

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang saling terkait dengan penelitian ini adalah :

1. Penelitian Komang (2020) tentang Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Mahasiswa Pelaku UMKM. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 orang, yaitu seluruh populasi mahasiswa program studi akuntansi angkatan 2016 dan 2017 yang memiliki bisnis dijadikan sampel. Metode pemilihan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan dan perhitungan tarif pajak berpengaruh pada kepatuhan pajak mahasiswa pelaku UMKM
2. Penelitian Faizin, et al. (2016), tentang Pengaruh Sosialisasi, Pemahaman, Dan Kesadaran Prosedur Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sosialisasi, Pemahaman, dan Kesadaran Wajib Pajak, berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak secara simultan. Namun, secara parsial variabel sosialisasi dan kesadaran berpengaruh signifikan, sedangkan variabel pemahaman berpengaruh tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
3. Penelitian Noviana, et al. (2020) menunjukkan hasil secara stimulant bahwa variabel Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, Penerapan PP Nomor 23 Tahun 2018, dan Sanksi Perpajakan berpengaruh secara positif dan secara signifikan terhadap perilaku Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Sampang. Sedangkan hasil dari pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, dan Sanksi Perpajakan tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Sampang. Tetapi berbeda dengan variabel Penerapan PP Nomor 23 Tahun 2018 berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Sampang.
4. Wulandari, et al. (2015), Sudrajat dan Ompusunggu (2015), serta Puspita (2016) mengungkapkan sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib

pajak. Sedangkan, Setyaningrum (2017) dan Winerungan (2013) mengungkapkan sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan pemikiran-pemikiran teoritis Faizin et al. (2016), Wulandari (2015), Sudrajat dan Ompusunggu (2015), serta Puspita (2016) mengenai pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak

5. Penelitian Herryanto dan Toly (2013) menjelaskan dari hasil pengujian dengan menggunakan variabel kegiatan sosialisasi perpajakan yang sudah dilakukan secara parsial memberikan kesimpulan bahwa kegiatan sosialisasi tersebut tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan pajak penghasilan di KPP Pratama Surabaya Sawahan. Dengan kesimpulan lain yaitu kegiatan sosialisasi perpajakan yang sudah dilakukan oleh KPP Pratama Surabaya Sawahan belum memenuhi target yang ingin dicapai. Karena kegiatan sosialisasi perpajakan ini menjadi suatu keharusan yang bersifat memaksa menjadikan Wajib Pajak tetap saja tidak mau menjalankan kewajiban mereka dengan patuh.
6. Penelitian Suardana dan Gayatri (2020) berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu mengenai Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan dan Perhitungan Tarif Pajak pada Kepatuhan Pajak Mahasiswa Pelaku UMKM, bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh pada kepatuhan pajak mahasiswa pelaku UMKM. karena semakin sering dilakukannya penyuluhan tentang sosialisasi pajak maka akan semakin banyak pula kesempatan mahasiswa untuk mendapatkan informasi perpajakan, sehingga akan berpengaruh juga terhadap kepatuhan pajak untuk mahasiswa pelaku UMKM.
7. Mahadianto dan Astuti (2017) dalam penelitiannya memaparkan hasil bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak tidak dapat didukung, karena sebagian besar responden memberikan jawaban netral atau tidak tahun akan adanya sosialisasi pajak. Berdasarkan hasil dari hipotesis yang tersebut, dengan adanya upaya meningkatkan kepatuhan pajak yang dilakukan secara sukarela hanya bisa dilakukan dengan cara meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap otoritas pajak dan sosialisasi pajak untuk meningkatkan fasilitas serta dapat mempermudah informasi kepada wajib pajak.

8. Penelitian Setiawan dan Prabowo (2019) menunjukkan bahwa sanksi pajak, kemudahan, serta sosialisasi pajak secara keseluruhan sudah cukup baik, dan juga telah memberikan pemahaman serta kemudahan dalam pembayaran pajak pelaku UMKM. Karena masih ditemukannya responden penelitian ini yang belum sepenuhnya memahami mengenai peraturan ini, maka diperlukannya sosialisasi untuk ditingkatkan lagi mengenai PP Nomor 23 Tahun 2018, terkhusus bagi pelaku UMKM agar bisa mengerti dan memahami terkait manfaat dari membayar pajak dan jika tidak membayar akan diberikan sanksi.
9. Penelitian Cahyani dan Noviani (2019), penelitian Mereka yang berlokasi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama di Daerah Singaraja, dengan responden yang diambil sejumlah 100 Wajib Pajak dari 4.039 jumlah populasi keseluruhan memberikan hasil mengenai Tarif Pajak, Pemahaman Pajak, dan Sanksi Pajak yang berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.
10. Penelitian Putri (2018) memiliki hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pada penelitian mengenai Pelayanan Fiskus yang berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM, disebabkan karena jika petugas fiskus memberikan pelayanan yang baik kepada Wajib Pajak maka ini dapat meningkatkan rasa patuh para Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban pajak mereka.
11. Penelitian Hapsari dan Kholis (2020) hasil yang didapatkan dalam penelitian menunjukkan bahwa sanksi pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan untuk kesadaran wajib pajak sendiri menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Tetapi secara simultan, sanksi pajak dan kesadaran wajib pajak menunjukkan hasil yang sama-sama berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
12. Penelitian Muslim (2018) hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran wajib pajak, sanksi pajak, dan sosialisasi pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak bumi dan bangunan
13. Penelitian Robiansyah, dll (2020) memberikan hasil bahwa sanksi pajak membuktikan dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, yang berarti bahwa semakin berat sanksi yang diterapkan oleh Dirjen Pajak maka akan menjadikan wajib pajak semakin patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

B. Landasan Teori

Penelitian ini membahas tentang analisis pengaruh Sosialisasi Pajak, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Malang, maka diambil beberapa teori yang relevan untuk dijadikan referensi dalam penelitian ini:

1. Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Teori yang pertama yaitu *Attribution Theory* atau dalam bahasa Indonesia disebut Teori Atribusi, merupakan teori pertama yang dikemukakan oleh seorang bapak pendiri psikologi sosial interpersonal, yaitu Fritz Heider (1958), kemudian selanjutnya oleh Harold Kelley (1972), teori ini dikembangkan lagi. Dijelaskan oleh Nugraheni (2015) dalam penelitiannya bahwa atribusi ini merupakan salah satu pembentukan kesan dengan mengamati perilaku sosial berdasarkan faktor situasional ataupun situasi personal. Atribusi diberikan karena terjadinya kecenderungan dalam sifat ilmiah manusia untuk menjelaskan segala sesuatu, dan termasuk perihal apa yang ada dibalik perilaku yang dimiliki oleh orang lain. Tetapi, kecenderungan yang terjadi tidak semata bersumber dari luar diri orang yang bersangkutan saja, misal karena keadaan pada lingkungan sekitarnya (eksternal), tapi juga dapat bersumber dari dalam diri orang yang bersangkutan di bawah kesadarannya (internal).

Selanjutnya Harold Kelley juga mengidentifikasi hubungan sebab-akibat di antara atribusi internal maupun atribusi eksternal menjadi tiga bagian, yaitu:

a. Kekhususan

Kekhususan berkaitan dengan tindakan yang dilakukan oleh seseorang apakah akan sama pada situasi lain atau pada saat situasi itu saja. Apabila tindakan tersebut bisa dilakukan pada situasi lain, itu menandakan perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor internal. Namun, apabila tindakan tersebut hanya dapat dilakukan pada saat situasi itu saja, maka perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor eksternal.

b. Konsensus

Konsensus berkaitan dengan tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam merespon sesuatu, selain itu juga akan dilakukan oleh orang lain. Jika semua orang tidak merespon dengan cara yang sama, itu menandakan perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor internal. Tetapi, apabila orang lain juga melakukan respon dengan cara yang sama, maka perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor eksternal.

c. Konsistensi

Konsistensi berkaitan dengan tindakan yang dilakukan oleh seseorang yang selalu merespon suatu hal dengan cara yang sama. Apabila seseorang tersebut merespon secara konsisten, perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor internal. Dan sebaliknya, Apabila seseorang tersebut merespon secara tidak konsisten, maka perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor eksternal.

2. Teori Perilaku yang Direncanakan (*Theory of Planned Behavior*)

Theory of Planned Behavior (1975) merupakan hasil dari perluasan *Theory of Reasoned Action* (1980). Dalam TRA menjelaskan tentang niat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh dua faktor penentu, yaitu *attitude toward the behavior* dan *subjective norms* (Fishbein dan Ajzen, 1975), sedangkan dalam TPB pengembang menambahkan satu faktor lagi, yaitu *perceived behavioral control* (Ajzen 1991). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nugraheni (2015) menjelaskan mengenai TPB bahwa niat (*intention*) bisa mempengaruhi perilaku individu untuk menjadi patuh ataupun tidak patuh terhadap aturan perpajakan. Terdapat tiga faktor penyebabnya, yaitu:

a. *Behavioral belief*

Behavioral belief merupakan keyakinan yang timbul akan adanya hasil dari perilaku (*outcome belief*) dan evaluasi dari hasil perilaku tersebut. Keyakinan dan evaluasi terhadap hasil dari suatu perilaku inilah yang nantinya akan membentuk sikap (*attitude*) dalam menanggapi suatu perilaku.

b. *Normative belief*

Normative belief merupakan keyakinan dari seorang individu yang timbul karena adanya harapan normatif orang lain yang dijadikan rujukan, seperti terhadap keluarga, teman, konsultan pajak, dan Pelayanan Pajak untuk mencapai harapan itu. Harapan normatif akan dengan sendirinya membentuk norma subjektif (*subjective norm*) atas suatu perilaku.

c. *Control belief*

Control belief merupakan suatu keyakinan seorang individu mengenai keberadaan hal-hal yang mendukung atau yang menghambat perilaku dan persepsinya perihal seberapa kuat hal-hal tersebut mempengaruhi perilakunya.

Control belief membentuk kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*).

Theory of Planned Behavior dianggap memperkuat teori atribusi yang telah diuraikan sebelumnya karena bisa relevan dan mampu dalam menjelaskan variabel-variabel penelitian. Pembentukan mindset dalam diri seorang individu akan mempengaruhi niat atau keyakinannya sebelum melakukan suatu tindakan. Selanjutnya, keyakinan pada hasil yang sudah diperoleh dari pelakunya kemudian akan berdampak pada apakah akan benar-benar memenuhi kewajiban perpajakannya atau tidak. Ini sangatlah penting, karena pada saat pelaku Wajib Pajak memiliki kesadaran untuk pentingnya membayar pajak terhadap penyelenggaraan negara, tentu mereka akan memenuhi kewajiban tersebut. Dengan demikian, akan mePelayanan Pajak orang-orang disekitar lingkungannya untuk berperilaku yang sama dalam kepatuhan tentang perpajakan (*behavioral belief*). Dimulai dari peningkatan pada pelayanan fiskus, dengan melakukan sosialisasi untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk taat pajak agar patuh dan taat pajak (*normative beliefs*), lalu sanksi pajak akan dipergunakan sebagai alat pengendali akan sejauh mana ini akan berpengaruh pada persepsi tentang kepatuhan (*control beliefs*).

3. Gambaran Umum Pajak

a. Pengertian Pajak

Pengertian pajak yang tertuang dalam Undang-undang Nomor 28 tahun 2007 pasal 1 yaitu suatu kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan UU dengan tidak mendapatkan imbalan apapun secara langsung dari iuran pajak untuk dikelola negara dan digunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Noviana, et al. (2020) juga menjelaskan definisi lain yaitu pajak merupakan bagian terpenting dalam mendukung kegiatan perekonomian negara, menjalankan roda pemerintah dan untuk menyediakan berbagai sarana umum bagi kemakmuran serta kesejahteraan rakyat.

b. Fungsi Pajak

Menurut Suandy (2016 : 12 - 13), terdapat dua fungsi pajak, yaitu:

1. Fungsi Finansial (*Budgeter*)

Fungsi finansial yaitu untuk memasukkan uang sebanyak-banyaknya ke dalam kas negara. Sekarang ini penerimaan dari sektor negara merupakan tulang punggung dalam penerimaan negara.

2. Fungsi Mengatur (*Regulerend*)

Fungsi mengatur yaitu pajak dipergunakan sebagai alat untuk mengatur masyarakat, dari bidang ekonomi, sosial, maupun politik dengan tujuan tertentu. Contohnya seperti:

- a) Pemberian insentif pajak (misal, penyusutan dipercepat, tax holiday) tujuannya adalah untuk meningkatkan investasi dalam negeri maupun investasi asing.
- b) Pembebanan pajak ekspor yang diperuntukan pada produk-produk tertentu untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri.
- c) Pembebanan bea masuk dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah untuk produk-produk tertentu untuk melindungi produk-produk dalam negeri.

4. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan yang tertuang dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terdapat beberapa pengertian, yaitu:

1. Usaha Mikro merupakan usaha yang dimiliki oleh orang perorangan atau suatu badan usaha perorangan dan telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro berdasarkan yang sudah diatur dalam UU.
2. Usaha Kecil merupakan usaha yang didirikan secara individu atau sendiri, bisa juga dilakukan oleh orang perorangan atau badan yang bukan berasal dari anak perusahaan ataupun bukan bagian dari cabang perusahaan, diakuisisi, atau menjadi sebuah bagian secara langsung ataupun tidak secara langsung dari usaha menengah atau usaha besar dan telah memenuhi kriteria sebagai usaha kecil berdasarkan yang sudah diatur dalam UU.
3. Usaha Menengah merupakan usaha yang didirikan secara individu atau sendiri, dilakukan oleh orang perseorangan atau badan yang bukan dari anak perusahaan atau bukan bagian dari cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian secara langsung ataupun tidak secara langsung dari usaha kecil atau usaha besar dan memiliki laba kotor kekayaan atau hasil dari penjualan tiap tahun berdasarkan yang sudah diatur dalam UU.

Selain itu, kiriterian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang terdapat di Indonesia telah diatur dalam peraturan pemerintah nomor 7 tahun 2021 mengenai kemudahan, perlindungan serta pemberdayaan koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada pasal 35 hingga pasal 36. Peraturan Pemerintah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di atas merupakan ketentuan yang telah diperbarui, karena sebelumnya terlebih dahulu diatur dalam Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dari pembaruan pasal yang telah dilakukan tersebut, menghasilkan pengelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan.

Tabel 2. 1 Kriteria UMKM Setelah PP UMKM

No.	Uraian	Kriteria
1	Usaha Mikro	Maks. 1 Miliar
2	Usaha Kecil	> 1 Miliar – 5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 5 Miliar - 10 Miliar

Pada table 1.1 menjelaskan mengenai kriteria dari pasal terbaru untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berdasarkan modal usaha yang digunakan untuk mendirikan atau mendaftarkan kegiatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang telah dibangun setelah pemberlakuan PP UMKM. (1) untuk Usaha Mikro yang memiliki modal usaha paling banyak sebesar Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat didirikannya usaha. (2) usaha Kecil yang memiliki modal usaha melebihi Rp1.000.000.000,00 (satu miliar) sampai dengan Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat didirikannya usaha. (3) usaha Menengah yang memiliki modal usaha melebihi Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat didirikannya usaha.

Tabel 2. 2 Kriteria UMKM Sebelum PP UMKM

No	Uraian	Kriteria
1	Usaha Mikro	Maks. 2 Miliar
2	Usaha Kecil	> 2 Miliar – 15 Miliar
3	Usaha Menengah	> 15 Miliar – 50 Miliar

Untuk table 1.2 menjelaskan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang telah dibangun sebelum pemberlakuan PP UMKM yang baru, untuk pengelompokan ini sendiri dilakukan berdasar pada hasil dari penjualan tahunan suatu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dengan rinciannya yaitu: (1) Usaha Mikro yang memiliki hasil dari penjualan tahunan paling banyak sebesar Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). (2) usaha Kecil yang memiliki hasil dari penjualan tahunan melebihi Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah). (3) usaha Menengah yang memiliki hasil dari penjualan tahunan melebihi Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

5. Sosialisasi Pajak

Sosialisasi merupakan salah satu indikator dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kepatuhan para pelaku wajib pajak. Karena pada dasarnya wajib pajak juga membutuhkan adanya sosialisasi yang diberikan pemerintah dalam rangka memberikan pengetahuan seputar perpajakan. “Sosialisasi perpajakan adalah pemberian wawasan dan pembinaan kepada wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan” (Fany 2016).

Sosialisasi perpajakan merupakan salah satu sarana bagi wajib pajak untuk memperoleh informasi mengenai sosialisasi wajib pajak dari berbagai media, berupa brosur, televisi, radio, koran, spanduk yang terpasang di jalan, maupun sosialisasi yang disampaikan langsung dari petugas pajak (Fany 2016). Agar dapat mencapai tujuannya, maka kegiatan sosialisasi atau penyuluhan pajak dapat dibagi menjadi tiga fokus, yaitu pengadaan kegiatan sosialisasi bagi calon wajib pajak, kegiatan sosialisasi yang

diperuntukan langsung bagi wajib pajak baru, dan kegiatan sosialisasi bagi wajib pajak terdaftar (Utami dan Amanah, 2018).

Fany (2016) dalam penelitiannya disebutkan bahwa terdapat beberapa media sosialisasi perpajakan yang bisa dimanfaatkan oleh wajib pajak untuk mendapatkan informasi seputar perpajakan, yaitu:

a. Internet

Direktorat Jenderal Pajak telah menyediakan kemudahan untuk wajib pajak tentang informasi perpajakan yang dapat diakses melalui internet. Berupa website yang dapat dibuka kapan dan dimana saja melalui <http://pajak.go.id>, yang berisi berita *up to date* dan juga artikel online terkait perpajakan yang sangat bermanfaat untuk wajib pajak. Dengan adanya kemudahan tersebut diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru kepada wajib pajak.

b. Brosur

Brosur akan didapatkan secara gratis pada saat wajib pajak melakukan kunjungan ke kantor pajak. Biasanya berisi tentang dorongan untuk membayar pajak dengan tepat waktu, manfaat yang akan wajib pajak dapatkan ketika sudah membayar pajak.

c. Spanduk

Spanduk biasanya akan ditemukan di jalan-jalan dan bertemakan tentang perpajakan yaitu mengenai ajakan untuk membayar pajak tepat waktu juga disertakan jumlah yang telah ditetapkan. Karena ukuran spanduk yang besar, sehingga memudahkan masyarakat yang melihat dapat membacanya dengan mudah.

d. Iklan Televisi

Sosialisasi juga dilakukan dengan cara mengiklankannya secara elektronik, melalui televisi. Dalam iklan televisi ditayangkan mengenai manfaat yang akan didapat masyarakat ketika membayar pajak. Dan juga tidak lupa dorongan agar masyarakat membayar pajak dengan tepat waktu agar pembangunan fasilitas negara berjalan dengan lancar.

e. Kring Pajak

Kring Pajak yaitu layanan call center dari pihak pajak, lewat ini wajib pajak bisa mendapatkan informasi perpajakan dengan cara menghubungi melalui nomor 500200. Informasi yang akan didapat adalah berupa peraturan pajak yang berlaku, informasi mengenai penggunaan aplikasi elektronik untuk memenuhi hak serta kewajiban perpajakan dari wajib pajak, dan informasi pendukung untuk memenuhi

hak dan kewajiban perpajakan dari wajib pajak mengenai informasi alamat dan nomor telepon unit kerja DJP, konfirmasi mengenai kebenaran dari NPWP dan informasi lainnya yang disediakan oleh pihak DJP yang sesuai dengan ketentuan peraturan dalam perundang-undang yang berlaku.

6. Pelayanan Fiskus

Fiskus diartikan sebagai petugas pajak yang bertugas untuk membimbing, memberikan penyuluhan ataupun membantu menyediakan segala keperluan yang menjadi kebutuhan dari seorang wajib pajak. Anam, et al. (2016) menyatakan bahwa kegiatan yang dilakukan petugas pajak yaitu dengan menyapa masyarakat agar secara tepat waktu menyampaikan SPT, serta melakukan penyuluhan secara berkelanjutan melalui berbagai media, serta mengadakan pawai peduli NPWP yang dilakukan di jalan, kegiatan-kegiatan tersebut patut untuk dipuji. Dengan demikian masyarakat akan mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana sistem dalam dunia perpajakan, sehingga tujuan penerimaan pajak akan mengalami peningkatan dan dapat berimbas pula pada kesejahteraan masyarakat.

Karena pada dasarnya pelayanan fiskus memiliki beberapa tujuan berdasarkan yang tertulis dalam penelitian Winerungan (2013), yaitu:

- a. Tercapainya kepatuhan Wajib Pajak yang meningkat tinggi secara sukarela
- b. Tercapainya kepercayaan yang meningkat tinggi terhadap administrasi perpajakan
- c. Tercapainya tingkat produktivitas bagi para aparat perpajakan

Pipit, et al. (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa untuk menentukan penilaian terhadap kualitas dari kepatuhan wajib pajak pelayanan fiskus dapat menggunakan indikator dari kelima dimensi kualitas pelayanan fiskus yang sudah ditentukan, yaitu:

a. Keadilan (*Reliability*)

Keadilan ini merupakan kemampuan dalam melakukan pelayanan yang telah dijanjikan secara tepat dan terpercaya.

b. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan yaitu berupa pengetahuan dan kesopanan santunan seorang karyawan serta kemampuannya dalam berorganisasi dan menjadi karyawan agar dapat menimbulkan rasa percaya dan keyakinan.

c. Responsif (*Responsiveness*)

Responsif ini berkaitan dengan kemauan seorang karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat terhadap pelanggan.

d. Empati (*Empathy*)

Empati digambarkan sebagai rasa peduli atau perhatian dari seorang karyawan yang diberikan kepada pelanggannya.

e. Berwujud (*Tangibles*)

Berwujud dalam konteks ini bermakna penampilan secara fisik, peralatan yang digunakan, personil, dan media komunikasi.

7. Sanksi Pajak

Mardiasmo (2009:56) dalam bukunya menjelaskan Sanksi Pajak merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan dalam perundang-undangan perpajakan tentang norma perpajakan akan dituruti ataupun dipatuhi. Winerungan (2013) sanksi pajak dapat diartikan sebagai alat pencegah untuk wajib pajak agar tidak melanggar norma perpajakan. Di Indonesia sendiri pemerintah menerapkan *assessment system* yang digunakan untuk melakukan pemungutan pajak. Dengan adanya sistem seperti itu akan menumbuhkan rasa percaya dalam diri wajib pajak sehingga mau melaporkan dan membayar pajak mereka sendiri. Karena itulah pentingnya pengetahuan tentang sanksi pajak dalam perpajakan agar dapat mengedukasi masyarakat yang masih belum paham mengenai sistem dalam hal perpajakan.

Sanksi perpajakan yang tertera dalam Undang-undang nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum Perpajakan (UU KUP) dikenal terdapat dua macam sanksi, yaitu:

- a. Sanksi administrasi, yaitu sanksi yang berupa denda, bunga, dan kenaikan bayar yang disesuaikan dengan tingkat seberapa besar pelanggaran yang telah dilakukan.
- b. Sanksi pidana, yaitu sanksi yang menitikberatkan pada denda pidana, pidana kurungan, dan terakhir pidana penjara yang disesuaikan dengan tingkat seberapa besar pelanggaran yang telah dilakukan oleh pihak-pihak terkait.

Narti dan Nurhasanah (220: 2019) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa “Wajib Pajak yang patuh adalah Wajib Pajak yang taat memenuhi kewajiban perpajakan sesuai ketentuan Peraturan Perundang-undangan.” Dengan demikian kepatuhan perpajakan dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Kepatuhan Perpajakan Formal

Kepatuhan ini merupakan ketaatan yang harus dilakukan oleh Wajib Pajak dalam pemenuhan ketentuan formal perpajakan, dan terdiri dari:

- 1) Tepat waktu saat melakukan pendaftaran diri untuk mendapatkan NPWP atau NPPKP.
- 2) Tepat waktu saat penyetoran pajak terutang.
- 3) Tepat waktu saat melakukan pelaporan pajak yang telah dibayar dan perhitungan perpajakannya.

b. Kepatuhan Pajak Material

Kepatuhan ini merupakan ketaatan yang harus dilakukan oleh Wajib Pajak dalam pemenuhan ketentuan material perpajakan, dan terdiri dari:

- 1) Tepat saat melakukan hitungan pajak yang terutang dan disesuaikan dengan peraturan perpajakan.
- 2) Tepat saat melakukan perhitungan pajak yang terutang dan disesuaikan dengan peraturan perpajakan.
- 3) Tepat saat melakukan pemotongan maupun pemungutan pajak (Wajib pajak berperan sebagai pihak ketiga)

8. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK.03/2020

Per Tanggal 16 Juli 2020 pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK.03/2020 mengenai insentif pajak untuk wajib pajak terdampak pandemi covid-19. Aturan ini menggantikan aturan sebelumnya, yaitu PMK 44/2020. Karena telah memperbarui aturan sebelumnya maka terdapat beberapa perubahan yang suda dilakukan yaitu diantaranya:

a. PPh Pasal 21

Insentif PPh Pasal 21 merupakan penambahan jangka waktu dalam PPh Pasal 21 ditanggung pemerintah (DPT). Dari peraturan PMK 44/2020 sebelumnya juga mengatur tentang PPh Pasal 21 DTP tetapi hanya berlaku selama enam bulan yang terhitung sejak April sampai dengan September 2020. Sedangkan di peraturan PPh Pasal 21 pada PMK 86/2020 diberikan penambahan waktu selama tiga bulan dari yang sebelumnya, yaitu sejak April hingga Desember 2020.

b. PPh bagi Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu

Selain adanya perpanjangan juga sampai dengan Desember 2020 terkait PPh bagi Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu ditanggung pemerintah

(PPh final UMKM DTP). Juga terdapat klausul baru dalam PMK 86/2020 yang menyatakan penyampaian laporan realisasi bagi wajib pajak yang belum memiliki Surat Keterangan, dapat diperlakukan sebagai pengajuan Surat Keterangan Untuk mendapatkan insentif PPh final UMKM DTP. Setelah itu dapat dilakukan penerbitan Surat Keterangan sepanjang memenuhi persyaratan untuk memperoleh Surat Keterangan.

c. PPh Pasal 22 Impor

Sama seperti insentif yang sebelumnya telah disebutkan, insentif tentang pembebasan PPh Pasal 22 Impor juga mendapatkan penambahan durasi sampai dengan bulan Desember 2020. Perubahan tentang PPh Pasal 22 Impor pada PMK 86/2020 selanjutnya adalah mengenai wajib pajak dapat menyampaikan laporan realisasi pembebasan PPh Pasal 22 impor setiap satu bulan sekali, paling lambat tanggal 20 di bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir. Karena pada PMK 44/2020 sebelumnya wajib pajak hanya bisa menyampaikan laporan realisasi pembebasan PPh Pasal 22 Impor setiap tiga bulan saja.

d. PPh Pasal 25

Selanjutnya yang mendapatkan penambahan durasi sampai dengan berakhirnya masa pajak pada bulan Desember 2020 dalam PMK 86/2020 yaitu insentif pengurangan angsuran PPh Pasal 25 sebesar 30%. Sebelumnya wajib pajak harus melaporkan realisasi pengurangan angsuran PPh Pasal 25 setiap tiga bulan, dalam PMK 86/2020 wajib pajak menyampaikannya setiap satu bulan sekali, paling terlambat tanggal 20 di bulan selanjutnya setelah Masa Pajak berakhir.

e. Restitusi PPN Dipercepat

Insentif PPN pada pengembalian pendahuluan dari kelebihan pembayaran pajak sebagai PKP beSanksi Pajak rendah, dalam PMK 86/20 perubahan yang diatur yaitu mengenai jangka waktu pemanfaatannya. Dalam aturan yang berlaku sebelumnya, SPT Masa PPN yang diberikan pengembalian pendahuluan meliputi SPT Masa PPN termasuk perbaikan pada SPT Masa PPN sampai dengan masa pajak pada bulan September 2020 dan paling lambat disampaikan pada tanggal 31 Oktober 2020. Sementara itu, yang tercantum dalam PMK 86/2020 mengenai SPT Masa PPN yang diberikan pengembalian pendahuluan meliputi SPT Masa PPN, termasuk

pembetulan SPT Masa PPN sampai dengan masa pajak pada Desember 2020 dan paling lambat disampaikan pada tanggal 31 Oktober 2020.

9. Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Heri (1999) dalam bukunya menyatakan kepatuhan adalah bentuk dari perilaku yang asalnya dari dorongan yang ada dalam diri manusia. Pernyataan berikut berkaitan dengan kepatuhan wajib pajak ketika terdapat dorongan dari dalam diri untuk membayar pajak, pada saat itulah jumlah wajib pajak yang ingin membayar pajak akan mengalami peningkatan, sehingga target yang telah direncanakan pemerintah dapat terealisasi.

Berdasarkan Peraturan Kementerian Keuangan Nomor 74/PMK.03/2012, tercantum kriteria kepatuhan wajib pajak yaitu berupa:

- a. Tepat waktu pada saat pembayaran SPT
- b. Tidak lagi memiliki tunggakan pajak untuk semua jenis tagihan pajak, kecuali telah mendapatkan izin untuk melakukan angsuran atau penundaan pembayaran pajak
- c. Melakukan pelaporan keuangan dan akan diaudit oleh akuntansi publik atau lembaga pengawas keuangan pemerintah dengan hasil audit pendapat wajar tanpa pengecualian selama tiga tahun berturut-turut
- d. Tidak pernah melakukan tindakan pidana, karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan kepatuhan pengadilan yang memiliki kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu selama 5 tahun terakhir

C. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sosialisasi pajak adalah upaya Direktorat Jenderal Pajak yang dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat, khususnya Wajib Pajak supaya dapat mengetahui tentang segala hal yang berkaitan tentang perpajakan, baik dari segi peraturan maupun tata cara perpajakan dan melalui metode-metode yang tepat (Mahadianto dan Astuti 2017). Setelah pemerintah mengeluarkan peraturan menteri keuangan mengenai insentif PMK 86/2020 berarti diperlukannya sosialisasi, karena dapat memberikan pemahaman dan dapat dimanfaatkan oleh wajib pajak agar dapat meningkatkan kepatuhan bagi wajib pajak pada masa pandemi Covid-19. Berkaitan dengan hal tersebut, dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suardana dan Gayatri (2020) dan Diah (2019) yang menunjukkan hasil bahwa sosialisasi pajak

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Selain itu, penelitian Noza (2016) juga menunjukkan hasil serupa bahwa sosialisasi pajak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM. Pada penjelasan yang sudah dipaparkan di atas, maka hipotesis pertama yang digunakan dalam penelitian yaitu:

H1: Sosialisasi Pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

2. Pengaruh Pelayanan Fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Teori atribusi yang menjelaskan mengenai faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang diperlukan Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM di masa pandemi Covid-19. Dari faktor internal yaitu dalam persepsi dalam diri wajib pajak sendiri dan kesan dari lingkungan (direktorat jenderal pajak) akan berpengaruh terhadap penilaian wajib pajak mengenai pentingnya menjalankan kewajiban perpajakan. Anam, et al. (2016) menunjukkan hasil bahwa variabel pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Nababan (2019) dalam penelitian yang dilakukannya menunjukkan hasil bahwa pelayanan fiskus secara parsial maupun simultan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak KPP dan berpengaruh positif juga terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak maka akan meningkatkan pula tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis kedua yang digunakan dalam penelitian.

H2: Pelayanan Fiskus berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM

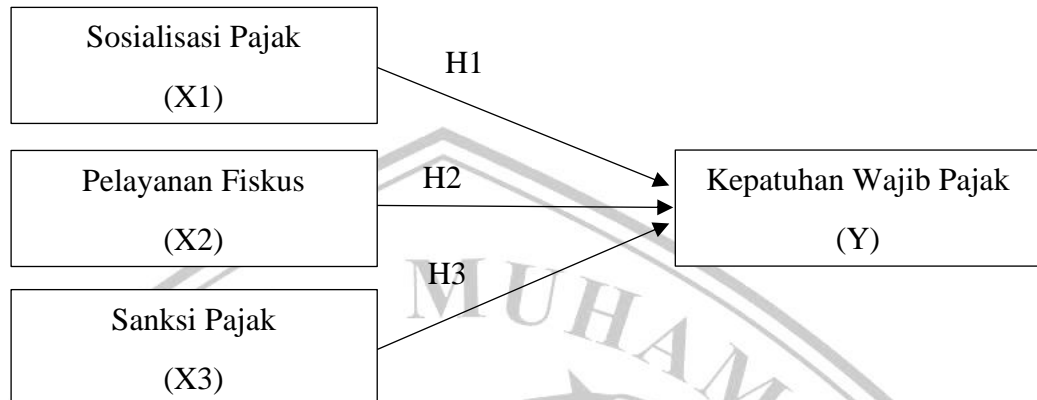
3. Pengaruh Sanksi Pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Sanksi pajak merupakan alat untuk mencegah pelaku wajib pajak agar tidak melakukan tindakan yang melanggar norma perpajakan (Winerungan 2013a). Ini berkaitan dengan wajib pajak yang terlebih dahulu mendapatkan pengetahuan mengenai apa saja mengenai perpajakan. Narti dan Nurhasanah (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM. Arifin dan Nasution (2017) menunjukkan hasil yang sama bahwa sanksi perpajakan berpengaruh signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis ketiga yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

H3: Sanksi Pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM

D. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1: Skema Kerangka Penelitian

Penjelasan mengenai kerangka penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen: Sosialisasi Pajak (X1), Pelayanan Fiskus (X2), dan Sanksi Pajak (X3)
2. Variabel Dependen: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y)