**ABSTRAK**

Mega Wibawati Djohari / 31150023 / 2019 / Pengaruh Efektivitas Sosialisasi PP No. 23 Tahun 2018 dan Rasa Tanggung Jawab Bernegara terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Jakarta Sunter / Dr. Hanif Ismail S.E., Ak., M.M., M.Ak,.

Pajak merupakan penerimaan Negara dengan jumlah yang cukup besar, sehingga pemerintah berharap agar seluruh Wajib Pajaknya dapat mematuhi kewajiban perpajakannya. Selain itu diterbitkan PP No. 23 Tahun 2018 dengan tarif rendah, supaya menarik perhatian Wajib Pajak untuk membayar pajaknya, terlebih Wajib Pajak UMKM. Dengan adanya peraturan terbaru, dibutuhkan sosialisasi agar Wajib Pajak mengetahuinya.

Di dalam penelitian ini menggunakan teori taksonomi *bloom* dan teori *planned of behavior*. Efektivitas sosialisasi PP No. 23 Tahun 2018 dan Rasa Tanggung Jawab Bernegara merupakan contoh yang dapat mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak. Efektivitas sosialisasi adalah tanggapan dari masyarakat mengenai hasil dari kegiatan sosialisasi yang dilakukan. Sedangkan rasa tanggung jawab bernegara adalah suatu rasa bela negara yang dilakukan melalui kewajiban perpajakan.

Objek penelitian disini adalah Wajib Pajak UMKM dengan teknik pengambilan sampel memakai teknik *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Populasi di penelitian ini adalah Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Jakarta Sunter dengan pengambilan sampel sebanyak 100 orang responden yang kemudian dibagi dua menjadi 30 orang responden untuk pra kuesioner dan 70 orang untuk kuesioner. Penelitian ini melakukan analisis data dibantu dengan program IBM SPSS untuk menguji validitas dan reliabilitas masing-masing variabel dan pengujian hipotesis dilakukan melalui uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dengan uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Hasil pengujian berdasarkan uji t (parsial) dengan menggunakan tingkat signifikasi sebesar 5% (0,05) menunjukan bahwa variabel efektivitas sosialisasi PP No. 23 dengan nilai 0,000 yang berarti variabel efektivitas sosialisasi berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Variabel rasa tanggung jawab bernegara memiliki nilai 0,064 yang berarti variabel rasa tanggung jawab bernegara tidak memiliki cukup bukti berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian ini adalah efektivitas sosialisasi PP No. 23 Tahun 2018 berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM, dan rasa tanggung jawab bernegara tidak terbukti berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Kata kunci : Efektivitas sosialisasi, Rasa tanggung jawab, Bela Negara, PP No. 23 Tahun 2018, Kepatuhan Wajib Pajak, UMKM