh, sebaliknya keterbatasan kemampuan tersebut dapat melemahkan niat kepatuhan meskipun sikap wajib pajak terhadap pajak positif. Dengan demikian, diajukan hipotesis berikut:

H3: Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak di kalangan UMKM Kota Batam

Patriotisme mencerminkan sebagai identitas sosial nasional mendorong individu untuk berkontribusi melalui pajak sebagai wujud cinta tanah air, loyalitas dan kesetiaan. Berdasarkan *social identity theory*, patriotisme muncul karena individu melihat dirinya sebagai bagian dari suatu kelompok, misalnya bangsa atau komunitas lokal (Tajfel & Turner, 1986). Hal tersebut sejalan dengan temuan Bani-Khalid *et al.*, (2022) yang membuktikan patriotisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak, serta Alshira'h *et al.*, (2021) yang menemukan bahwa kepatuhan pajak meningkat seiring meningkatnya rasa patriotisme. Wajib pajak dengan rasa patriotisme tinggi memandang pajak bukan hanya kewajiban hukum, melainkan bentuk kontribusi nyata dalam pembangunan dan kesejahteraan negara serta sebagai wujud partisipasi aktif dalam mendukung pembiayaan negara dan keberlangsungan program-program publik. Menurut perspektif wajib pajak, dengan memenuhi kewajiban pajak tersebut menjadi bukti keyakinan, kebanggaan, dedikasi, komitmen, dan kepedulian mereka terhadap negara (Betu & Baso, 2023). Dengan demikian, diajukan hipotesis berikut:

H4: Patriotisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak di kalangan UMKM Kota Batam



Gambar 1. Model Penelitian
Sumber: Data diolah peneliti (2026)

3. Metode Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian adalah wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang kuliner di Kota Batam. Berdasarkan data Kanwil DJP Kepulauan Riau, terdapat 7.741 wajib pajak UMKM di Kota Batam yang terdiri atas wajib pajak orang pribadi dan wajib pajak badan dari

seluruh sektor usaha. Namun, penelitian ini secara khusus memfokuskan objek pada UMKM sektor kuliner dengan populasi sebanyak 503 pemilik usaha kuliner berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Batam. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Krejcie dan Morgan (1970) sebanyak 218 responden, yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu (1) merupakan wajib pajak orang pribadi yang menjalankan kegiatan usaha secara aktif, (2) merupakan pelaku UMKM dan memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), dan (3) pernah melakukan pelaporan dan/atau pembayaran pajak sekurang-kurangnya satu kali dalam periode 2020–2025.

Penelitian ini melibatkan lima variabel, yaitu sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan patriotisme sebagai variabel independen, dan niat kepatuhan pajak sebagai variabel dependen. Kelima variabel tersebut diukur menggunakan skala *Likert* dengan rentang 1–5, dengan instrumen kuesioner yang diadaptasi dari penelitian Bani-Khalid *et al.*, (2022). Berikut adalah tabel operasional pengukuran variabel:

Tabel 2. Operasional Variabel

Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
Sikap adalah arah positif atau negatif serta tingkat kekuatan persepsi mengenai sikap seseorang terhadap suatu objek, apakah sikap itu menguntungkan atau merugikan (Ajzen, 1991).	Penilaian atau evaluasi (positif/negatif) terhadap hasil yang diharapkan dari perilaku tersebut.	Skala <i>Likert</i> 1-5	Beck & Ajzen (1991); Bobek & Hatfield (2003)
Norma subjektif adalah keyakinan seseorang mengenai sejauh mana lingkungan sosialnya memberikan dorongan atau tekanan, sehingga memengaruhi dirinya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan tertentu (Fishbein & Ajzen, 1975).	Keyakinan mengenai pandangan orang lain yang signifikan (keluarga, teman, pasangan) apakah individu sebaiknya melakukan suatu perilaku tertentu atau tidak.	Skala <i>Likert</i> 1-5	Beck & Ajzen (1991); Bobek & Hatfield (2003)
Persepsi kontrol perilaku merupakan aspek individu yang menunjukkan sejauh mana seseorang mampu mengatur dan mengendalikan tindakannya sendiri (Ajzen, 1991).	Keyakinan mengenai kemampuan dalam mengendalikan atau menampilkan perilaku tersebut.	Skala <i>Likert</i> 1-5	Beck & Ajzen (1991)
Patriotisme dipandang sebagai rasa cinta, kebanggaan, dan keterikatan emosional terhadap tanah air, yang juga mencerminkan kesiapan individu untuk berkorban demi kepentingan bangsa (Nathanson, 1989).	Perasaan cinta khusus terhadap negara sendiri.	Skala <i>Likert</i> 1-5	MacGregor & Wilkinson (2012)
Niat kepatuhan pajak adalah kecenderungan atau dorongan dalam diri seseorang yang terbentuk dari	Keinginan, kesediaan, atau niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu	Skala <i>Likert</i> 1-5	Beck & Ajzen (1991)

berbagai faktor, sehingga membuatnya cenderung melakukan suatu tindakan tertentu (Smith & Kinsey, 1987).

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan secara langsung (*hardcopy*) maupun daring (*Google Form*). Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan aplikasi SmartPLS 4.0, dalam dua tahap evaluasi, yaitu: evaluasi model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk) dan evaluasi model struktural (R^2 , *effect size*, *predictive relevance*, dan koefisien jalur) (Hair *et al.*, 2021). Pengujian hipotesis dilakukan melalui teknik *bootstrapping* pada tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis dinyatakan diterima dan dianggap signifikan apabila jika nilai t-statistik $> 1,65$ dan *p-value* $< 0,05$.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Tabel 3. Karakteristik Responden

Kategori	Klasifikasi	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	171	78,4%
	Laki-Laki	47	21,6%
Usia	18-25	10	4,6%
	26-35	35	16,1%
	36-45	76	34,9%
	46-55	64	29,4%
	>56	33	15,1%
Pendidikan Terakhir	SD	0	0%
	SMP	9	4,1%
	SMA/SMK	135	61,9%
	Diploma (D1/D2/D3)	39	17,9%
	D4/S1	35	16,1%
Lokasi Usaha	Batam Kota	26	11,9%
	Batu Aji	63	28,9%
	Bengkong	13	6%
	Nongsa	18	8,3%
	Sungai Beduk	6	3%
	Sagulung	41	18,8%
	Batu Ampar	9	4,1%
	Lubuk Baja	3	1,4%
	Sekupang	31	14,2%
	Lainnya	8	3,7%
Jenis Usaha Kuliner	Restoran/Rumah Makan	31	14,2%
	Kafe	12	5,5%
	Warung Makan	55	25,2%

	Katering	45	20,6%
	Warung Kopi/Kedai Kopi	38	17,4%
	Toko Roti/Kue	37	17%
Lama Usaha	1-3 tahun	38	17,4%
	4-6 tahun	89	40,8%
	7-10 tahun	59	27,1%
	>10 tahun	32	14,7%
Skala Usaha	Mikro (Omzet Rp0 – Rp 300 Juta)	105	48,2%
	Kecil (Omzet Rp 300 Juta – Rp2,5 Miliar)	97	44,5%
	Menengah (Omzet Rp2,5 Miliar – Rp50 Miliar)	16	7,3%

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 3 terlihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan (78,4%), dengan rentang usia 36-45 tahun (34,9%), tingkat pendidikan terakhir didominasi oleh SMA/SMK (61,9%), dengan lokasi usaha terbanyak di Batu Aji (28,9%) dan jenis usaha Warung Makan (25,2%). Selain itu, mayoritas usaha responden telah berdiri selama 4-6 tahun (40,8%) dan tergolong dalam skala usaha Mikro (48,2%). Secara keseluruhan, karakteristik tersebut menunjukkan mayoritas responden penelitian ini adalah pemilik UMKM perempuan berusia produktif dengan pendidikan menengah, yang menjalankan usaha kuliner berskala mikro dengan pengalaman usaha yang cukup matang.

4.2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif variabel digunakan untuk mengetahui frekuensi tanggapan responden terhadap setiap pernyataan dalam instrumen penelitian dan dikategorikan berdasarkan nilai rata-rata (*mean*). Sebelum melakukan analisis deskriptif, tabel rentang nilai terlebih dahulu ditentukan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{5} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Panjang interval yang diperoleh dari perhitungan diatas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Interval Kategori *Mean* Tanggapan Responden

Interval	Kategori
1 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5	Sangat Tinggi

Berikut adalah tabel analisis deskriptif variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden

Indikator	Frekuensi Tanggapan					Mean	Kategori
	1	2	3	4	5		
SK1	13	9	35	101	60	3,85	Tinggi
SK2	5	34	35	100	44	3,66	Tinggi
SK3	14	19	72	62	51	3,54	Tinggi
SK4	21	26	52	77	42	3,43	Tinggi
SK5	37	50	37	62	32	3,01	Sedang
SK6	7	15	45	91	60	3,83	Tinggi
Rata-rata Variabel Sikap						3,55	Tinggi
NS1	16	27	52	88	35	3,45	Tinggi
NS2	22	33	52	84	27	3,28	Sedang
NS3	12	34	53	80	39	3,46	Tinggi
NS4	14	23	46	79	56	3,64	Tinggi
Rata-rata Variabel Norma Subjektif						3,46	Tinggi
PK1	10	15	33	112	48	3,79	Tinggi
PK2	3	11	37	103	64	3,98	Tinggi
PK3	16	26	67	73	36	3,40	Sedang
PK4	5	14	47	89	63	3,88	Tinggi
Rata-rata Variabel Persepsi Kontrol Perilaku						3,76	Tinggi
PA1	23	24	34	62	75	3,65	Tinggi
PA2	24	38	47	68	41	3,29	Sedang
PA3	10	21	45	71	71	3,79	Tinggi
PA4	13	18	38	74	75	3,83	Tinggi
PA5	38	32	49	56	43	3,16	Sedang
Rata-rata Variabel Patriotisme						3,54	Tinggi
NK1	5	8	43	90	72	3,99	Tinggi
NK2	4	17	39	97	61	3,89	Tinggi
NK3	2	10	53	86	67	3,94	Tinggi
Rata-rata Variabel Niat Kepatuhan Pajak						3,94	Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 5, semua variabel penelitian termasuk dalam kategori tinggi, dengan rata-rata tertinggi untuk niat kepatuhan pajak (3,94), persepsi kontrol perilaku (3,76), sikap (3,55), dan norma subjektif (3,46), dan patriotisme (3,37). Hal ini mengindikasikan bahwa niat kepatuhan pajak wajib pajak UMKM relatif tinggi, yang didorong oleh sikap dan persepsi kontrol perilaku.

4.3. Hasil Analisis Data

4.3.1. Penilaian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Convergent Validity (Validitas Konvergen)

Validitas konvergen ditentukan dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan dapat dikatakan valid jika memiliki *outer loadings* ≥ 0.70 dan nilai AVE ≥ 0.50 . Indikator dengan *outer loadings* 0,40–0,70 dapat dihapus jika dapat meningkatkan reliabilitas atau validitas konvergen konstruk,

namun dapat dipertahankan apabila tidak memberikan peningkatan berarti, selama nilai AVE dan *Composite Reliability* (CR) konstruk masih memenuhi kriteria yang disyaratkan (Hair *et al.*, 2022). Berikut adalah hasil pengujian validitas konvergen:

Tabel 6. Validitas Konvergen

Variabel	Item	<i>Outer Loadings</i>	AVE	Keterangan
X1 Sikap (SK)	SK1	0.762	0.517	Tidak Valid
	SK2	0.814		
	SK3	0.752		
	SK4	0.558		
	SK5	0.696		
	SK6	0.705		
X2 Norma Subjektif (NS)	NS1	0.701	0.567	Valid
	NS2	0.837		
	NS3	0.726		
	NS4	0.740		
X3 Persepsi Kontrol Perilaku (PK)	PK1	0.713	0.538	Valid
	PK2	0.768		
	PK3	0.728		
	PK4	0.723		
X4 Patriotisme (PA)	PA1	0.702	0.459	Tidak Valid
	PA2	0.730		
	PA3	0.698		
	PA4	0.624		
	PA5	0.626		
Y Niat Kepatuhan Pajak (NK)	NK1	0.842	0.674	Valid
	NK2	0.850		
	NK3	0.769		

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Terlihat pada tabel 6 terdapat 5 indikator yang memiliki *outer loadings* $\leq 0,70$, yaitu SK4, SK5, PA3, PA4, dan PA5. Setelah dilakukan pengujian pada tahap validitas diskriminan dan reliabilitas ditemukan bahwa variabel sikap dan patriotisme tidak memenuhi ketentuan yang disyaratkan. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk menghapus indikator SK4, PA3, dan PA4 untuk meningkatkan nilai validitas dan reliabilitas konstruk, dan mempertahankan indikator SK5 karena nilai AVE dan *Composite Reliability* (CR) konstruk telah memenuhi kriteria yang disyaratkan. Berikut adalah tabel setelah diberlakukannya penghapusan indikator:

Tabel 7. Validitas Konvergen Setelah Penghapusan Indikator

Variabel	Item	<i>Outer Loadings</i>	AVE	Keterangan
X1 Sikap (SK)	SK1	0.766	0.571	Valid
	SK2	0.836		
	SK3	0.765		
	SK5	0.698		
	SK6	0.703		

X2 Norma Subjektif (NS)	NS1	0.701	0.567	Valid
	NS2	0.837		
	NS3	0.726		
	NS4	0.740		
X3 Persepsi Kontrol Perilaku (PK)	PK1	0.713	0.538	Valid
	PK2	0.768		
	PK3	0.728		
	PK4	0.723		
X4 Patriotisme (PA)	PA1	0.802	0.637	Valid
	PA2	0.835		
	PA5	0.755		
Y Niat Kepatuhan Pajak (NK)	NK1	0.842	0.674	Valid
	NK2	0.849		
	NK3	0.770		

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 7, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur telah memenuhi syarat validitas konvergen.

Discriminant Validity (Validitas Diskriminan)

Validitas diskriminan dinilai menggunakan pendekatan *Fornell-Larcker*, yaitu membandingkan akar kuadrat AVE dengan koefisien korelasi antar variabel dan suatu konstruk dikatakan valid jika akar kuadrat AVE-nya lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain. Berikut adalah hasil pengujian *Fornell-Larcker*:

Tabel 8. Validitas Diskriminan

Variabel	SK	NS	PK	PA	NK	Keterangan
SK	0.755					Valid
NS	0.578	0.753				Valid
PK	0.705	0.582	0.733			Valid
PA	0.549	0.694	0.516	0.798		Valid
NK	0.633	0.508	0.694	0.449	0.821	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Hasil uji validitas diskriminan membuktikan bahwa nilai akar kuadrat AVE tiap konstruk lebih tinggi daripada nilai korelasi antar-konstruk dalam model, sehingga dapat dinyatakan valid dan memiliki diskriminan yang baik.

Untuk menguji konsistensi dan keandalan instrumen dapat dilihat berdasarkan nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* (CA) dapat dinyatakan reliabel dan konsisten jika memiliki nilai $\geq 0,70$ (Hair *et al.*, 2022). Berikut adalah tabel hasil dari pengujian reliabilitas:

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Composite Reliability (CR)</i>	<i>Cronbach's Alpha (CA)</i>	Keterangan
Sikap (SK)	0.869	0.812	Reliabel

Norma Subjektif (NS)	0.839	0.745	Reliabel
Persepsi Kontrol Perilaku (PK)	0.823	0.714	Reliabel
Patriotisme (PA)	0.840	0.714	Reliabel
Niat Kepatuhan Pajak (NK)	0.861	0.759	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 9 dapat terlihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai CR dan $CA \geq 0,70$, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

4.3.2. Hasil Penilaian Struktural Model (*Inner Model*)

R-square atau Koefisien Determinasi

Tabel 10. Nilai *R-square*

Variabel	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Niat Kepatuhan Pajak	0.529	0.520

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Menurut Hair *et al.*, (2019), nilai *R-square* digunakan untuk melihat seberapa besar variabel dependen dalam model dapat dijelaskan oleh variabel independen. Berdasarkan tabel 10, diperoleh nilai *R-square* sebesar 0.529 (52,9%), yang artinya variabel niat kepatuhan pajak dapat dijelaskan oleh variabel sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan patriotisme sebesar 52,9%, sedangkan sisanya sebesar 47,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Effect Size (f²)

Tabel 11. Nilai *Effect Size (f²)*

Variabel Independen	Niat Kepatuhan Pajak (Y)	Keterangan
Sikap (X1)	0.060	Kecil
Norma Subjektif (X2)	0.007	Tidak ada pengaruh
Persepsi Kontrol Perilaku (X3)	0.205	Sedang
Patriotisme (X4)	0.000	Tidak ada pengaruh

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Nilai f^2 digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Kriteria nilai f^2 sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 masing-masing merepresentasikan efek kecil, sedang, dan besar, sedangkan $f^2 < 0,02$ tidak ada pengaruh yang dapat diukur (Hair *et al.*, 2022). Terlihat pada tabel 11, bahwa X1 memiliki efek kecil terhadap Y sebesar 0.060, X2 tidak ada pengaruh (0.007), X3 memiliki efek sedang sebesar 0.205, dan X4 tidak ada pengaruh (0.000).

Predictive Relevance (Q^2)

Tabel 12. Hasil *Predictive Relevance (Q^2)*

Variabel Dependen	SSO	SSE	$Q^2 (1-SSE/SSO)$
Niat Kepatuhan Pajak	654.000	429.886	0.343

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Nilai Q^2 digunakan untuk menilai apakah model memiliki kemampuan memprediksi dengan baik atau tidak dengan menggunakan pendekatan *blindfolding*. Menurut Hair *et al.*, (2022), nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model tersebut memiliki kemampuan prediktif dan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model tidak memiliki kemampuan prediktif. Dilihat pada tabel 12, diperoleh nilai Q^2 sebesar 0.343 dan nilai tersebut menunjukkan lebih besar dari 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki kemampuan prediktif yang baik.

Path Coefficient (β)

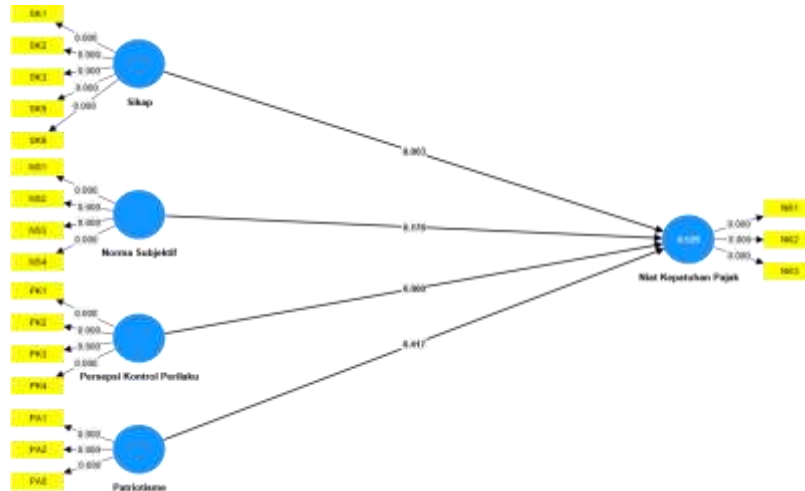
Tabel 13. Hasil *Path Coefficient (β)*

Variabel Independen	Niat Kepatuhan Pajak	Keterangan
Sikap	0.252	Positif
Norma Subjektif	0.084	Positif
Persepsi Kontrol Perilaku	0.460	Positif
Patriotisme	0.015	Positif

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Path coefficient atau koefisien jalur untuk menunjukkan arah hubungan antar variabel untuk mengetahui apakah suatu hipotesis memiliki pengaruh yang bersifat positif atau negatif, tetapi tidak menunjukkan apakah suatu pengaruh signifikan atau tidak. Pada tabel 13, semua variabel independen menunjukkan pengaruh positif terhadap niat kepatuhan pajak, dengan persepsi kontrol perilaku sebagai variabel yang paling dominan ($\beta = 0,460$), sikap ($\beta = 0,252$), sedangkan norma subjektif ($\beta = 0,084$) dan patriotisme ($\beta = 0,015$) memiliki efek positif namun relatif kecil. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kontrol perilaku dan sikap, semakin kuat niatnya untuk mematuhi kewajiban perpajakan, sementara norma subjektif dan patriotisme masih memberikan kontribusi kecil terhadap model dalam penelitian ini.

4.3.3. Hasil Pengujian Hipotesis



Gambar 2. Hasil *Bootstrapping*
Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Pengujian hasil hipotesis penelitian ini dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis berpengaruh secara signifikan atau tidak dan dilakukan dengan teknik *bootstrapping* menggunakan uji *one-tailed* dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis dinyatakan diterima dan dianggap signifikan apabila jika nilai t-statistik $> 1,65$ dan $p\text{-value} < 0,05$ (Hair *et al.*, 2021). Berikut adalah hasil pengujian hipotesis:

Tabel 14. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Jalur Hubungan	Original Sample (O)	T-statistik	P-value	Keterangan
H1	SK -> NK	0.252	2.753	0.003	Diterima
H2	NS -> NK	0.084	0.932	0.176	Ditolak
H3	PK -> NK	0.460	5.515	0.000	Diterima
H4	PA -> NK	0.015	0.209	0.417	Ditolak

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Menurut hasil pengujian hipotesis pada tabel 14, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Variabel Sikap (X1) memperoleh *path coefficient* sebesar 0.252, t-statistik 2.753, dan $p\text{-value}$ 0.003 (t-statistik $> 1,65$ dan $p\text{-value} < 0,05$), sehingga H1 diterima, yang berarti Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak UMKM di Kota Batam.
- Variabel Norma Subjektif (X2) memperoleh *path coefficient* sebesar 0.084, t-statistik 0.932, dan $p\text{-value}$ 0.176 (t-statistik $< 1,65$ dan $p\text{-value} > 0,05$), sehingga H2 ditolak, yang berarti Norma Subjektif berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat kepatuhan pajak UMKM di Kota Batam.

- c. Variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X3) memperoleh *path coefficient* sebesar 0.460, t-statistik 5.515, dan *p-value* 0.000 (t-statistik > 1,65 dan *p-value* < 0,05), sehingga H3 diterima, yang berarti Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak UMKM di Kota Batam, dan menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya.
- d. Variabel Patriotisme (X4) memperoleh *path coefficient* sebesar 0.015, t-statistik 0.209, dan *p-value* 0.417 (t-statistik < 1,65 dan *p-value* > 0,05), sehingga H4 ditolak, yang berarti Patriotisme berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat kepatuhan pajak UMKM di Kota Batam.

4.3.4. Pembahasan

Pengaruh Sikap terhadap Niat Kepatuhan Pajak

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak, didukung oleh penelitian Mahariffyan & Oktaviani (2021), Mahendra & Oktaviani (2022), Widiyoko & Rahman (2022), dan Bani-Khalid *et al.*, (2022). Hal tersebut sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi niat dalam berperilaku adalah sikap, yaitu evaluasi atau penilaian terhadap menguntungkan atau tidaknya suatu perilaku. Penilaian positif akan mendorong seseorang untuk memiliki sikap yang positif dan sikap positif ini akan terbentuk ketika wajib pajak meyakini bahwa pajak yang dibayarkan akan kembali dalam bentuk pembangunan, fasilitas publik, stabilitas ekonomi, dan digunakan secara efektif dan efisien oleh negara.

Dengan demikian, semakin positif sikap wajib pajak UMKM terhadap kepatuhan pajak, semakin tinggi juga niat untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Temuan ini menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan kepatuhan pajak di kalangan UMKM dapat dicapai dengan menumbuhkan sikap positif, misalnya dengan meningkatkan transparansi terkait penggunaan penerimaan pajak oleh pemerintah serta sosialisasi atas manfaat nyata dari pembayaran pajak, sehingga wajib pajak semakin yakin bahwa kepatuhan pajak bermanfaat baik bagi diri mereka sendiri maupun bagi negara.

Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Kepatuhan Pajak

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap niat kepatuhan pajak dan sejalan dengan temuan Saputra (2019). Hal tersebut tidak sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa norma subjektif adalah salah satu faktor yang memengaruhi niat dalam berperilaku, dan juga tidak sesuai dengan penelitian Sudiartana & Mendra (2018), Maharriyyan & Oktaviani (2021), dan Bani-Khalid *et al.*, (2022). Norma subjektif mengacu pada persepsi atau pandangan individu mengenai adanya dukungan dan tekanan sosial dari orang-orang yang dianggap penting seperti keluarga, rekan bisnis, atau lingkungan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan atau tekanan sosial tersebut belum cukup mampu memengaruhi niat kepatuhan pajak wajib pajak pemilik UMKM di Kota Batam secara signifikan. Hal ini dapat terjadi karena keputusan wajib pajak UMKM terkait kewajiban perpajakan lebih didasarkan pada pertimbangan dan keyakinan pribadi daripada dipengaruhi oleh pandangan atau tekanan dari orang-orang di sekitar mereka. Pemilik UMKM cenderung memandang pajak sebagai urusan individu atau usaha yang bersifat personal, sehingga pendapat keluarga, rekan bisnis, dan lingkungan sosial bukanlah faktor penting yang memengaruhi niat mereka untuk mematuhi kewajiban perpajakan.

Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Niat Kepatuhan Pajak

Hasil penelitian menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak dan merupakan sebagai prediktor dan faktor pendorong utama niat untuk mematuhi kewajiban perpajakan, didukung oleh penelitian Bani-Khalid *et al.*, (2022). Dan hasil penelitian ini juga diperkuat oleh temuan Sudiartana & Mendra (2018) yang menyatakan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh terhadap niat seseorang untuk mematuhi ketentuan perpajakan. Hal tersebut sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi niat dalam berperilaku adalah persepsi kontrol perilaku, yaitu persepsi individu mengenai seberapa mudah atau sulitnya melakukan suatu perilaku berdasarkan pengalaman masa lalu dan keyakinan terkait ketersediaan sumber daya, peluang, dan kemampuan untuk melakukan perilaku semacam tersebut.

Ketika wajib merasa memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya yang memadai, mereka akan lebih percaya diri dan memiliki niat yang lebih kuat untuk memenuhi kewajiban

perpajakannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi kontrol perilaku yang dimiliki wajib pajak pemilik UMKM, maka semakin besar pula niat untuk patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi otoritas pajak untuk terus meningkatkan aksesibilitas, menyederhanakan prosedur, serta menyediakan sarana edukasi dan bantuan teknis terkait perpajakan bagi para pemilik usaha UMKM, sehingga persepsi kontrol perilaku yang tinggi ini dapat dipertahankan.

Pengaruh Patriotisme terhadap Niat Kepatuhan Pajak

Hasil penelitian menyatakan bahwa patriotisme berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap niat kepatuhan pajak. Hal tersebut tidak sesuai dengan *Social Identity Theory* yang menjelaskan bahwa individu cenderung membentuk identitas sebagai bagian dari suatu kelompok atau bangsa, dan identitas sosial ini membentuk rasa memiliki, kebanggaan terhadap kelompoknya, yang pada akhirnya mendorong individu untuk bersikap sesuai dengan norma dan standar kelompok atau bangsa tersebut. Semakin kuat rasa identitas dan kebanggaan nasional, semakin besar pula kesediaannya untuk berkontribusi bagi negara melalui kepatuhan pajak (Nazaruddin, 2019). Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan temuan Bani-Khalid *et al.*, (2022) yang menemukan bahwa patriotisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak.

Temuan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa rasa patriotisme belum cukup mampu secara signifikan mendorong terbentuknya niat kepatuhan pajak pemilik UMKM di Kota Batam. Hal ini mungkin disebabkan oleh fakta bahwa keputusan wajib pajak terkait kewajiban pajak lebih dipengaruhi oleh pertimbangan rasional dan praktis daripada oleh ikatan emosional atau rasa identitas nasional semata. Dengan demikian, meskipun wajib pajak memiliki rasa patriotisme, sentimen tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam kesediaan yang tulus untuk secara konsisten memenuhi kewajiban perpajakan mereka.

5. Penutup

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat kepatuhan pajak pemilik UMKM di Kota Batam. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis, disimpulkan bahwa sikap dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat

kepatuhan pajak, dengan persepsi kontrol perilaku sebagai variabel yang memiliki pengaruh paling dominan. Sebaliknya, norma subjektif dan patriotisme menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat kepatuhan pajak.

Temuan ini mengindikasikan bahwa niat kepatuhan pajak pemilik UMKM lebih ditentukan oleh faktor internal yaitu, penilaian pribadi terhadap manfaat kepatuhan pajak (sikap) dan keyakinan terhadap kemampuan diri untuk memenuhi kewajiban pajak (persepsi kontrol perilaku) daripada faktor eksternal seperti norma subjektif patriotisme. Secara akademis, penelitian ini menambah literatur tentang *Theory of Planned Behavior* dalam menjelaskan niat kepatuhan pajak dengan menambahkan variabel patriotisme, sekaligus menyoroti keterbatasan *Social Identity Theory* dalam konteks UMKM di Indonesia.

Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bahwa otoritas pajak perlu memprioritaskan atau menegaskan pentingnya penyederhaan administrasi perpajakan dan menumbuhkan sikap positif wajib pajak, seperti melalui upaya edukasi dan sosialisasi, pendampingan teknis, dan transparansi penggunaan dana pajak sebagai strategi utama untuk meningkatkan kepatuhan pajak di kalangan UMKM.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang hanya berfokus pada pemilik UMKM di sektor kuliner di Kota Batam, sehingga temuan penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas ke sektor usaha atau wilayah lain.

Saran

Penelitian lebih lanjut disarankan untuk memasukkan variabel-variabel lain di luar yang terdapat dalam model penelitian ini, seperti pengetahuan perpajakan, sanksi pajak, kualitas pelayanan fiskus, digitalisasi sistem perpajakan, atau kondisi keuangan usaha. Selain itu, disarankan juga untuk memperluas cakupan geografis dan ragam sektor UMKM yang diteliti agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningrat, A. A. (2023). Increasing Taxpayer Compliance Through The Implementation of Tax Management Models. *International Journal of Economics Development Research (IJEDR)*, 4(6), 2433–2441. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/ijedr.v5i2.5011>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50(2), 179–221. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behaviour* (pp. 117–144). Open University Press.
- Alm, J. (2018). What Motivates Tax Compliance? *Journal of Economic Surveys*, 00(0), 1–36. <https://doi.org/10.1111/joes.12272>
- Alshira'h, A. F., & Abdul-Jabbar, H. (2020). Moderating role of patriotism on sales tax compliance among Jordanian SMEs. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 13(3), 389–415. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-04-2019-0139>
- Alshira'h, A. F., Al-Shatnawi, H. M., Al-Okaily, M., Lutfi, A., & Alshirah, M. H. (2021). Do public governance and patriotism matter? Sales tax compliance among small and medium enterprises in developing countries: Jordanian evidence. *EuroMed Journal of Business*, 16(4), 431–455. <https://doi.org/10.1108/EMJB-01-2020-0004>
- Anggraeni, V. K., & Lenggono, T. O. (2021). Pengaruh Implementasi PP No. 55 Tahun 2022, Pemahaman Perpajakan Dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi : Transparansi Dan Akuntabilitas*, 9(1), 96–108. <https://doi.org/10.35508/jak.v9i1.3993>
- Bani-Khalid, T., Alshira'h, A. F., & Alshirah, M. H. (2022). Determinants of Tax Compliance Intention among Jordanian SMEs: A Focus on the Theory of Planned Behavior. *Economies*, 10(2), 1–20. <https://doi.org/10.3390/economies10020030>
- Beck, L., & Ajzen, I. (1991). Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *Journal of Research in Personality*, 25(3), 285–301. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(91\)90021-H](https://doi.org/10.1016/0092-6566(91)90021-H)
- Betu, K. W., & Baso, S. P. (2023). Tax rates, tax socialization, and tax compliance of MSMEs: Patriotism as a moderating variable. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(2).
- Bobek, D. D., & Hatfield, R. C. (2003). An Investigation of the Theory of Planned Behavior and the Role of Moral Obligation in Tax Compliance. *Behavioral Research in Accounting*, 15(1), 13–38. <https://doi.org/10.2308/bria.2003.15.1.13>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory And Research*. Reading MA: Addison-Wesley.
- Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Hair, J. F., M. Hult, G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook. In *Structural*

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Kiconco, R. I., Gwokyalya, W., Sserwanga, A., & Balunywa, W. (2019). Tax compliance behaviour of small business enterprises in Uganda. *Journal of Financial Crime*, 26(4), 1117–1132. <https://doi.org/10.1108/JFC-03-2018-0031>
- Krejcie, R. V. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities* (Vol. 30). <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Lutfillah, N. Q., & Setiyawati, T. A. (2020). Honesty of Taxpayers in the Self-Assessment System. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 136(Ambec 2019), 169–172. <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/aeblr.k.200415.034>
- MacGregor, J., & Wilkinson, B. (2012). The effect of economic patriotism on tax morale and attitudes toward tax compliance. In *Advances in Taxation* (Vol. 20). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1058-7497\(2012\)0000020009](https://doi.org/10.1108/S1058-7497(2012)0000020009)
- Maharrieffyan, M., & Oktaviani, R. M. (2021). Kajian Perilaku Pajak Umkm Dari Perspektif Theory of Planned Behavior. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(2), 126–135. <https://doi.org/10.30813/jab.v14i2.2550>
- Mahendra, M. B., & Oktaviani, R. M. (2022). Determinan Niat Wajib Pajak Perspektif Theory of Planned Behavior. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(1), 231–240. <https://doi.org/10.51903/kompak.v15i1.644>
- Nathanson, S. (1989). In Defense of “Moderate Patriotism.” *Ethics: An International Journal of Social, Political, and Legal Philosophy*, 99(3), 535–552. <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/293096>
- Nazaruddin, I. (2019). The Role of Religiosity and Patriotism in Improving Taxpayer Compliance. *JAI: Journal of Accounting and Investment*, 20(1). <https://doi.org/10.18196/jai.2001111>
- Nurwanah, A., Sutrisno, T., Rosidi, R., & Roekhudin, R. (2018). Determinants of tax compliance: Theory of planned behavior and stakeholder theory perspective. *Problems and Perspectives in Management*, 16(4), 395–407. [https://doi.org/10.21511/ppm.16\(4\).2018.33](https://doi.org/10.21511/ppm.16(4).2018.33)
- OECD. (2025). *Revenue Statistics in Asia and the Pacific 2025: Indonesia*.
- Peraturan Pemerintah No. 55. (2022). *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 55 Tahun 2022 tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan*.
- Putra, R. J. (2018). Pengaruh Patriotisme, Commitment, dan Caputilation Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Penyampaian SPT Tahunan Orang Pribadi. *Balance Vocation Accounting Journal*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31000/bvaj.v2i1.966>
- Saesar Anugrah, M. S., & Fitriandi, P. (2022). Analisis Kepatuhan Pajak Berdasarkan Theory of

Planned Behavior. *Jurnal Info Artha*, 6(1), 1–12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31092/jia.v6i1.1388>

- Saputra, H. (2019). Analisa Kepatuhan Pajak dengan Pendekatan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi di Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 47–58.
- Sibarani, Y. A. R., & Rosid, A. (2024). Evaluasi Penerapan Batasan Omset Tertentu Tidak Dikenakan PPh Final (Studi Kasus KPP Pasar Rebo). *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 8(2), 1314–1326. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2089>
- Smith, K. W., & Kinsey, K. A. (1987). Understanding Taxpaying Behavior: A Conceptual Framework with Implications for Research. In *Source: Law & Society Review* (Vol. 21, Issue 4). <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/3053599>
- Sudiartana, M., & Mendra, N. P. Y. (2018). Taxpayer Compliance in SMEs Sector: A Theory of Planned Behavior. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 219–230. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i2.1561>
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Social Science Information*. <https://doi.org/10.1177/053901847401300204>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In *Psychology of Intergroup Relation*. Hall Publishers.
- Tsaqif, G., Fatima, S., & Azizia, N. (2024). Effectiveness Of MSME Tax Implementation, Tax Fairness, and Tax Socialization on Tax Compliance (Empirical Study : Kediri). *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 8(1).
- Wardani, D. K., & Rosita, V. B. (2022). Pengaruh Pengetahuan Korupsi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Dengan Patriotisme Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Bantul). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(11). <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jirk.v1i11.1919>
- Widijoko, G., & Rahman, D. F. S. (2022). Analisa Niat Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Perspektif Theory of Planned Behavior. *Tema (Tera Ilmu Akuntansi)*, 23(2), 62–75.