

**PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, TARIF PAJAK,
SANKSI PAJAK, DAN PEMBERIAN INSENTIF PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI
PEMILIK UMKM BIDANG FASHION KOMUNITAS E-UKM
KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMMAD ZAINAL MUTTAQIN

NIM G92218085



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Muhammad Zainal Muttaqin

NIM : G92218085

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi

Judul Skripsi : Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Pajak, Dan Pemberian Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik UMKM Bidang Fashion Komunitas E-UKM Kota Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 08 Juli 2022
Saya yang menyatakan,



Muhammad Zainal Muttaqin
G92218085

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Zainal Muttaqin NIM G92218085 ini telah diperiksa dan disetujui untuk di munaqasahkan.

Surabaya, 08 Juli 2022

Pembimbing



Dr. IMAM BUCHORI, SE., M.Si
NIP : 196809262000031001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Zainal Muttaqin NIM. G92218085 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Senin, 18 Juli 2022 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam bidang Akuntansi.

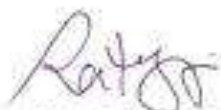
Majelis Munaqosah Skripsi :

Penguji I



Dr. Imam Buchori, SE., M.Si
NIP. 196809262000031001

Penguji II



Ratna Anggraini Aripriatiwi, S.E., M.S.A., Ak., CA
NIP. 198905282019032014

Penguji III



Dwi Koerniawati, S.E., M.A., Ak., CA
NIP. 198507122019032010

Penguji IV



Mohammad Dhyul Mullihin, S.E.L., M.F
NIP. 202202001

Surabaya, 18 Juli 2022

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I

NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Zainal Muttaqin
NIM : G92218051
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Akuntansi
E-mail address : mzainalm06@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Pajak, Dan Pemberian Insentif Pajak

Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik Umkm Bidang Fashion Komunitas

E-UKM Kota Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 08 September 2022

Penulis

(Muhammad Zainal Muttaqin)

nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Pajak, Dan Pemberian Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik Umkm Bidang Fashion Komunitas E-UKM Kota Surabaya” bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, dan pemberian insentif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan data primer berupa kuesioner yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik Umkm Bidang Fashion Komunitas E-UKM Kota Surabaya. Teknik pemilihan sampel menggunakan sampling jenuh dengan sampel yang diperoleh sebanyak 80 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan software SPSS versi 25 yang bertujuan untuk menguji pengaruh sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, dan pemberian insentif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi secara parsial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel sosialisasi perpajakan, tarif pajak, insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi, sedangkan variabel sanksi pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan bagi Wajib Pajak Orang Pribadi agar tetap memenuhi kewajiban membayar pajaknya di masa pandemi Covid-19 dan semakin meningkatkan tingkat kepatuhan pajaknya. Bagi pemerintah khususnya Direktorat Jendral Pajak diharapkan agar tetap melakukan segala kegiatan baik sosialisasi perpajakan, penerapan tarif pajak, pemberian sanksi, dan pemberian insentif pajak dengan semaksimal mungkin dan sesuai dengan ketentuan umum perpajakan yang berlaku di masa pandemi Covid-19 ini, agar dapat meminimalisir terjadinya celah yang dapat dimanfaatkan oleh Wajib Pajak dalam meloloskan diri dari membayar pajak yang berakibat menurunnya tingkat kepatuhan wajib pajak serta berdampak pada tidak tercapainya target realisasi penerimaan negara.

Kata kunci: Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Pajak, Insentif Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB 2.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Teoritis.....	13
2.1.1 Akuntansi Keperilakuan	13
2.1.2 Teori Atribusi.....	14
2.1.3 Teori <i>Planned Behavior</i>	17
2.1.4 Sosialisasi Perpajakan.....	19
2.1.5 Tarif Pajak.....	20
2.1.6 Sanksi Pajak.....	22
2.1.7 Insentif Pajak	23
2.1.8 Kepatuhan Wajib Pajak	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Pengembangan Hipotesis	41
2.4 Kerangka Konseptual.....	46
BAB 3.....	47
METODE PENELITIAN.....	47

3.1	Pendekatan Penelitian	47
3.2	Lokasi Penelitian.....	47
3.3	Definisi Operasional.....	47
3.4	Populasi dan Sampel	53
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	54
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.7	Teknik Analisis	55
3.8	Kriteria Pengujian Hipotesis	57
BAB 4.....		61
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		61
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	61
4.2	Hasil Penelitian	62
4.2.1	Karakteristik Responden.....	62
4.2.2	Uji Kualitas Data	64
4.2.3	Statistik Deskriptif	67
4.2.4	Uji Regresi Linear Berganda	68
4.2.5	Uji Asumsi Klasik.....	70
4.2.6	Uji Hipotesis	73
4.3	Pembahasan.....	76
4.3.1	Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	76
4.3.2	Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	78
4.3.3	Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	80
4.3.4	Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	83
BAB 5.....		87
PENUTUP.....		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	88
5.3	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA		90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Grafik kontribusi UMKM terhadap perekonomian tahun 2016-2020	2
Tabel 1. 2 Kinerja UMKM Berdasarkan Omzet Tahun 2018 - 2020.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Indikator Sosialisasi Perpajakan	48
Tabel 3. 2 Indikator Tarif Pajak	49
Tabel 3. 3 Indikator Sanksi Pajak	50
Tabel 3. 4 Indikator Insentif Pajak.....	51
Tabel 3. 5 Indikator Kepatuhan Wajib Pajak.....	52
Tabel 4. 1 Data Sampel Penelitian	61
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	62
Tabel 4. 3 Ketentuan Responden berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 4 Ketentuan Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4. 5 Ketentuan Responden berdasarkan Lama Memiliki NPWP	63
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Sosialisasi Perpajakan	65
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Tarif Pajak.....	65
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Sanksi Pajak	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Insentif Pajak.....	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kepatuhan Wajib Pajak.....	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif	67
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel 4. 14 Uji Normalitas.....	71
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4. 16 Uji T	74
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	46
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas	73



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

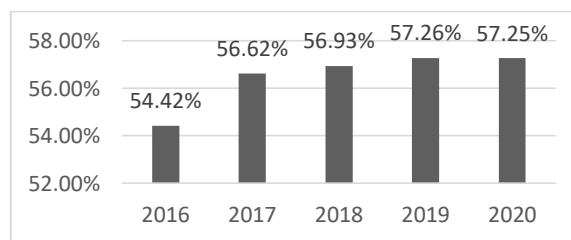
Dampak dari adanya wabah covid 19 sangat berpengaruh terhadap perekonomian global. Hampir seluruh perusahaan terdampak yang berakhir dengan penurunan pendapatan, pengurangan karyawan hingga gulung tikar (bangkrut). Kondisi perusahaan yang memburuk juga berdampak dengan menurunnya penerimaan pajak dan perlambatan pertumbuhan ekonomi secara nasional. Kontribusi sektor perpajakan yang besar di masa pandemi saat ini mengalami penurunan, ditambah pembengkakan biaya sebesar Rp 945,8 triliun hasil dari meningkatnya kerugian sebesar 6,1% dari produk domestik bruto. Alasan yang lain yaitu biaya untuk menangani wabah Covid-19 dan penstabilan ekonomi yang membutuhkan biaya besar (Arief Masdi, 2021).

Sebagai sumber pendapatan untuk menyediakan dana bagi pengeluaran negara, perpajakan memegang peranan penting dalam pembangunan suatu negara. Data realisasi pendapatan nasional 2019-2021 yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan jika dibandingkan dengan pendapatan sektor lain, pendapatan nasional sektor pajak merupakan yang terbesar, dan selalu meningkat dari tahun ke tahun. Dalam tiga tahun terakhir, rata-rata kontribusi sektor perpajakan mencapai 80,33% dari total pendapatan negara (BPS, 2021).

Penerimaan pajak negara berasal dari berbagai sumber, salah satunya adalah UMKM. Suahasil Nazara selaku wakil menteri keuangan mengutarakan guna mengetahui pemulihan penerimaan pajak, salah satu indikator yang dapat dijadikan acuan adalah banyaknya pelaku umkm yang memanfaatkan fasilitas pajak penghasilan (PPh) final (Atpetsi, 2021). Sebelum adanya pandemi menurut data dari Direktorat Jenderal (Dirjen) Pajak Kementerian Keuangan (Kemenkeu), pada tahun 2019 tercatat bahwa wajib pajak yang melakukan pembayaran pajak sebanyak 2,31 juta wajib pajak, jumlah tersebut mencakup wajib pajak orang pribadi (OP) sebanyak 2,05 juta orang dan wajib pajak badan UMKM sebanyak 257.000 perusahaan (Santoso, 2020).

Keberadaan UMKM memang cukup penting di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2018, UMKM mampu menyerap hingga 97% dari total tenaga kerja, menyediakan 99% dari total lapangan kerja, dan menyumbang 61,07% dari total PDB nasional (Slamet Riyadi, 2020). Selain itu, setiap tahunnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian wilayah Jawa Timur selalu mengalami peningkatan, seperti pada grafik berikut ini:

Tabel 1. 1 Grafik kontribusi UMKM terhadap perekonomian tahun 2016-2020



Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi

Jawa Timur Tahun 2020

Namun pada tahun 2020 dikarenakan adanya pandemi covid-19 ini membuat banyak UMKM yang sudah lama berdiri terpengaruh akibat pandemi covid-19 sehingga pelaku UMKM harus mencari alternatif lain untuk mempertahankan usahanya atau menutup usahanya karena mereka tidak menghasilkan pendapatan bahkan mengalami kerugian. Bank Indonesia memaparkan sebesar 87,5% UMKM terpengaruh akibat pandemi ini, disisi lain sebesar 93,2% terdampak negatif pada sisi penjualan. (Saputra, 2021). Berdasarkan laporan perhitungan nilai tambah bruto yang dipaparkan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur, kinerja UMKM mulai tahun 2018 telah mengalami penurunan.

Tabel 1. 2 Kinerja UMKM Berdasarkan Omzet Tahun 2018 - 2020

Kinerja UMKM Berdasarkan Omzet Tahun 2018 - 2020		
Tahun	Omzet	Persentase
2018	Rp 3.071.019,79	39%
2019	Rp 2.769.954,71	35%
2020	Rp 2.097.808,08	26%
Total	Rp 7.938.782,58	100%

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2019 omzet UMKM mengalami penurunan sebanyak 4%, lalu pada tahun 2020 mengalami penurunan hampir 10%. Hal ini dikarenakan banyak pelaku UMKM diberbagai sektor yang mengalami kesulitan dalam pemenuhan bahan baku utama seperti bidang fashion yang sulit untuk memasok bahan baku kain. Pemerintah bekerjasama dengan Indosat untuk melakukan survei kepada pelaku UMKM di Indonesia melalui program Pembangunan Perserikatan Bangsa-Bangsa atau *United Nations*

Development Programme dengan hasil yang menunjukkan bahwa terdapat penurunan pendapatan pada UMKM di bidang fashion, garmen, dan aksesoris. Hal ini disebabkan karena pada masa PPKM penjualan dan produksi 54% UMKM tersebut mengalami penurunan hingga dua kali lipat (Maesaroh, 2021).

Dengan menurunnya kegiatan UMKM mempengaruhi terjadinya penurunan terhadap penerimaan PPh Final dari tahun 2020 ke tahun 2021. Pada bulan Desember tahun 2020 PPh Final menyentuh angka sebesar 112,59 (triliun rupiah) dan di bulan Desember 2021 sebesar 97,34 (triliun rupiah), hal ini menyebabkan terjadinya penurunan penerimaan PPh Final sebesar 7% dari tahun sebelumnya (Kemenkeu, 2021). Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki juga mengungkapkan kontribusi pajak UMKM terhadap penerimaan pajak negara masih rendah. Oleh sebab itu, ia mengharap para pelaku UMKM untuk patuh membayar pajak (Catriana, 2021). Kondisi tersebut menuntut pemerintah untuk membuat alternatif lain untuk memulihkan stabilitas ekonomi Indonesia, pemerintah mengambil kebijakan dengan memberikan insentif pajak untuk menanggapi masalah yang terjadi di kegiatan bisnis UMKM. Melalui Kementerian Keuangan, Pemerintah menerbitkan Pajak Penghasilan Final Usaha Mikro Kecil Menengah DTP (Ditanggung Pemerintah) yang dijabarkan dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 82/PMK.03/2021 mengenai: Perubahan atas PMK No.9/PMK.03/2021 tentang Insentif Perpajakan Bagi Wajib Pajak yang terkena dampak dari virus Covid-19.

Namun hal tersebut tidak cukup baik direspon oleh para pelaku UMKM, menurut data Dirjen Pajak (DJP) per tahun 2020, total UMKM yang memanfaatkan fasilitas PPh final UMKM DTP baru 201.880 atau 10% dari 2,3 juta wajib pajak UMKM terdaftar. Rendahnya minat UMKM memanfaatkan insentif pajak ini tentu patut dipertanyakan. Rendahnya minat pelaku usaha UMKM memanfaatkan insentif pajak dapat disebabkan beberapa hal. Pertama, kurangnya daya tarik insentif itu sendiri. Selama pandemi Covid-19, banyak UMKM yang hampir tutup. Karena kurangnya pembeli, UMKM kesulitan cashflow dan yang kedua kurangnya pemahaman tentang kebijakan insentif pajak yang relevan. Hal ini menjadi pemicu tersendiri bagi Direktorat Jendral Pajak dalam upaya menumbuhkan kepatuhan dan kontribusi pendapatan pelaku UMKM di masa pandemic (Roma Hotmaria Bakkara, 2020).

Selain itu berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh supriyati (2018) menyatakan dengan didasarkan dari *motivational posture* (Braithwaite 2003) bahwa hal yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak seseorang banyak berasal dari individu wajib pajak itu sendiri. Wajib pajak menganggap kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah sebagai kewajiban yang akan selalu dilakukan sepanjang masa, salah satu aspek yang mempengaruhi adalah pemeriksaan pajak dan sanksi pajak. Namun, pada kondisi saat ini tentu akan sulit untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, bahkan terdapat kemungkinan wajib pajak bersedia untuk dikenakan sanksi pajak.

Untuk memberikan keringanan pajak kepada para pemilik UMKM, pemerintah memberi insentif pajak berupa PPh Final yang Ditanggung Pemerintah untuk UMKM. Namun, adanya insentif pajak tersebut masih mengakibatkan kepatuhan pajak mengalami masalah dengan dilihat dari masih tingginya angka penerbitan SP2DK (Surat Permintaan Penjelasan atas Data dan/atau Keterangan) (Arief 2021). SP2DK adalah sebuah surat yang dibuat oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP) yang berisi tentang permintaan pertanggungjawaban tentang data atau informasi kepada wajib pajak tentang pemenuhan kewajiban perpajakan wajib pajak tersebut, apakah sudah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Artinya SP2DK akan dibuat apabila wajib pajak terbukti tidak memenuhi kewajiban Wajib Pajak, yang secara tidak langsung banyak wajib pajak yang masih kesulitan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan masalah yang terjadi terkait kepatuhan, pemerintah berupaya dengan berbagai cara untuk mendorong pengembalian pajak secara sukarela dan mengoptimalkan penerimaan pajak dari pelaku UMKM dengan berbagai cara. Menurut (McKerchar, 2003) sikap kena pajak yang mengarah pada kepatuhan pajak yang rendah memiliki dua Ketentuan, yaitu ketidakpatuhan karena ketidaktahuan dan ketidakpatuhan yang disengaja. Wajib pajak tidak memahami pelaksanaan kewajiban dan hak perpajakannya, seperti proses perhitungan pajak terutang, mengakibatkan wajib pajak tidak membayarkan pajaknya dan

memberitahukan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) yang sebenarnya menjadi kewajiban wajib pajak. Minimnya kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak pemerintah terkait perpajakan dengan objek para pelaku UMKM menjadi faktor utama dalam upaya mengatasi masalah ini, karena hal tersebut juga nantinya dapat menyebabkan UMKM tidak memanfaatkan insentif pajak yang diberlakukan oleh pemerintah di masa pandemi ini.

Di sisi lain, ketidakpatuhan yang disengaja adalah upaya sadar untuk menghindari pajak, seperti menurunkan omset untuk mengurangi pajak yang dibayarkan, jika dibandingkan dengan industri lain, UMKM masih menjadi penyumbang terbesar terhadap PDB. Untuk mengatasi masalah tersebut pemerintah melakukan reformasi pada kebijakan seperti memberikan sanksi yang nantinya diharapkan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak untuk mematuhi peraturan perundang-undangan dan membayar pajaknya tepat waktu. Penerapan sanksi administrasi berupa (bunga, denda) dan pidana (penjara) dapat mendorong wajib pajak untuk taat terhadap peraturan perpajakan. Namun implementasi sanksi tersebut harus tetap konsisten dan diterapkan bagi semua wajib pajak yang melalaikan kewajiban perpajakannya (Sulistyo, 2020).

Menurut Penelitian sebelumnya, kepatuhan wajib pajak dipengaruhi beberapa faktor meliputi Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak, dan Insentif Pajak. Sosialisasi perpajakan merupakan upaya yang dilakukan Dirjen Pajak guna memberi pemahaman informasi dan bimbingan kepada masyarakat terlebih wajib

pajak dalam semua hal yang mencakup perpajakan dan undang-undang perpajakan. Penelitian Nastiti Citra Dewi dan Seandy Ginanjar (2016), Narti Eka Putri dan Nurhasanah (2019), dan Muhamad Birul Walidain (2021), memperoleh hasil sosialisasi pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini berbeda dengan penelitian Nazilatul Khunaina Il Khafa Ainul dan Susanti (2021) yang menunjukkan bahwa sosialisasi pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Tarif pajak adalah dasar penentu besarnya pajak terhadap objek pajak yang dimiliki wajib pajak. Penelitian Komang Putra Suardana dan Gayatri (2020), dan Ahmad Isnaeni, dkk (2021) memperoleh hasil tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berbeda dengan hasil penelitian lain yang dilakukan Dessy Putri Romansyah dan Fidiana (2020) membuktikan bahwa tarif pajak tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Sanksi pajak merupakan tindakan yang akan diberikan terhadap wajib pajak atau pejabat terkait yang telah melanggar dengan sengaja atau karena kelalaiannya. Penelitian yang dilakukan Narti Eka Putri dan Nurhasanah (2019), Faradilla Savitri dan Elva Nuraina (2017) menerangkan bahwa hukuman pajak mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Bebanding dengan penelitian Afeni Maxuel dan Anita Primastiwi (2021) dan penelitian Faizatul Azizah (2019) yang menyatakan bahwa variabel sanksi pajak tidak mempengaruhi variabel kepatuhan wajib pajak.

Insentif Pajak adalah bagian dari alat yang kerap kali digunakan oleh negara untuk memikat investasi ke negaranya. Penelitian yang dilakukan oleh N M Ayu Sumia Dewi, I W Karmana, dan I W Purwanta Suta (2021), dan Muhamad Birul Walidain (2021) memperoleh hasil insentif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berbeda dengan penelitian Syanti Dewi, dkk (2020) yang membuktikan insentif pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan pemaparan tersebut, masih terdapat inkonsistensi hasil dari penelitian sebelumnya, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti kembali topik tersebut guna mengetahui aspek-aspek yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yang diteliti menggunakan empat variabel bebas yaitu variabel Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Pajak, dan Insentif Pajak. Selain hasil yang tidak konsisten, secara spesifik Menteri Koperasi dan UMKM (Menkop) mengatakan bahwa kontribusi pajak UMKM masih sangat rendah. Ditambah terjadinya penurunan PPh Final sebesar 15% dari tahun 2020 ke tahun 2021. Pemerintah berharap dengan diterbitkannya Pajak Penghasilan Final UMKM yang Ditanggung Pemerintah (DTP) diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 82/PMK.03/2021 mengenai: Perubahan atas PMK No.9/PMK.03/2021 mengenai Insentif Perpajakan Bagi Wajib Pajak yang terkena dampak oleh pandemi Covid-19 bisa mengatasi masalah kontribusi pajak UMKM.

Hal tersebut memberikan motivasi peneliti untuk melakukan penelitian tentang kepatuhan perpajakan khususnya kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM Bidang Fashion Komunitas E-UKM Kota Surabaya. Peneliti mengangkat penelitian tersebut dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Pajak, Dan Pemberian Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik UMKM Bidang Fashion Komunitas E-UKM Kota Surabaya, Jawa Timur”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang fashion komunitas E-UKM Kota Surabaya?
2. Apakah tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang fashion komunitas E-UKM Kota Surabaya?
3. Apakah sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang fashion komunitas E-UKM Kota Surabaya?
4. Apakah Insentif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang fashion komunitas E-UKM Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang fashion komunitas E-UKM Kota Surabaya

2. Untuk menguji pengaruh tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang fashion komunitas E-UKM Kota Surabaya
3. Untuk menguji pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang fashion komunitas E-UKM Kota Surabaya
4. Untuk menguji pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang fashion komunitas E-UKM Kota Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

A. Bagi Penulis

Peneliti berharap bahwa penelitiannya dapat memberikan wawasan, pengetahuan, dan referensi terkait aspek-aspek yang dapat mempengaruhi ketaatan wajib pajak orang pribadi UMKM serta dapat meningkatkan kapabilitas dalam berpikir sehingga dapat memecahkan masalah dan memberikan solusi di masa yang akan datang.

B. Bagi Akademisi

Hasil atas penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta referensi dalam bidang perpajakan terlebih mengenai aspek-aspek yang mampu mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM di masa pandemi.

1.4.2 Manfaat Praktis

A. Bagi Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai penambah wawasan dan pengetahuan kepada wajib pajak orang pribadi pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah terkait pelaksanaan wajibnya dalam membayar pajak sebagai usaha dalam menaikkan penerimaan yang akan dipakai untuk alokasi dana mengolah Negara.

B. Bagi Pemerintahan

Hasil dari penelitian ini berguna meningkatkan referensi bagi pemerintahan khususnya dirjen pajak terkait faktor yang mampu mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm sehingga dapat merumuskan kebijakan yang fleksibel dan tepat.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Akuntansi Keperilakuan

(Lubis, 2011) mengartikan akuntansi keperilakuan bagaikan sub-disiplin ilmu akuntansi yang menyertakan beberapa sudut pandang perilaku manusia yang berhubungan dengan cara dalam mengambil sebuah keputusan ekonomi. Dalam usaha mempertahankan UMKM di masa pandemi, wajib pajak orang pribadi sangat sulit dalam menentukan keputusan yang tepat, khususnya memberi keputusan terkait tanggung jawab kewajiban perpajakan.

Pada awalnya berkembangnya penelitian akuntansi keperilakuan mengutamakan pada sudut pandang akuntansi manajemen yang berfokus pada proses penganggaran. Tetapi, lingkungannya semakin berkembang ke akuntansi keuangan, audit, dan sistem informasi akuntansi. Dapat dikatakan, pengertian *behavioral accounting* yaitu ilmu dari perilaku seorang akuntan maupun bukan akuntan yang disebabkan kegunaan dari akuntansi dan pelaporannya. (Lubis, 2011) mengungkapkan akuntansi keperilakuan merupakan ilmu baru yang berkaitan dengan sikap individu, kelompok, maupun organisasi bisnis, terutama yang berkaitan dengan sistem informasi akuntansi dan audit. Penelitian tentang sikap akuntan atau bukan akuntan sangat terpengaruh oleh kegunaan akuntansi

dan laporan keuangan. *Behavioral accounting* membahas berbagai masalah terkait :

- 1) Keputusan yang diambil oleh seorang yang berprofesi sebagai akuntan perusahaan maupun akuntan publik.
- 2) Akibat yang ditimbulkan dari kegunaan akuntansi, seperti kesertaan pada perancangan anggaran, sebuah kriteria sistem informasi, dan juga manfaat dari pemeriksaan pada tingkah laku karyawan, manajer, investor, dan wajib pajak.
- 3) Akibat yang muncul dari manfaat-manfaat yang ada, seperti pengetahuan akuntansi dan pengambilan keputusan dalam sebuah keputusan ekonomi.

2.1.2 Teori Atribusi

Teori atribusi merupakan teori yang menjelaskan perilaku manusia. *Attribution Theory* menjelaskan bahwa ketika seseorang mampu menilai perilaku seseorang, sehingga dia mencoba untuk memastikan apakah perilaku tersebut disebabkan oleh pengaruh dari dalam ataupun dari luar (Arfan Ikhsan Lubis, 2011). Sikap dari pengaruh internal yaitu sikap yang berasal dari kendali seorang individu, sedangkan sikap dengan pengaruh eksternal yaitu sikap yang dipengaruhi oleh faktor eksternal lainnya, seperti faktor situasional dan lingkungan. Hal Ini berarti bahwa individu bertindak sesuai situasi atau keadaan lingkungan (Arfan Ikhsan Lubis, 2011).

Attribution Theory tidak dapat dipisahkan dengan sikap individu yang menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan pikiran dan tindakannya sendiri. Gambaran teori atribusi adalah bahwa seseorang berusaha mencari wawasan dan memahami alasan orang lain bertindak berdasarkan perilaku, dimana perilaku dapat menimbulkan banyak Ketentuan (Heider dalam Marjan, 2014).

Menurut Heider dalam Marjan (2014) terdapat dua atribut yang dapat dibuat, atribut internal dan atribut eksternal. Atribusi internal adalah orang yang berperilaku melalui aspek internal seperti sikap, perilaku dan sifat Anda, sedangkan atribut eksternal merupakan orang yang bersikap karena dipicu oleh aspek eksternal.

Arfan Ikhsan Lubis (2011) menyatakan bahwa hubungan antara teori atribusi dan kepatuhan pajak sedemikian rupa sehingga kepatuhan atau ketidakpatuhan terhadap perilaku manusia dalam melaksanakan kewajiban perpajakan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor intrinsik yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak antara lain kesadaran wajib pajak, status keuangan wajib pajak, dan pengetahuan wajib pajak. Sedangkan faktor eksternal meliputi dampak terhadap kepatuhan pajak, sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak dan insentif pajak.

Penentu apakah sikap tersebut berasal dari internal atau eksternal dapat dibedakan menjadi tiga aspek, yaitu:

a. Kekhususan

Kekhususan ini menyangkut tentang perbedaan perilaku seorang saat menghadapi situasi yang berbeda. Perilaku disebabkan dari faktor internal apabila perilaku beresifat biasa. Sebaliknya, perilaku disebabkan oleh faktor eksternal apabila bersifat tidak biasa

b. Konsensus

Konsensus adalah tentang apakah seseorang memiliki respon yang sama pada saat dihadapkan dengan situasi yang sama. Jika hasil konsensus rendah, dapat diasumsikan bahwa tindakan tersebut disebabkan oleh pengaruh internal. Sebaliknya, jika konsensus tinggi, maka dapat diprediksi bahwa tindakan tersebut berasal dari pengaruh eksternal.

c. Konsistensi

Konsistensi mengacu pada keyakinan individu dalam merespons secara sesuatu dengan cara yang sama. Individu mungkin lebih yakin jika tindakan tersebut disebabkan karena faktor internal. Di sisi lain, individu mungkin lebih tidak konsisten jika disebabkan oleh faktor eksternal.

Teori atribusi mengelompokkan dua hal yang berbeda dan mendistorsi makna atribusi itu sendiri. Yang pertama adalah kesalahan identifikasi mendasar yang mengabaikan pertimbangan pengaruh faktor eksternal daripada faktor

internal. Dan kedua, seseorang cenderung menanamkan gagasan bahwa penyebab kesuksesan adalah akibat dari faktor internal, sedangkan kegagalan adalah akibat dari faktor eksternal.

2.1.3 Teori *Planned Behavior*

Teori *Planned Behavior* (Perilaku yang direncanakan) merupakan pengembangan dari *reason action theory*. Fokus utama dari teori perilaku terencana yaitu niat individu untuk melakukan sikap spesifik yang dilakukan oleh individu atau kelompok. Niat disangka dapat memperlihatkan aspek-aspek motivasi yang memengaruhi karakter. Niat adalah tingkat seberapa tinggi orang dalam melakukan dan tingkat seberapa tinggi usaha yang dilaksanakan dalam berperilaku (Icek Ajzen, 2005).

Ada tiga aspek yang mempengaruhi tujuan independen dari konsep, yaitu Ketentuan etis, perilaku subjektif dan persepsi arah etis. Aspek pertama adalah perilaku etis, yang mengacu pada berapa lama seseorang telah membuat penilaian yang baik sesuai dengan etika yang relevan atau sebaliknya. Oleh karena itu, apabila tiap individu memiliki penilaian yang baik terhadap perilakunya sendiri, mereka akan cenderung berperilaku, sehingga ia percaya bahwa hal ini akan berdampak positif bagi dirinya maupun selain dirinya. Aspek kedua adalah norma subjektif. Aspek tersebut berdasarkan pada sikap sosial yang diperoleh tiap individu. Ketika individu mendapat dukungan dari lingkungannya untuk bertindak, maka norma subjektif menjadi positif. Aspek ketiga adalah

pandangan arah perilaku yang dapat dilaksanakan (*perceived behavioral control*). Faktor tersebut berdasarkan pada tingkat perasaan ketika melaksanakan perilaku. Maksud dalam menambahkan faktor tersebut yaitu untuk mengetahui keterbatasan yang dimiliki oleh tiap individu dalam melaksanakan perilaku tertentu. Suatu perilaku yang dilaksanakan atau tidaknya oleh individu tidak diindikasikan pada sikap dan norma subjektif, namun berpengaruh pada pandangan arah individu tersebut yang berdasarkan dari pemahaman terkait kontrol (*control belief*). Oleh karena itu, apabila semakin tinggi kontrol perilaku yang diterima maka semakin tinggi pula sikap dan norma perilaku sehingga semakin tinggi keinginan individu dalam melaksanakan perilaku yang ditinjau. Sekaligus kontrol perilaku dapat memengaruhi niat individu dalam melaksanakan perilaku dan memengaruhi perilaku individu.

Berdasarkan penjelasan di atas, *Theory Planned Behavior* (TPB) menjabarkan atas penggunaan perilaku kepatuhan wajib pajak. *Theory Planned Behavior* (TPB) pada penelitian ini menjabarkan seberapa pentingnya bahwa sikap, norma, subjektif dan pandangan arah perilaku yang diterima akan memengaruhi perilaku indisiplin wajib pajak sehingga berpengaruh pada sikap ilegal yang dilaksanakan oleh wajib pajak. Jika wajib pajak mempunyai perilaku dan sikap yang baik dalam membayar kewajiban perpajakan, maka dapat meningkatkan jumlah penerimaan suatu Negara.

Kepatuhan wajib pajak sangat berhubungan dengan perilaku dari wajib pajaknya sendiri, yaitu sikap wajib pajak yang dipengaruhi oleh niat individunya, sehingga *Planned Behavior Theory* (TPB) sangat penting untuk mendukung teori penelitian ini. Selain itu, tindakan yang dilakukan oleh fiskus selaku Dirjen Pajak dalam melaksanakan sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, dan insentif pajak harus sesuai dengan prinsip yang seharusnya. Apabila fiskus mempraktikkan sesuai dengan kebijakan dan peraturan yang berlaku, maka dengan menerapkan hal tersebut dapat menimbulkan niat dan tingkah laku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

2.1.4 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi adalah rancangan global yang dapat dijelaskan melalui metode belajar melewati hubungan dengan orang lain, terkait cara berpikir, perasaan, dan perilaku, yang keseluruhan tersebut krusial untuk mewujudkan keikutsertaan sosial yang efektif (Wurianti, Exti Lusiani Ega dan Subardjo, 2015).

Sosialisasi perpajakan adalah kegiatan yang bertujuan untuk menumbuhkan wawasan, pemahaman, informasi dan bimbingan kepada khalayak umum termasuk wajib pajak supaya dapat menerima informasi menyangkut segala aspek yang menyangkut perpajakan dan peraturan yang sejalan dengan perpajakan yang diberlakukan oleh Dirjen Pajak (Irwansah dan Muh. Akbal., 2014).

Regulasi Direktorat Jendral Pajak No.PER-03/PJ/2013 terkait Pedoman Penyuluhan Perpajakan menyebutkan maksud adanya pengarahan perpajakan adalah guna menaikkan pengetahuan dan kapasitas perpajakan, dan mengonversikan perilaku wajib pajak sehingga lebih bermakna dan tanpa menghiraukan dalam memadati hak dan kewajiban perpajakan.

(Herryanto, 2013) mengatakan, kegiatan sosialisasi atau konsultasi pajak bisa dilakukan menggunakan dua cara berikut ini.

- 1) Sosialisasi langsung adalah kegiatan pengenalan pajak, yang secara langsung mempengaruhi wajib pajak dan calon wajib pajak.
- 2) Sosialisasi tidak langsung adalah kegiatan pengenalan pajak yang tidak berkaitan langsung dengan wajib pajak atau calon wajib pajak. Sosialisasi dapat dilakukan dalam bentuk sosialisasi melalui televisi dan penyebaran surat kabar/brosur/selebaran pajak.

2.1.5 Tarif Pajak

Menurut Economic deterrence theory (EDT) menerangkan bahwa terdapat beberapa faktor yang memilih manfaat dan biaya untuk melaksanakan penangkalan pajak yang dapat mempengaruhi perilaku wajib pajak. Faktornya yaitu tarif pajak dan probabilitas dimana penangkalan pajak akan terindikasi sehingga melahirkan adanya denda (Latief et al., 2020).

Tarif pajak adalah standar dalam kaitannya dengan penetapan pajak atas barang kena pajak wajib pajak. Tarif pajak dirancang sesuai dengan

kelangsungan usaha wajib pajak yang berfokus pada sektor UMKM, yang mana kebanyakan didapati UMKM yang dalam proses pengembangan dengan kesehatan finansial yang tidak stabil, maka dari itu tarifnya harus meringankan dan penerapan maksimal serta berdasarkan keadilan (Zulma, 2020).

Permatasari (2013), menyatakan parameter untuk mengetahui tarif pajak merupakan prinsip kapabilitas dalam pembayaran pajak dan tarif pajak yang diimplementasikan di Indonesia. (Abdulsalam Mas'ud, 2014) menyatakan bahwa tingkat ketaatan pajak sektor UMKM dapat menurun dikarenakan tarif pajak yang tinggi sehingga arus kas kecil UMKM dapat terdistrubsi dan pada akhirnya sektor ini diberikan stimulus dalam membayar tarif pajak. Tetapi, pada faktanya ketika UMKM diberikan tarif yang lebih rendah tidak dapat menjamin bahwa wajib pajak dapat lebih patuh. Oleh karena itu, diperlukan sanksi yang tepat untuk wajib pajak yang tidak taat.

Seidu (2015) menyatakan bahwa pembayaran yang gagal pada pajak dapat disebabkan oleh tingginya tingkat tarif pajak yang diimplementasikan oleh pemerintah sehingga banyak UMKM yang tidak taat pajak. Hal ini dapat menjadi masalah besar jika tidak dipikirkan dengan matang, tak terhitung wajib pajak akan lalai dalam membayar pajak dikarenakan tarif pajak yang relatif tinggi, hal ini mengakibatkan wajib pajak yang lalai dalam memenuhi kewajibannya bahkan berusaha menghindar dari pajak (Zulma, 2020). Tarif pajak disusun melalui segala pertimbangan yang memungkinkan untuk keberlangsungan usaha

yang dilihat dari sektor keuangan dan ekonomi. Selain itu, sejak pandemi terjadi akan dikaji apakah tarif pajak berdampak terhadap kepatuhan wajib pajak selama masa covid-19.

2.1.6 Sanksi Pajak

Sanksi perpajakan adalah pengendalian atau pengawasan pemerintah untuk memastikan bahwa warga negara mematuhi peraturan perundang-undangan untuk mencegah wajib pajak melanggar kewajiban perpajakannya (Siti Kurnia Rahayu, 2017). Jadi dapat dikatakan bahwa sanksi perpajakan merupakan jaminan yang diberikan oleh pemerintah untuk mencegah wajib pajak yang tidak patuh melanggar aturan perpajakan dan kewajiban perpajakan. Khusus pelaku UMKM yang tidak taat kepada pajak dapat membuat rugi negara dan usahanya itu sendiri, dikarenakan pada akhirnya pelaku UMKM tersebut akan dikenakan sanksi, yaitu berupa ancaman hukuman.

Berikut adalah ancaman hukuman yang akan diterima oleh pelaku UMKM yaitu :

1) Sanksi Administrasi

Sanksi administrasi yang dapat diterapkan kepada pelaku UMKM tidak taat terhadap pajak dapat berbentuk bunga, kenaikan, dan denda.

Terdapat tiga bentuk sanksi administrasi, yaitu :

- a) Sanksi denda dan besaran denda ditentukan berdasarkan besaran total yang spesifik, persentase dari total yang spesifik, dan angka perkalian dari total yang spesifik
 - b) Sanksi bunga dapat diterapkan kepada pelaku UMKM yang tidak taat terhadap kewajiban pajaknya
 - c) Sanksi kenaikan adalah sanksi ketika pelaku UMKM tidak taat terhadap kewajiban pajaknya sehingga sanksi ini dapat melipat gandakan pembayaran akan pajaknya
- 2) Sanksi Pidana

Sanksi pidana dapat diterapkan kepada pelaku UMKM yang dimana dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) salah secara sengaja atauun tidak disampaikan. Hukuman pidana yang bisa diterapkan kepada pemilik UMKM yang tidak taat terhadap pajak, antara lain kurungan penjara dan denda.

Hal tersebut dapat diatasi dengan mengisi Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) dengan nilai nominal yang sesuai, mengisi faktur pajak secara utuh, tidak melakukan tindak pidana perpajakan, dan selalu menyetorkan laporan pajak dan SPT Tahunan secara tepat periode.

2.1.7 Insentif Pajak

Insentif pajak merupakan dorongan yang diterapkan pemerintah kepada wajib pajak yang diharapkan dapat mendorong wajib pajak untuk mematuhi

peraturan perpajakan. Penggunaan pajak tidak hanya untuk menciptakan pendapatan pemerintah, tetapi juga memberikan dorongan bagi pembangunan ekonomi di daerah-daerah tertentu. Alasan mengapa beberapa negara berkembang memberikan insentif pajak adalah untuk mengimbangi kelemahan sistem perpajakan yang berlaku di negara tersebut.

Secara umum, ada empat jenis insentif perpajakan, yaitu: (a) pembebasan pajak, (b) penurunan basis pajak, (c) pengurangan pajak, (d) penangguhan pajak. Insentif pajak berupa pembebasan pajak merupakan jenis insentif yang sering digunakan. Wajib pajak diberikan oleh pemerintah berupa insentif, hak untuk tidak dikenakan pajak pada periode tertentu oleh pemerintah. Tetapi pemerintah perlu berhati-hati ketika memberikan insentif ini. Perlu diawasi periode insentif pajak ini diberikan dan seberapa lama investasi tersebut bisa membuahkan hasil. Contoh jenis insentif ini adalah pembebasan pajak.

Selama masa pandemi pemerintah memberikan perlakuan istimewa berupa penurunan tarif pajak, dan juga menerbitkan PPh Final UMKM ditanggung pemerintah. Merebaknya virus corona semakin membuat khawatir sektor ekonomi dan rentan bagi aspek perpajakan Indonesia. pemulihan pajak, sehingga berbagai kalangan wajib pajak taat pajak.

2.1.8 Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan berawal dari kata patuh yang artinya menuruti kewajiban atau taat pada kewajiban. Kepatuhan ialah sikap sesuai peraturan, taat terhadap

sesuatu atau seseorang. Ketaatan wajib pajak dapat disimpulkan sebagai sikap wajib pajak melakukan kewajiban perpajakannya berdasarkan aturan perpajakan yang ada (Lestari, 2017).

Kepatuhan wajib pajak terdiri dari ketaatan membukukan transaksi usaha, mengungkapkan aktivitas usaha berdasarkan peraturan yang berlaku, dan mentaati segala peraturan perpajakan lainnya. Dari ketiga jenis ketaatan tersebut, yang dapat dengan mudah diawasi adalah ketaatan dalam mengungkapkan aktivitas usaha dikarenakan semua wajib pajak harus melaporkan segala usahanya dalam bentuk Surat Pemberitahuan Tahunan Pajak (SPT) secara bulanan dan/atau tahunan Laporan Kegiatan.

Menurut Peraturan Menteri Keuangan No.74/PMK.03/2012 terkait tolak ukur ketaatan wajib pajak yaitu:

- 1) Menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) tepat periode.
- 2) Tidak pernah mempunyai utang pajak kecuali telah mendapatkan izin untuk membayar secara mencicil atau memundurkan pembayaran pajak.
- 3) Laporan keuangan sudah diperiksa oleh akuntan publik dan LPKP dengan asumsi wajar tanpa syarat selama 3 tahun berturut-turut.
- 4) Tidak pernah terlibat tindak pidana bidang perpajakan selama 5 tahun terakhir.

Ketaatan wajib pajak bisa dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu :

1) Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang didasarkan pada wajib pajak yang berkaitan dengan karakter orang pribadi dalam rangka memotivasi mereka untuk membayar kewajiban perpajakan.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar wajib pajak, contohnya lingkungan dan situasi sekitar wajib pajak.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut pandangan dari para peneliti sebelumnya yang menjadi pedoman pada penelitian ini yang dijabarkan dalam tabel pada halaman selanjutnya.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Pengukuran Variabel		Populasi dan Sampel	Teknik Analisis Data	Hasil yang diperoleh
		X	Y			
1.	Nastiti Citra Dewi dan Seandy Ginanjar (2016)	Sosialisasi pajak, Tingkat pendidikan, dan Sanksi pajak.	Kepatuhan wajib pajak.	Populasi pada penelitian ini yaitu wp orang pribadi yang terdaftar dalam KPP Pratama	Menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan perangkat lunak SPSS.	Pengetahuan perpajakan dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dan persepsi

				<p>Serang sebanyak 174.702 orang. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden ditentukan menggunakan rumus slovin</p>		<p>wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.</p>
2.	<p>Narti Eka Putri dan Nurhasanah (2019)</p>	<p>Sosialisasi pajak, Tingkat pendidikan, dan Sanksi pajak.</p>	<p>Kepatuhan wajib pajak.</p>	<p>Populasi dalam penelitian ini yaitu para pengusaha UKM yang terdaftar di Kecamatan Manggar Belitung Timur. Sampel</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu analisis regresi berganda</p>	<p>Sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Tingkat pendidikan tidak berpengaruh</p>

				dihitung menggunakan rumus slovin dengan hasil sebanyak 353 responden.		terhadap kepatuhan wajib pajak.
3.	Muhamad Birul Walidain (2021)	Insentif pajak, sosialisasi pajak dan <i>self assesment system</i>	Kepatuhan wajib pajak.	Populasi dalam penelitian ini yaitu UMKM yang berada di wilayah Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kediri. Sampel yang diambil pada penelitian	Menggunakan uji kualitas data, uji deskripsi, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan spss untuk mengolah data	Insentif pajak, sosialisasi pajak dan self assesment system berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

				ini menggunakan <i>purposive sampling</i> sebanyak 100 responden.		
4.	Komang Putra Suardana dan Gayatri (2020)	Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan perpajakan, dan Perhitungan tarif pajak	Kepatuhan wajib pajak.	Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa Akuntansi Universitas Udayana angkatan 2016 dan 2017 yang memiliki bisnis. Sampel pada penelitian menggunakan sampling jenuh yaitu sebanyak 30	Menggunakan Teknik Analisis Regresi Linier Berganda.	Sosialisasi perpajakan, perhitungan tarif pajak dan pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak mahasiswa pelaku UMKM.

				Responden		
5.	N M Ayu Sumia Dewi, I W Karmana, dan I W Purwanta Suta (2021)	Insentif pajak.	Kepatuhan wajib pajak	Populasi penelitian ini adalah UMKM yang memanfaatkan insentif perpajakan pada masa pandemi Covid-19 tahun 2020 yaitu sebanyak 1.786 Wajib Pajak Badan. Sampel yang digunakan adalah 95 wajib pajak UMKM badan.	Menggunakan analisis regresi linier sederhana	Insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM
6.	Ahmad	Tarif	Kepatuhan	Sumber	Menggunakan	Penurunan

	Isnaeni, Liya Ermawati, dan Ainul Fitri (2021)	Pajak	an wajib pajak	data pada penelitian ini adalah data Sekunder yaitu laporan Wajib Pajak UMKM Pada Kanwil DJP Bengkulu Lampung	n metode kuantitatif kausal	tarif pajak UMKM berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
7.	Elfin Siamena, Harijanto Sabijono, dan Jessy D.L Waronga	Sanksi pajak dan kesadaran wajib pajak.	Kepatuhan wajib pajak	Populasi pada penelitian ini yaitu wajib pajak orang pribadi pada KPP Pratama Manado. Sampel pada penelitian ini yaitu	Teknik analisis menggunakan analisis regresi berganda, analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis	Sanksi perpajakan dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Manado.

				wajib pajak orang pribadi. Sampel diambil menggunakan purposive sampling yaitu sebanyak 50 wajib pajak orang pribadi		
8	Faradilla Savitri dan Elva Nuraina (2017)	Sanksi Pajak	Kepatuhan wajib pajak	Populasi pada penelitian ini yaitu wp pribadi yang terdaftar sebagai karyawan di KPP Pratama	Menggunakan analisis regresi linier sederhana yang memuat uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji t	Sanksi pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama

				Madiun pada tahun 2016 sebanyak 43.651 wp. Sampel diambil menggunakan <i>an sampling incidental</i> yaitu berjumlah 385 responden.		Madiun
9	Zumrotun Nafiah, Sopi, dan Arini Novandalina. (2021)	Sanksi pajak, kesadaran wajib pajak, dan kualitas pelayanan pajak.	Kepatuhan wajib pajak	Populasi pada penelitian ini yaitu wp orang pribadi di wilayah KPP Pratama Pati berjumlah 35.471 orang.	Metode analisis yaitu Analisis Regresi Berganda, uji asumsi klasik	Sanksi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

				Sampel diambil menggunakan rumus slovin dengan hasil 100 responden.		orang pribadi di KPP Pratama Pati
10	Cynthia Chandra dan Amelia Sandra. (2020)	Tarif Pajak, sanksi pajak, dan kesadaran pajak.	Kepatuhan wajib pajak	Populasi pada penelitian ini yaitu wpop yang memiliki usaha di wilayah ITC Mangga Dua, sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden di ITC	Menggunakan statistik deskriptif, uji kuslitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis menggunakan spss versi 25	Tarif Pajak, sanksi pajak, dan kesadaran pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

				Manga Dua		
11.	Dwi Ariyanto, dan Dian Anita Nuswantara (2020)	Persepsi tarif pajak, kualitas pelayanan dan pengetahuan perpajakan.	Kepatuhan wajib pajak	Populasi pada penelitian ini adalah wajib pajak usaha kecil dan menengah di Kabupaten Sidoarjo. Sampel yang digunakan adalah 158 wajib pajak usaha mikro kecil dan menengah yang dipilih dengan menggunakan teknik simple random	Teknik analisis data menggunakan pendekatan <i>Structural Equation Model</i> (SEM) berbasis <i>Partial Least Square</i> (PLS).)	Hasil pengujian pengaruh langsung menunjukkan bahwa persepsi tarif pajak, kualitas pelayanan dan pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak bagi wajib pajak usaha mikro kecil dan menengah

				sampling.		
12.	Riris Rotua Sitorus (2020)	Insentif Pajak	Kepatuhan Wajib Pajak	Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai bagian pajak yang menggunakan e-faktur dan e-bupot dengan menggunakan metode tak acak (non probability sampling) yang dimana pemilihannya berdasarkan kriteria-kriteria subjektif tertentu.	Teknik analisis menggunakan Uji <i>Confirmatory Factor Analysis dan Goodness of Fit</i> dan uji hipotesis.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-faktur dan insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Insentif pajak juga mampu memoderasi, bahkan memperkuat pengaruh dari e-faktur terhadap kepatuhan wajib pajak.

				Dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden.		
13.	Fiqi Andreansyah dan Khoirina Farina (2022)	Insentif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak	Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Subyek penelitian merupakan dari seluruh pelaku usaha UMKM yang berada di Pasar Rebo, Jakarta Timur. Teknik penentuan sampel dengan ketentuan-ketentuan	Menggunakan analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Hasil riset ini adalah terdapat pengaruh positif dari insentif pajak, sanksi pajak, dan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

				seperti adalah pelaku usaha yang memiliki NPWP, dan melakukan usahanya di Pasar Rebo Jakarta Timur. Sampel terpilih sebanyak 100 wajib pajak UMKM.		
14.	Lita Novia Yulianti (2022)	Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Pemahaman	Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Populasi yang dipergunakan pada penelitian ini merupakan para wajib pajak pelaku	Teknik analisis yang digunakan Uji kualitas data meliputi : Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik yang	Hasil yang diperoleh adalah (1) sosialisasi memiliki pengaruh yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak,

		Insentif Pajak		UMKM (usaha Mikro kecil dan Menengah) yang sudah terdaftar di KPP Pratama Tegal serta yang pasti telah mempunyai NPWP. Serta sampel pada penelitian ini yaitu UMKM yg mendapatkan insentif pajak dan sudah terdaftar pada KPP Pratama Tegal	meliputi : Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Analisis Regresi Linier Berganda yang terdiri dari Pengujian Hipotesis, Uji Kelayakan Model, Uji Determinasi (R ²), Uji t.	(2) pemahaman insentif pajak memiliki pengaruh yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak, (3) kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
--	--	----------------	--	---	---	---

				dengan menggunakan perhitungan rumus Slovin yang berjumlah 99 responden		
15.	Anak Agung Ngurah Krisnadeva dan Ni Ketut Lely Aryani Merkusiwati (2020)	Tingkat pendapatan wajib pajak, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan	Kepatuhan Wajib Pajak	Populasi yaitu seluruh wajib pajak PKB aktif yang terdaftar di Kantor Bersama Samsat Kota Denpasar sejumlah 713.601. Sampel penelitian sebanyak 100	Teknik analisis data yaitu analisis regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan tingkat pendapatan wajib pajak, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar

				responden dihitung berdasarkan rumus Slovin dengan metode accidental sampling.		pajak kendaraan bermotor di Kota Denpasar.
--	--	--	--	--	--	--

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sebuah bentuk tindakan yang dilakukan oleh fiskus selaku Dirjen Pajak dalam mempengaruhi wajib pajak orang pribadi, yakni melaksanakan sosialisasi perpajakan yang ditujukan pada wp op sesuai dengan prinsip yang seharusnya yakni dengan cara yang baik dan benar dalam menyampaikan, sehingga dapat menimbulkan niat dan perilaku wajib pajak dalam memenuhi keharusan perpajakannya. Dalam *attribution theory* dikatakan bahwa sikap atau tingkah laku seseorang dapat disebabkan oleh aspek internal dan aspek eksternal. Aspek eksternal dapat berhubungan dengan sosialisasi pajak yang difasilitasi oleh DJP kepada para wajib pajak. Juga selaras dengan teori akuntansi berperilaku dengan adanya sosialisasi perpajakan membuat wp op memahami aturan perpajakan dan memutuskan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya

Dengan adanya sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh Dirjen Pajak kepada Wajib Pajak maka pemahaman, keterampilan dan pemahaman Wajib Pajak akan meningkat, hal ini menyebabkan wajib pajak merubah perilaku mereka agar semakin patuh terhadap kewajiban pajaknya.

Beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak, diantaranya penelitian yang dilakukan Nastiti Citra Dewi dan Seandy Ginanjar (2016), Narti Eka Putri dan Nurhasanah (2019), Komang Putra Suardana dan Gayatri (2020), Muhamad Birul Walidain (2021), dan Lita Novia Yulianti (2022).

H₁ : Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik UMKM Bidang Fashion

2.3.2 Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Tarif pajak merupakan dasar dalam kaitannya dengan penetapan pajak atas item-item pajak yang menjadi tanggung jawab wajib pajak. Penerapan pajak akan mempengaruhi beban pajak wajib pajak, beban pajak yang rendah menjadi alasan mengapa masyarakat tidak keberatan dengan kinerja wajib pajaknya. Meski tetap ingin menghindari pajak, wajib pajak kurang melanggar aturan perpajakan. Berdasarkan Teori *Planned Behavior*, Penurunan tarif pajak yang lebih rendah terkait dengan norma subjektif (*normative beliefs*) yang diinginkan oleh wajib pajak yang memiliki UMKM. Dengan demikian, semakin adil tarif

pajak yang ditetapkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak terhadap kewajibannya (Pris, 2014).

Beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, diantaranya penelitian yang dilakukan Cynthia Chandra dan Amelia Sandra (2020), Komang Putra Suardana dan Gayatri (2020), Dwi Ariyanto, dan Dian Anita Nuswantara (2020), dan Ahmad Isnaeni, Liya Ermawati, dan Ainul Fitri (2021).

H₂ : Tarif Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik UMKM Bidang Fashion

2.3.3 Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sanksi perpajakan merupakan jaminan yang diberikan oleh pemerintah untuk mengantisipasi wajib pajak yang tidak patuh aturan perpajakan dan kewajiban perpajakan. Sanksi pajak bertujuan agar wajib pajak tidak menganggap remeh aturan perpajakan dan taat untuk memnuhi kewajiban pajaknya. Sanksi pajak diberikan ketika wajib pajak tidak membayar kewajiban pajaknya, dengan diberikan sanksi pajak diharapkan wajib pajak menjauhi setiap perlakuan yang mengakibatkan dapat dikenakan sanksi sehingga mereka akan taat terhadap peraturan pajak yang berlaku.

Teori *Planned Behaviour* menjelaskan bahwa perilaku manusia terjadi karena ada niat dari individu tersebut untuk melakukan sesuatu. TPB memiliki tiga faktor *belief*, salah satunya adalah *control belief* yakni hal yang mendorong

maupun menghambat seseorang dalam melakukan sesuatu. Variabel sanksi pajak termasuk dalam kategori *control belief* sehingga relevan digunakan dalam hipotesis. Juga selaras dengan teori akuntansi keperilakuan dengan adanya sanksi yang diberikan membuat wp op mengambil keputusan untuk tidak melanggar dan memenuhi kewajiban perpajakannya.

Beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, diantaranya penelitian yang dilakukan Narti Eka Putri dan Nurhasanah (2019), Elfin Siamena, Harijanto Sabijono, dan Jessy D.L Waronga, Faradilla Savitri dan Elva Nuraina (2017), Zumrotun Nafiah, Sopi, dan Arini Novandalina. (2021), Anak Agung Ngurah Krisnadeva dan Ni Ketut Lely Aryani Merkusiwati (2020), Cynthia Chandra dan Amelia Sandra. (2020), dan Fiqi Andreansyah dan Khoirina Farina (2022).

H₃ : Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pemilik UMKM Bidang Fashion

2.3.4 Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Insentif pajak adalah sebuah perangsang yang diterapkan pemerintah kepada wajib pajak, dengan harapan dapat mendorong wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan. Di masa pandemi seperti sekarang, Insentif pajak mungkin menjadi solusi terbaik untuk mendongkrak perekonomian. Untuk mendapatkan keringanan pajak ini, wajib pajak harus mengikuti prosedur

pelaporan dan pembayaran pajak. Hal ini berarti menawarkan opsi ini akan memengaruhi kepatuhan terhadap wajib pajak.

Insentif pajak yang berkaitan dengan kepatuhan wajib pajak dapat digambarkan dengan menggunakan teori perilaku terencana (Ajzen, 1985), Teori *Planned Behaviour* menjelaskan bahwa perilaku manusia terjadi karena ada niat dari individu tersebut untuk melakukan sesuatu. TPB memiliki tiga faktor *belief*, salah satunya adalah *control belief* yakni hal yang mendorong maupun menghambat seseorang dalam melakukan sesuatu. Variabel insentif pajak termasuk dalam kategori *control belief* sehingga relevan digunakan dalam hipotesis. Insentif pajak yang digunakan wajib pajak memudahkan mereka untuk membayar pajak, pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak ditanggung oleh pemerintah. Insentif mengharuskan wajib pajak hanya melapor ke SPT, artinya wajib pajak berpegang pada prinsip perpajakan yang ada. Dengan demikian, pemberlakuan insentif perpajakan dapat menjadikan kepatuhan wajib pajak meningkat.

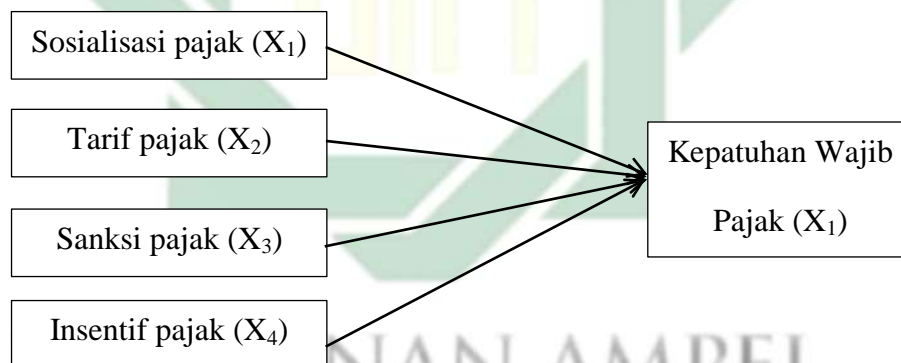
Beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, diantaranya penelitian yang dilakukan N M Ayu Sumia Dewi, I W Karmana, dan I W Purwanta Suta (2021), Muhamad Birul Walidain (2021), Fiqi Andreansyah dan Khoirina Farina (2022), Riris Rotua Sitorus (2020), dan Lita Novia Yulianti (2022)

H₄ : Insentif Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pemilik UMKM Bidang Fashion

2.4 Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui dan menguji pengaruh variabel independen, yaitu sosialisasi pajak, tarif pajak, sanksi pajak, dan insentif pajak terhadap variabel dependen pada penelitian ini yaitu kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan kerangka konseptual yang menunjukkan hubungan antar variabel yaitu sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dikarenakan untuk mengungkapkan terdapat hubungan diantara lebih dari dua variabel. Metode kuantitatif merupakan jenis penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme untuk menguji populasi atau sampel tertentu dan menggunakan alat untuk mengumpulkan data dengan pengambilan sampel acak, analisis data bersifat statistik.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat objek penelitian dilakukan. Lokasi pada penelitian ini yaitu pemilik umkm bidang fashion yang terdaftar di komunitas E-UKM kota Surabaya.

3.3 Definisi Operasional

3.3.1 Variabel Independen (X)

Variabel mengikat merupakan variabel yang menimbulkan pengaruh terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2015). Variabel bebas pada penelitian ini yaitu sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, dan pemberian insentif pajak.

- a. Sosialisasi perpajakan (X_1)

Sosialisasi perpajakan adalah kegiatan yang bertujuan untuk memberikan wawasan, pemahaman, informasi dan bimbingan kepada masyarakat luas khususnya Wajib Pajak agar dapat memahami segala hal yang menyangkut perpajakan dan peraturan perundang-undangan perpajakan yang diberlakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak (Irwansah, 2014).

Pengukuran variabel sosialisasi perpajakan dalam penelitian ini menggunakan tiga indikator sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Indikator Sosialisasi Perpajakan

No	Indikator	Pernyataan
1	Prosedur sosialisasi perpajakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mendapatkan informasi mengenai perpajakan dari sosialisasi melalui media elektronik dan cetak (internet/TV/radio/koran, dll) 2. Saya menghadiri undangan dari Dirjen Pajak untuk mengikuti sosialisasi mengenai peraturan pajak yang terbaru.
2	Frekuensi sosialisasi perpajakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sosialisasi perpajakan yang baik adalah sosialisasi perpajakan yang diselenggarakan secara berkala oleh Dirjen Pajak. 2. Sosialisasi perpajakan sangat membantu wajib pajak memahami peraturan perpajakan yang berlaku.
3	Kejelasan sosialisasi perpajakan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya dapat menghitung pajak terutang karena informasi yang saya peroleh dari sosialisasi.

		<p>2. Saya dapat membayar pajak terutang karena informasi yang saya peroleh dari sosialisasi.</p> <p>3. Saya dapat melaporkan pajak terutang karena informasi yang saya peroleh dari sosialisasi.</p>
--	--	---

b. Tarif Pajak (X_2)

Tarif pajak merupakan pedoman pembayaran pajak berdasarkan objek pajak yang telah menjadi kewajiban bagi wajib pajak. Kebanyakan pelaku umkm yang kesehatan keuangannya kurang stabil sehingga perlu tarif pajaknya diringankan. Agar mendapatkan tarif pajak yang berkeadilan secara ekonomi maka tarif pajak harus disesuaikan dengan kemampuan para pelaku sektor ekonomi. (Zulma, 2020).

Pengukuran variabel tarif pajak dalam penelitian ini menggunakan indikator sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Indikator Tarif Pajak

No	Indikator	Pernyataan
1.	Pemahaman wajib pajak mengenai kesesuaian pengenaan tarif pajak	<p>1 Menurut saya tarif pajak yang ada saat ini sudah sesuai.</p> <p>2 Saya setuju dengan pengenaan tarif pajak progresif.</p>
2.	Pemahaman wajib pajak mengenai aturan dalam pengenaan tarif pajak	<p>1. Saya setuju dengan aturan bahwa penghasilan besar akan lebih tinggi pajak dan sebaliknya.</p>

		<p>2. Saya setuju tarif pajak sesuai dengan peraturan daerah.</p> <p>3. Saya setuju tarif pajak yang adil tidak harus sama setiap wajib pajak.</p>
--	--	--

c. Sanksi Pajak (X_3)

Sanksi perpajakan adalah pengendalian atau pengawasan pemerintah untuk memastikan bahwa warga negara mematuhi peraturan perundang-undangan untuk mencegah wajib pajak melanggar kewajiban perpajakannya (Siti Kurnia Rahayu, 2017). Jadi dapat dikatakan bahwa sanksi perpajakan adalah jaminan yang diberikan oleh pemerintah untuk mencegah wajib pajak yang tidak taat terhadap aturan perpajakan dan kewajiban perpajakan.

Variabel sanksi perpajakan diukur dengan dua indikator yaitu :

Tabel 3. 3 Indikator Sanksi Pajak

No	Indikator	Pernyataan
1.	Pemahaman wajib pajak tentang jenis dan adanya sanksi pajak	<p>1. Pajak bersifat memaksa sehingga apabila terjadi pelanggaran maka akan dikenai sanksi.</p> <p>2. Sanksi perpajakan terdiri dari sanksi administrasi dan sanksi pidana.</p> <p>3. Sanksi administrasi maupun sanksi pidana dapat memberikan efek jera.</p>
2.	Sikap wajib pajak menghadapi sanksi pajak.	<p>1. Saya akan selalu menghindari perilaku yang akan mengakibatkan saya menerima sanksi perpajakan.</p> <p>2. Dengan adanya sanksi saya lebih giat melaksanakan kewajiban perpajakan.</p>

d. Insentif Pajak (X_4)

Insentif pajak merupakan suatu dorongan yang diberikan oleh pemerintah kepada wajib pajak, yang diharapkan dapat mendorong wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan.

Variabel insentif pajak diukur menggunakan satu indikator, sebagai berikut :

Tabel 3. 4 Indikator Insentif Pajak

No	Indikator	Pernyataan
1.	Dampak adanya insentif pajak bagi wajib pajak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Insentif pajak selama masa pandemi membantu meringankan kewajiban perpajakan saya 2. Insentif pajak selama masa pandemi membuat besaran pajak saya menjadi lebih kecil 3. Insentif pajak selama masa pandemi mendukung saya untuk tetap patuh dan lebih aktif dalam melaksanakan kewajiban pajak 4. Pelaksanaan sistem insentif selama masa pandemi telah memperhatikan kesulitan yang saya alami 5. Insentif pajak selama masa pandemi cukup efektif dan efisien dalam mengantisipasi dampak pandemi terhadap kewajiban perpajakan

3.3.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang mendapatkan pengaruh atau dampak karena variabel terikat (Sugiyono, 2015). Variabel dependen pada

penelitian ini yaitu kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan Wajib Pajak dapat disimpulkan sebagai sikap wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya berdasarkan aturan perpajakan yang ada di Indonesia (Lestari, 2017).

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepatuhan wajib pajak, antara lain :

Tabel 3. 5 Indikator Kepatuhan Wajib Pajak

No	Indikator	Pernyataan
1	Pendaftaran npwp wajib pajak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mendaftarkan diri menjadi Wajib Pajak (WP) dan memperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atas kemauan sendiri. 2. Sebagai WP, saya mempunyai NPWP yang digunakan sebagai identitas dalam administrasi perpajakan.
2	Perhitungan pajak penghasilan yang terutang sebagai dasar pengenaan pajak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya melakukan pencatatan atas penghasilan yang saya terima dari usaha saya. 2. Saya menghitung pajak terutang atas usaha saya dengan cara mengalikan penghasilan bruto (omzet) dengan tarif yang berlaku
3	Pembayaran pajak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya melakukan pembayaran pajak dengan tepat waktu sesuai peraturan yang berlaku. 2. Saya melakukan pembayaran pajak terutang menggunakan Surat Setoran Pajak (SSP) 3. Saya tidak memiliki tunggakan pajak.
4	Penyelesaian dan penyampaian SPT, SPT berkala dan tahunan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengisi Surat Pemberitahuan (SPT) dengan benar dan lengkap sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku. 2. Saya melaporkan SPT tepat waktu sebelum batas akhir penyampaian SPT. 3. Saya tidak pernah dikenai sanksi perpajakan baik pidana maupun administratif

Berdasarkan uraian definisi variabel diatas, pada penelitian ini peneliti memilih mengukur variabel sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, insentif pajak dan kepatuhan wajib pajak menggunakan skala likert yang nantinya akan digunakan untuk membagi jawaban responden pada interval yang sama. Penjelasan kategori yang ditujukan kepada responden antara lain: Sangat setuju (SS), 4: Setuju (S), 3: Cukup setuju (CS), 2: Tidak setuju (TS), dan 1: Sangat tidak setuju (STS).

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan umum yang terdiri dari objek/subjek dengan jumlah dan kriteria terpilih yang ditentukan pada penelitian, kemudian ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2015). Populasi yang digunakan pada penelitian ini oleh peneliti adalah pemilik umkm bidang fashion yang terdaftar di komunitas E-UKM Surabaya yaitu sebanyak 80 UMKM.

Sampel merupakan komponen dari jumlah dan kriteria yang diperoleh dari populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Teknik pada penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh, yaitu seluruh jumlah populasi yang ada digunakan sebagai sampel penelitian. Maka jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 80 pemilik UMKM.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Data yang dipakai pada penelitian ini adalah data primer. Data yang penulis gunakan sebagai data primer yaitu berupa hasil jawaban dari kuesioner yang telah disebar ke responden yaitu anggota Komunitas E-UKM Kota Surabaya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Kuesioner adalah teknik pengambilan informasi data untuk menganalisis sikap, keyakinan, perilaku, dan karakter beberapa orang khususnya dalam suatu organisasi (Siregar, 2017). Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar, menghimpun, dan mengumpulkan kuisisioner secara langsung.

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas diartikan suatu alat ukur yang dilaksanakan untuk memeperlihatkan tingkat keakuratan setiap data riil yang terjadi pada obyek peneliti. Penelitian ini mengkaji lima variabel, yaitu sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak dan insentif pajak dan kepatuhan wajib pajak. Uji validitas ini memanfaatkan Uji *product moment* untuk memperoleh hasil koefisien hubungan yang terdapat pada skor pertanyaan angket dengan skor total masing-masing variabel yang

diterima dari responden. Berikut ini terdapat dasar penentuan untuk uji validitas, yaitu:

- a. Apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , maka data dinyatakan valid
- b. Apabila sebaliknya, nilai r_{hitung} lebih kecil dari nilai r_{tabel} , maka data dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas instrumen digunakan untuk menguji pertanyaan dimulai dari angket yang dijadikan sebagai variabel pertanyaan dalam penelitian. Penelitian bisa dikatakan reliabel jika kuesioner seseorang menjawab pertanyaan dan pernyataan secara konsisten sehingga menghasilkan data yang andal. Dalam penelitian ini dengan uji *Alpha Cronbach's*. Suatu kuesioner yang diuji menggunakan *Cronbach's Alpha*, jika nilai *Cronbach's Alpha*-nya $> 0,60$ maka dapat dikatakan kuesioner tersebut reliabel (Sarjono, 2011).

3.7 Teknik Analisis

Software SPSS 25 digunakan pada penelitian ini untuk menganalisis dan mengolah data. *Software* SPSS 25 digunakan untuk menguji data karena dianggap lebih mudah dan cepat diaplikasikan oleh penulis.

3.7.1 Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan penjelasan atas karakteristik sampel penelitian yang telah dikumpulkan. Analisis statistik deskriptif biasanya disajikan dalam bentuk tabel yang didalamnya menggambarkan distribusi data seperti, *mean*, *median*, maksimum, minimum, standar deviasi (Taniredja & Mustafidah, 2014). Dan kemudian dijelaskan menggunakan model deskripsi untuk menjelaskan isi dari hasil tabel perhitungan yang disajikan.

3.7.2 Uji Regresi Linear Berganda

Teknik ini dipakai untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu sosialisai perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, dan insentif pajak terhadap variabel terikat yang berupa kepatuhan wajib pajak. Berikut model regresi yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Kepatuhan Wajib Pajak

α : Konstanta

$\beta_1 ; \beta_2 ; \beta_3 ; \beta_4$: Koefisien Regresi

X₁ : Sosialisasi Perpajakan

X₂ : Tarif Pajak

X₃ : Sanksi pajak

X₄ : Insentif Pajak

e : Standar Error

3.8 Kriteria Pengujian Hipotesis

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan metode yang digunakan untuk menguji suatu data yang apabila terdistribusi dengan normal maka berkemungkinan meminimalisir terjadinya bias. Pada penelitian ini guna mengetahui kenormalan distribusi data sampel memakai *Kolmogorov Smirnov*. Apabila nilai kemungkinannya lebih besar dari $> 0,05$, maka data yang digunakan berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu pengujian model regresi untuk mengetahui adanya korelasi atau tidak antara variabel independennya.

Pada pengujian ini, model regresi yang baik sebenarnya tidak terdapat korelasi antara masing-masing variabel independennya. Untuk mengetahui terdapat multikolinearitas atau tidak harus mengetahui nilai *tolerance (tolerance value)* dan *variance inflation factor (VIF)* dengan dasar sebagai berikut:

- a. Jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi masalah multikolinearitas.
- b. Jika nilai $VIF > 10$ maka terjadi masalah multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu pengujian model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan varian dari residual antar pengamatan. Apabila satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya yang varian dari residualnya itu tetap maka termasuk homoskedastisitas. Seharusnya model regresi yang digunakan tidak terdapat heteroskedastisitas tetapi homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *scatter plot*. Terdapat kemungkinan yang terjadi yaitu :

1. Model regresi dianggap bebas heteroskedastisitas apabila hasil scatter plot tidak memperlihatkan pola titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dengan jelas.
2. Model regresi tampak memiliki heteroskedastisitas apabila hasil diagram scatter plot dibuat dalam pola tertentu, seperti kurva, kerucut, dan lainnya..

3.8.2 Uji Hipotesis

a) Uji T

Uji T dipakai untuk menguji pengaruh yang diberikan secara terpisah oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. (Ghazali, 2018). Pada penelitian ini uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, dan insentif pajak terhadap variabel kepatuhan wajib pajak. Untuk menentukan apakah

terdapat atau tidak pengaruh masing-masing variabel, maka dibentuklah kriteria sebagai berikut:

1) Jika $P\text{-value} < 0,05$

Maka menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, dan insentif pajak secara parsial mempunyai pengaruh atau nyata terhadap kepatuhan wajib pajak.

2) Jika $P\text{-value} > 0,05$

Maka menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, dan insentif pajak secara parsial tidak mempunyai pengaruh atau nyata terhadap kepatuhan wajib pajak.

b) Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini diperlukan untuk mengetahui seberapa besar daya variabel independen dalam menguraikan atau mengungkapkan variabel dependen (Putro & Kamal, 2013). Nilai yang dikeluarkan oleh uji koefisien determinasi yaitu sekitar nol hingga satu. Nilai koefisien determinasi yang rendah atau mendekati nol maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel-variabel independen kurang dalam mengungkapkan variabel dependen. Dan apabila nilainya tinggi atau mendekati satu dapat dikatakan bahwa variabel-variabel independen mempunyai kemampuan dalam memberikan segala informasi yang

digunakan dalam menaksir variabel dependen. Maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Jika hasilnya 1 (semakin besar nilai R^2), berarti kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial semakin kuat.
- 2) Jika hasil mendekati 0 (semakin kecil nilai R^2) berarti kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial agak lemah.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Objek yang dipilih pada penelitian ini merupakan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang fashion yang terdaftar di komunitas E-UKM Surabaya. Komunitas E-UKM Surabaya adalah komunitas yang menghimpun pelaku umk kota Surabaya yang dibentuk oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) dan Dinas Koperasi (Dinkop) pada September 2014.

Penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh untuk pengambilan sampel. Teknik sampel jenuh merupakan teknik sampel dimana semua populasi digunakan sebagai sampel penelitian yaitu wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang fashion yang terdaftar di komunitas E-UKM Surabaya. Berdasarkan sampel jenuh yang digunakan, jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini berjumlah 80 responden. Berikut data rincian hasil penyebaran kuisisioner:

Tabel 4. 1 Data Sampel Penelitian

No	Keterangan	Jumlah Kuesioner	Persentase
1	Jumlah kuesioner yang disebarkan	80	100%
2	Jumlah kuesioner yang tidak kembali	0	0%
3	Jumlah kuesioner yang tidak dapat diolah	0	0%
4	Jumlah kuesioner yang dapat diolah	80	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2022

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini yaitu wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang fashion yang terdaftar di Komunitas E-UKM kota Surabaya yang berjumlah 80 wajib pajak. Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan:

1. Usia
2. Jenis Kelamin
3. Pendidikan Terakhir
4. Lama Memiliki NPWP

Karakteristik responden dideskripsikan pada dibawah ini:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
26-35 Tahun	6	7,5%
36-45 Tahun	25	31,2%
>45 Tahun	49	61,3%
Total	80	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Dapat dilihat dari Tabel 4.2 sebagian besar responden merupakan responden yang berusia >45 tahun yaitu sebanyak 49 atau 61,3%, dan responden terendah berusia 22-35 tahun, jumlah 6 responden atau 7,5%. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden berusia lebih dari 45 tahun.

Tabel 4. 3 Ketentuan Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	15	18,8%
Wanita	65	81.2%
Total	80	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Dapat dilihat dari Tabel 4.3 menunjukkan responden terbanyak merupakan responden yang berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 65 atau 81,2%, dan responden terendah adalah pria yaitu sebanyak 15 atau 18,8%. Jadi dapat disimpulkan jenis kelamin wanita lebih banyak daripada jenis kelamin pria.

Tabel 4. 4 Ketentuan Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
S2	1	1,3%
S1	26	32,4%
Diploma	7	8,8%
SMA / Sederajat	42	52,5%
Lainnya	4	5%
Total	80	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Dapat dilihat dari Tabel 4.4 terlihat sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA/Sederajat yaitu sebanyak 42 atau 52,5%, dan responden terendah terdapat di tingkat pendidikan terakhir S2 dengan jumlah 1 responden atau 1,3%. Dengan demikian bisa disimpulkan mayoritas responden pada penelitian ini memiliki tingkat pendidikan SMA.

Tabel 4. 5 Ketentuan Responden berdasarkan Lama Memiliki NPWP

Lama Memiliki NPWP	Jumlah	Persentase
1-5 Tahun	13	16,3%
6-10 Tahun	30	37,5%
>10 Tahun	37	46,2%
Total	80	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Dapat dilihat dari Tabel 4.5 bahwa responden terbanyak merupakan responden yang mempunyai NPWP lebih dari 10 tahun dengan jumlah 37 atau 46,2%, dan responden terendah mempunyai NPWP dalam kurun waktu 1-5 tahun dengan jumlah 13 atau 16,3%. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini mempunyai NPWP lebih dari 10 tahun.

4.2.2 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur menguji kualitas data untuk memperlihatkan keakuratan data-data riil yang terdapat di objek penelitian. Peneliti akan menguji lima variabel yaitu sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, intensif pajak, serta kepatuhan wajib pajak. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji product moment untuk uji validitasnya. Uji product moment digunakan untuk memperoleh hasil koefisien antara skor pertanyaan terhadap skor total setiap variabel yang didapat dari jawaban responden. Uji validitas setiap pernyataan dan pertanyaan dapat dikatakan valid ketika nilai koefisien korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan tidak valid ketika r_{hitung}

< r_{tabel} . Tabel dibawah menunjukkan hasil uji validitas terhadap 80 responden.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Sosialisasi Perpajakan

Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Validitas
X1.1	0,535	0,219	✓
X1.2	0,709	0,219	✓
X1.3	0,647	0,219	✓
X1.4	0,640	0,219	✓
X1.5	0,857	0,219	✓
X1.6	0,747	0,219	✓
X1.7	0,778	0,219	✓

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Tarif Pajak

Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Validitas
X2.1	0,736	0,219	✓
X2.2	0,730	0,219	✓
X2.3	0,790	0,219	✓
X2.4	0,756	0,219	✓
X2.5	0,771	0,219	✓

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Sanksi Pajak

Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Validitas
X3.1	0,775	0,219	✓
X3.2	0,787	0,219	✓
X3.3	0,848	0,219	✓
X3.4	0,664	0,219	✓
X3.5	0,716	0,219	✓

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Insentif Pajak

Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Validitas
X4.1	0,682	0,219	✓

X4.2	0,658	0,219	✓
X4.3	0,818	0,219	✓
X4.4	0,814	0,219	✓
X4.5	0,737	0,219	✓

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kepatuhan Wajib Pajak

Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Validitas
Y1.1	0,864	0,219	✓
Y1.2	0,875	0,219	✓
Y1.3	0,405	0,219	✓
Y1.4	0,809	0,219	✓
Y1.5	0,803	0,219	✓
Y1.6	0,803	0,219	✓
Y1.7	0,533	0,219	✓
Y1.8	0,738	0,219	✓
Y1.9	0,822	0,219	✓
Y1.10	0,530	0,219	✓

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan uji validitas diatas bisa disimpulkan jika seluruh item pernyataan pada setiap variabel yang dimasukkan kedalam kuesioner dinyatakan valid dikarenakan nilai koefisien korelasinya $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dan dapat mengungkapkan sesuatu yang terukur melalui pertanyaan.

b. Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan uji Cronbach's *Alpha*. Kuesioner yang diuji dengan *Cronbach's Alpha*, jika nilai *Cronbach's Alpha*-nya $> 0,60$ maka dapat dikatakan kuesioner tersebut reliabel. Berikut disajikan tabel hasil uji reliabilitas data pada penelitian ini.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Reliabilitas
Sosialisasi Perpajakan	0.829	7	✓
Tarif Pajak	0.812	5	✓
Sanksi Pajak	0.817	5	✓
Insentif Pajak	0.785	5	✓
Kepatuhan Wajib Pajak	0.899	10	✓

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas bisa diketahui jika nilai koefisien Cronbach Alpha pada setiap variabel semuanya $> 0,60$. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan pada variabel penelitian adalah reliabel dan dapat dipakai kembali untuk penelitian berikutnya.

4.2.3 Statistk Deskriptif

Uji statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan penjelasan atas karakteritik sampel penelitian yang telah dikumpulkan. Statistik deskriptif biasanya disajikan dalam bentuk tabel yang didalamnya menggambarkan distribusi data seperti, *mean*, *median*, maksimum, minimum, standar deviasi (Taniredja & Mustafidah, 2014). Lalu dijelaskan kedalam bentuk penjelasan dari hasil tabel perhitungan yang diberikan.

Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif

	n	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sosialisasi	80	16	35	27.24	4.171

Perpajakan					
Tarif Pajak	80	9	23	17.31	2.831
Sanksi Pajak	80	8	25	17.04	3.665
Insentif Pajak	80	12	25	19.20	2.697
Kepatuhan Wajib Pajak	80	15	50	34.03	8.692

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel statistik deskriptif diatas, mendeskripsikan jumlah responden (N) sebanyak 80 wajib pajak. Dari 80 responden, variabel independen sosialisasi perpajakan memiliki nilai minimum sebesar 16, nilai maksimum sebesar 35, nilai rata-rata sebesar 27,4, dan standar deviasi sebesar 4,171. Tarif pajak memiliki nilai minimum 9, nilai maksimum 23, nilai rata-rata 17,31 dan standar deviasi 2.831. Sanksi pajak memiliki nilai minimum 8, nilai maksimum 25, nilai rata-rata 17,04 dan standar deviasi 3.665. Insentif pajak memiliki nilai minimum 12, nilai maksimum 25, nilai rata-rata 19,20 dan standar deviasi 2.697. Sedangkan variabel dependen kepatuhan wajib pajak memiliki nilai minimum 15, nilai maksimum 50, nilai rata-rata 34,03 dan standar deviasi 8.692.

4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda

Teknik ini dipakai untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu sosialisai perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, dan insentif pajak terhadap variabel dependen yang berupa kepatuhan wajib pajak.

Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std Error	Beta		
(Constant)	-9.742	N7.248		-1.344	0.183
Sosialisasi Perpajakan	0.535	0.211	0.257	2.535	0.013
Tarif Pajak	1.146	0.303	0.373	3.778	0.000
Sanksi Pajak	-0.535	0.212	-0.226	-2.525	0.014
Insentif Pajak	0.962	0.283	0.299	3.395	0.001

Sumber: Output SPSS 2022

Uji regresi dipakai untuk menguji beberapa hipotesis seperti sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, dan insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$KWP = -9.742 + 0.535 SOP + 1.146 SP - 0.535 TP + 0.962 IP + e$$

Keterangan :

KWP : Proksi Kepatuhan Wajib Pajak

SOP : Sosialisasi Perpajakan

SP : Sanksi Pajak

TP : Tarif Pajak

IP : Insentif Pajak

Uji Regresi linear dijelaskan seperti dibawah ini :

1. Jika seluruh variabel bebas menunjukkan konstan, maka rata-rata variabel terikat adalah -9.742.
2. Nilai Koefisien Sosialisasi Pajak (SOP) sebesar 0,535 menunjukkan jika terjadi kenaikan satuan variabel sosialisasi pajak maka meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,535, dengan asumsi variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap.
3. Nilai koefisien Tarif Pajak (TP) sebesar 1,146 menunjukkan jika terjadi kenaikan satu satuan variabel tarif pajak maka meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 1,146, dengan asumsi variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap.
4. Nilai koefisien Sanksi Pajak (SP) sebesar -0,535 menunjukkan jika terjadi kenaikan satu satuan variabel sanksi pajak maka menurunkan nilai kepatuhan wajib pajak sebesar sebesar -0,535, dengan asumsi variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap.
5. Nilai koefisien Insentif Pajak (IP) sebesar 0,962 menunjukkan jika terjadi kenaikan satu satuan variabel insentif pajak maka meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,962, dengan asumsi variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap.

4.2.5 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai untuk menguji suatu data yang apabila terdistribusi dengan normal maka berkemungkinan meminimalisir terjadinya bias. Pada penelitian ini untuk mengetahui kenormalan distribusi data sampel memakai *Kolmogorov Smirnov*. Apabila nilai probabilitas $> 0,05$ maka data berdistribusi normal. Tabel berikut menunjukkan hasil uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov:

Tabel 4. 14 Uji Normalitas

<i>One Sample Kolmogorov Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		80
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	6.43346758
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.092
	<i>Positive</i>	.067
	<i>Negative</i>	-.092
<i>Test Statistic</i>		.092
<i>Asymp Sig (2-tailed)</i>		.093 ^c

Sumber: Output SPSS 2022

Dari tabel uji normalitas di atas membuktikan data yang tersedia pada penelitian ini berdistribusi normal, bisa dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,093 > 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui terdapat korelasi atau tidak antara variabel independennya. Pada pengujian ini, model

regresi yang baik sebenarnya tidak terdapat korelasi dari masing-masing variabel independennya. Untuk mengetahui terdapat multikolinearitas atau tidak, maka harus mengetahui nilai tolerance (*tolerance value*) dan *variance inflation factor* (VIF) dengan kriteria jika hasil nilai VIF < 10, maka tidak terjadi masalah multikolinearitas atau sebaliknya jika hasil nilai VIF > 10, maka terjadi masalah multikolinearitas.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas

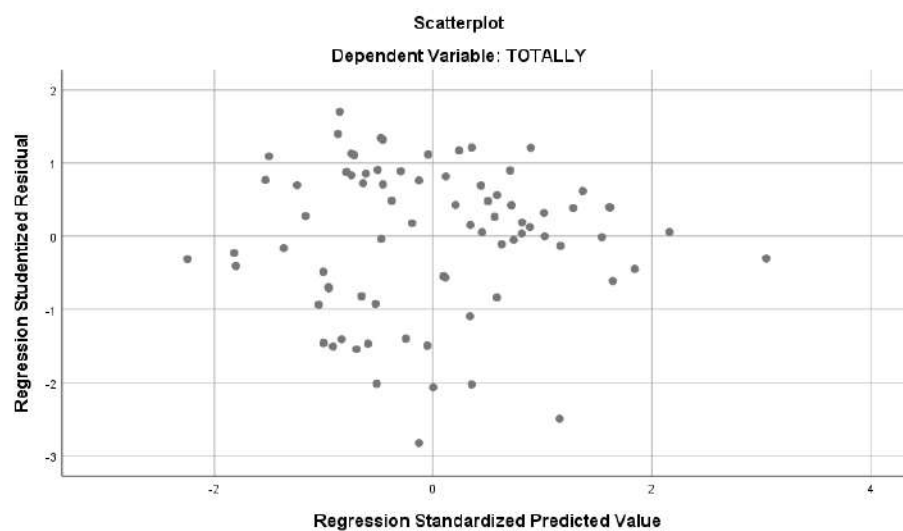
Variabel	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF	Kesimpulan
Sosialisasi Perpajakan	0,712	1,404	Tidak Multikolinearitas
Tarif Pajak	0,748	1,336	Tidak Multikolinearitas
Sanksi Pajak	0,914	1,094	Tidak Multikolinearitas
Insentif Pajak	0,944	1,060	Tidak Multikolinearitas

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel Uji Multikolinearitas di atas, dapat dilihat bahwa variabel sosialisasi perpajakan memiliki nilai tolerance sebesar nilai VIF sebesar $1,404 < 10$, variabel tarif pajak memiliki nilai VIF sebesar $1,336 < 10$, variabel sanksi pajak memiliki nilai VIF sebesar $1,094 < 10$, variabel insentif pajak memiliki nilai VIF sebesar $1,060 < 10$. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antar variabel independen dalam model regresi, sehingga semua variabel pada penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu pengujian model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan varian dari residual antar pengamatan. Apabila satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya yang varian dari residualnya itu tetap maka termasuk homoskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas penelitian ini :



Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS 2022

Pengujian dengan menggunakan *scatter plot* di atas menunjukkan bahwa uji heteroskedastisitas terdistribusi secara merata, menunjukkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas yang dilaporkan dalam penelitian ini.

4.2.6 Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji-t ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial yang diperoleh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berikut ini merupakan hasil Uji T dari penelitian ini :

Tabel 4. 16 Uji T

Model	Coefficients ^a			T	Sig
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
	B	<i>Std Error</i>	Beta		
(Constant)	-9.742	N7.248		-1.344	0.183
Sosialisasi Perpajakan	0.535	0.211	0.257	2.535	0.013
Tarif Pajak	1.146	0.303	0.373	3.778	0.000
Sanksi Pajak	-0.535	0.212	-0.226	-2.525	0.014
Insentif Pajak	0.962	0.283	0.299	3.395	0.001

Sumber: Output SPSS 2022

Berdasarkan Uji T di atas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 (Sosialisasi Perpajakan) terhadap Y (Kepatuhan Wajib Pajak) yaitu $0,013 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,535 > t$ tabel $1,664$, jadi dapat disimpulkan sosialisasi perpajakan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
2. Nilai signifikansi untuk pengaruh X_2 (Tarif Pajak) terhadap Y (Kepatuhan Wajib Pajak) yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,778 > t$ tabel $1,664$, jadi dapat disimpulkan tarif pajak secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

3. Nilai signifikansi untuk pengaruh X_3 (Sanksi Pajak) terhadap Y (Kepatuhan Wajib Pajak) yaitu $0,014 < 0,05$ dan nilai t hitung $-2,525 < t$ tabel $1,664$, jadi dapat disimpulkan sanksi pajak secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
4. Nilai signifikansi X_4 (Insentif Pajak) terhadap Y (Kepatuhan Wajib Pajak) yaitu $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,395 > t$ tabel $1,664$, jadi dapat disimpulkan insentif pajak secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dipakai untuk mengetahui seberapa besar daya variabel independen dalam menguraikan atau mengungkapkan variabel dependen. Berikut hasil dari uji koefisien determinasi ditampilkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std Error of the Estimate</i>
1	.672 ^a	.452	.423	6.603

Sumber: Output SPSS 2022

Dilihat dari hasil koefisien determinasi di atas ditunjukkan nilai adjusted R-square pada penelitian ini diperoleh angka $0,423$ atau $42,3\%$ yang berarti bahwa kemampuan variabel independen sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak dan insentif pajak dalam

menjelaskan variasi variabel dependen kepatuhan wajib pajak sebesar 42,3%. Sedangkan sisanya sebesar 57,7% (100% - 42,3%) dijelaskan oleh variasi variabel independen lain di luar penelitian ini.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian hipotesis uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel sosialisasi perpajakan menunjukkan nilai $0,013 < 0,05$ dan nilai t hitung sosialisasi perpajakan dengan skor $2,535 > t$ tabel $1,669$. Dengan demikian, hasil jawaban responden menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, H_1 mengatakan bahwa sosialisasi perpajakan mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak diterima yang berarti bahwa semakin sering sosialisasi perpajakan yang dilakukan akan semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang fashion komunitas E-UKM kota Surabaya.

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya Dirjen Pajak (DJP) untuk memberi informasi tentang apapun yang berhubungan dengan perpajakan agar masyarakat atau wajib pajak memiliki pengetahuan yang cukup dan memudahkan mereka dalam menjalankan tugasnya sebagai wajib pajak. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang fashion di komunitas E-UKM kota

Surabaya akan meningkat jika wajib pajak mengikuti sosialisasi perpajakan yang diadakan seperti seminar dan penyuluhan pajak selain itu website perpajakan juga memberikan kemudahan bagi wajib pajak untuk mendapatkan informasi tentang pajak. Dengan mengikuti sosialisasi perpajakan bisa meningkatkan motivasi, pengetahuan dan wawasan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm untuk berperilaku patuh terhadap kewajiban perpajakannya.

Teori atribusi berpendapat bahwa ketika memahami alasan perilaku orang lain, seseorang menilai apakah tingkah laku yang dilakukan berasal dari faktor dari luar atau faktor dari dalam, sosialisasi pajak pada pembahasan ini berasal dari faktor eksternal yang bisa mempengaruhi tingkah laku wajib pajak. Juga selaras dengan teori akuntansi keperilakuan yaitu cara dalam mengambil sebuah keputusan ekonomi. Pengambilan keputusan tersebut dipengaruhi oleh fungsi-fungsi akuntansi dan pelaporan, fungsi-fungsi akuntansi tersebut adalah informasi tentang sosialisasi perpajakan dengan adanya sosialisasi perpajakan membuat wajib pajak memahami aturan perpajakan dan memutuskan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Dan juga Sesuai dengan teori *Planned Behaviour* semakin tinggi kontrol perilaku yang dipersepsikan wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang fashion di komunitas E-UKM kota Surabaya cenderung akan meningkatkan keinginan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nastiti Citra Dewi dan Seandy Ginanjar (2016), Narti Eka Putri dan Nurhasanah (2019), Komang Putra Suardana dan Gayatri (2020), dan Muhamad Birul Walidain (2021). Yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

4.3.2 Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian hipotesis uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel tarif pajak senilai $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung tarif pajak senilai $3,778 > t$ tabel $1,669$. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, H_2 menyatakan bahwa tarif pajak mempunyai pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak diterima yang berarti bahwa semakin adil tarif pajak yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang fashion komunitas E-UKM kota Surabaya.

Tarif pajak merupakan dasar pungutan pajak atas objek pajak yang dimiliki oleh wajib pajak. Melalui Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tarif final umkm saat ini adalah 0,5%, tujuan penurunan tarif ini adalah untuk mendorong wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakannya dan memberikan hak kepada wajib pajak umkm. Pembayaran pajak yang

tidak berat sebelah dan tidak mengganggu bagi wajib pajak umkm akan mendorong mereka untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara bulanan. Semakin berkurangnya tarif pajak yang ditetapkan oleh pemerintah maka semakin bertambah kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm dalam melaporkan penerimaannya kepada fiskus.

Berdasarkan Teori *Planned Behaviour* menjelaskan bahwa perilaku manusia terjadi karena ada niat dari individu tersebut untuk melakukan sesuatu. TPB memiliki tiga faktor *belief*, salah satunya adalah *control belief* yakni hal yang mendorong maupun menghambat seseorang dalam melakukan sesuatu. Juga selaras dengan teori akuntansi keperilakuan yaitu cara dalam mengambil sebuah keputusan ekonomi. Pengambilan keputusan tersebut dipengaruhi oleh fungsi-fungsi akuntansi dan pelaporan, fungsi-fungsi akuntansi tersebut adalah informasi tentang tarif pajak dengan adanya tarif pajak membuat wajib pajak memahami aturan perpajakan dan memutuskan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Dan juga Sesuai dengan teori Atribusi, teori tersebut menjelaskan bahwa tarif pajak merupakan faktor eksternal yang bersumber dari Direktorat Jenderal Pajak kemudian diinterpretasikan oleh individu dan/atau Wajib Pajak UMKM sehingga menimbulkan suatu respon, respon tersebut yang mendorong wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang fashion di komunitas E-UKM kota Surabaya lebih patuh dalam penunaian kewajiban perpajakannya.

Dari data yang diperoleh dari respon tarif pajak dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, dikarenakan wajib pajak telah memiliki pemahaman yang baik mengenai kesesuaian tarif pajak yang tengah diberlakukan. Secara tidak langsung, tarif pajak saat ini telah sesuai dengan kemampuan para wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cynthia Chandra dan Amelia Sandra (2020), Komang Putra Suardana dan Gayatri (2020), dan Ahmad Isnaeni, Liya Ermawati, dan Ainul Fitri (2021). Yang menunjukkan tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

4.3.3 Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian hipotesis uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel sanksi pajak dengan nilai $0,014 < 0,05$ dan nilai t hitung sanksi pajak snilai $-2,525 < t$ tabel 1,669. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, H_3 menunjukkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak yang ditolak. Hasil perhitungan uji t ini menunjukkan adanya hubungan negatif antara sanksi pajak dan kepatuhan wajib pajak yang artinya semakin tinggi nilai sanksi pajak maka kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang

fashion komunitas E-UKM kota Surabaya semakin menurun, atau sebaliknya.

Hal tersebut tidak sesuai dengan prediksi teori *planned behaviour*, teori akuntansi keperilakuan, dan teori atribusi. Teori *planned behaviour* menjelaskan semakin tinggi kontrol perilaku yang dipersepsikan wpop pemilik umkm cenderung akan meningkatkan keinginan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Teori akuntansi keperilakuan juga menjelaskan cara dalam mengambil sebuah keputusan ekonomi. Pengambilan keputusan tersebut dipengaruhi oleh fungsi-fungsi akuntansi dan pelaporan, fungsi-fungsi akuntansi tersebut adalah informasi tentang sanksi pajak, dengan adanya sanksi yang diberikan membuat wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM bidang fashion di komunitas E-UKM kota Surabaya mengambil keputusan untuk tidak melanggar dan memenuhi kewajiban perpajakannya. Dan teori atribusi menjelaskan bahwa sanksi pajak merupakan faktor eksternal yang bersumber dari Direktorat Jenderal Pajak kemudian diinterpretasikan oleh individu dan/atau Wajib Pajak UMKM sehingga menimbulkan suatu respon, respon tersebut yang mendorong WP UMKM lebih patuh dalam penunaian kewajiban perpajakannya

Dalam hasil penelitian, sanksi perpajakan berdampak negatif terhadap kepatuhan wajib pajak terhadap kewajibannya, maka bisa dikatakan sikap wpop pemilik umkm yang tidak dapat menyetujui sifat pemaksaan perpajakan yang apabila melakukan kelalaian akan mendapatkan sanksi,

dengan kata lain wpop pemilik umkm keberatan dengan adanya sanksi pajak yang akan dikenakan jika mereka melakukan kelalaian pajak.

Dalam UU KUP dikenal dua macam sanksi, yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana. Sanksi administrasi berupa pembayaran kerugian terhadap negara berupa denda, bunga, dan kenaikan. Sanksi pidana berupa denda pidana, pidana kurungan, dan pidana penjara. Denda adalah sanksi administrasi yang dikenakan kepada pelanggaran yang berkaitan dengan kewajiban pelaporan. Bunga adalah sanksi administrasi yang dikenakan kepada pelanggaran yang berkaitan dengan kewajiban pembayaran pajak. Kenaikan adalah sanksi administrasi yang berupa kenaikan jumlah pajak yang harus dibayar dikenakan kepada pelanggaran berkaitan dengan kewajiban yang diatur dalam UU. Sanksi pidana berupa pidana kurungan yaitu perampasan kebebasan pelanggar dalam jangka waktu relatif singkat dan pidana penjara yaitu perampasan kebebasan pelanggar dalam jangka waktu cukup lama. Selain mendapat hukuman pidana kurungan atau pidana penjara, pelanggar juga dikenai sanksi denda pidana.

Dari data responden, menunjukkan bahwa indikator yang paling menonjol mengenai variabel sanksi pajak adalah dimana sikap wpop pemilik umkm dalam menghadapi sanksi pajak masih terlalu acuh, sehingga wpop pemilik umkm mengabaikan sanksi pajak meskipun sanksinya besar. sehingga semakin berat sanksi pajak yg diberikan maka semakin menurun pula kepatuhan wpop pemilik umkm karena kurangnya

kesadaran wpop pemilik umkm. Secara mental adanya sanksi pajak seperti denda administrasi dan sanksi pidana dapat mengakibatkan wpop pemilik umkm tertekan atau *stress*. Perasaan tersebut dapat membuat wpop pemilik umkm kurang patuh, terutama dengan umkm mereka sendiri, dan faktor emosional juga mempengaruhi perilaku pajak mereka (Yunus et al., 2017).

Dorongan atas sanksi perpajakan yang ada membuat pemilik umkm tidak patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Ketersediaan sanksi pajak memiliki peran penting dan diperlukan untuk menaikkan angka kepatuhan wpop pemilik umkm. Akan tetapi, sanksi pajak harus dirancang untuk mengantisipasi dan mendorong wpop pemilik umkm untuk mencegah pelaku tidak menaati atau menakut-nakuti wpop pemilik umkm (Swistak, 2016).

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Narti Eka Putri dan Nurhasanah (2019), Elfin Siamena, Harijanto Sabijono, dan Jessy D.L Waronga, Faradila Savitri dan Elva Nuraina (2017), Zumrotun Nafiah, Sopi, dan Arini Novandalina (2021), dan Cynthia Chandra dan Amelia Sandra (2020) yang menghasilkan bahwa sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

4.3.4 Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian hipotesis uji t menunjukkan jika nilai signifikansi variabel insentif pajak senilai $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung insentif pajak

senilai $3,395 > t$ tabel $1,669$. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa intensif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, H_4 mengatakan jika insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak diterima yang berarti bahwa semakin baik pemberian insentif pajak maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang fashion komunitas E-UKM kota Surabaya.

Berdasarkan Teori *Planned Behaviour* menjelaskan bahwa perilaku manusia terjadi karena ada niat dari individu tersebut untuk melakukan sesuatu. TPB memiliki tiga faktor *belief*, salah satunya adalah *control belief* yakni hal yang mendorong maupun menghambat seseorang dalam melakukan sesuatu. Juga selaras dengan teori akuntansi keperilakuan yaitu cara dalam mengambil sebuah keputusan ekonomi. Pengambilan keputusan tersebut dipengaruhi oleh fungsi-fungsi akuntansi dan pelaporan, fungsi-fungsi akuntansi tersebut adalah informasi tentang insentif pajak, wajib pajak merasakan manfaat dengan adanya pemberian insentif pajak sehingga keyakinan ini mampu memperkuat sikap wajib pajak untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Dan juga berkaitan dengan teori atribusi, teori ini menjelaskan bahwa hubungan ini dapat dibangun dengan adanya faktor internal dan eksternal. Insentif pajak yang diberikan pemerintah ini termasuk pada faktor eksternal dari wajib pajak. Faktor Insentif pajak yang dimanfaatkan oleh wajib pajak dapat meringankan pembayaran pajaknya

karena pajak yang seharusnya dibayar akan ditanggung pemerintah. Insentif hanya mewajibkan wajib pajak untuk melaporkan SPT saja, berarti wajib pajak patuh memenuhi ketentuan perpajakan.

Insentif pajak yang diperoleh wajib pajak diharapkan dapat mengurangi beban pajaknya, karena pajak yang terutang oleh pemerintah akan dibayarkan untuk jangka waktu yang telah ditentukan. Insentif pajak merupakan insentif yang ditawarkan pemerintah kepada wajib pajak selama pandemi covid 19. Kepatuhan wajib pajak bisa dipengaruhi oleh insentif pajak yang ditawarkan oleh pemerintah. Insentif pajak yang digunakan oleh wajib pajak memudahkan mereka untuk membayar pajak karena pajak yang semestinya dibayar wajib pajak akan dibebankan kepada pemerintah untuk sementara waktu. Selama masa pembelakuan insentif pajak ini, wajib pajak hanya diwajibkan untuk mengajukan SPT, yang berarti wajib pajak akan mematuhi ketentuan perpajakan. Dengan demikian, adanya insentif pajak dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak wpop pemilik umkm bidang fashion komunitas E-UKM kota Surabaya.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh NM Ayu Sumia Dewi, IW Karmana, dan IW Purwanta Suta (2021), dan Muhamad Birul Walidain (2021) yang menunjukkan bahwa insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penjelasan hasil penelitian di atas tentang dampak sosialisasi perpajakan, pembayaran pajak, sanksi perpajakan dan pemberian insentif perpajakan terhadap pemenuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang fashion komunitas E-UKM kota Surabaya. Jadi bisa disimpulkan bahwa:

1. Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang fashion komunitas E-UKM kota Surabaya. Hipotesis diterima, hal tersebut membuktikan bahwa kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang fashion di komunitas E-UKM kota Surabaya akan meningkat jika wajib pajak mengikuti sosialisasi perpajakan.
2. Tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang fashion komunitas E-UKM kota Surabaya. Hipotesis diterima, hal tersebut membuktikan bahwa semakin adil pajak yang dijatuhkan oleh pemerintah semakin besar kepatuhan wajib pajak yang dimiliki UMKM bidang fashion pada komunitas E-UKM di Surabaya.
3. Sanksi pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang fashion komunitas E-UKM kota Surabaya. Hipotesis ditolak, hal ini membuktikan sikap wpop pemilik umkm tidak

menerima adanya sanksi yang berat yang akan dikenakan apabila mereka tidak patuh. Perasaan semacam itu akan menyebabkan wpop pemilik umkm kurang patuh terhadap kewajiban pajaknya.

4. Insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pemilik umkm bidang fashion komunitas E-UKM kota Surabaya. Hipotesis diterima, hal ini membuktikan dengan adanya insentif pajak akan meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak pemilik umkm bidang fashion komunitas E-UKM kota Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Kemungkinan adanya kesalahan yang ditimbulkan oleh para informan karena kurangnya tingkat pemahaman tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.
2. Dalam penelitian ini data yang dihasilkan hanya dari instrumen kuesioner yang didasarkan pada persepsi jawaban responden, sehingga kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan data yang dikumpulkan melalui penggunaan instrumen kuesioner.

3. Kesulitan dalam meminta data ke informan dikarenakan mungkin kesibukan informan atau hal lain yang menyebabkan informan lama mengisi kuesioner.

5.3 Saran

Dari hasil analisa dan kesimpulan penelitian ini, maka penulis memberikan saran yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang bersangkutan, antara lain:

1. Bagi pengurus komunitas E-UKM kota Surabaya diharapkan dapat memperkuat kerjasama dengan Direktorat Jendral Pajak dalam mengoptimalkan sosialisasi kepada anggota komunitas E-UKM kota Surabaya agar mengembangkan pengetahuan tentang perpajakan dan para pelaku UMKM mempunyai motivasi untuk berkontribusi pada perpajakan Indonesia dan meningkatkan kepatuhan untuk memenuhi kewajiban perpajakan mereka.
2. Bagi pemilik UMKM yang belum patuh terhadap aturan perpajakan diharapkan agar bijak dalam mematuhi peraturan perpajakan yang telah diberlakukan.
3. Bagi penelitian lebih lanjut, diharapkan mereka melakukan survei terhadap pemilik UMKM di kota Surabaya, tidak hanya anggota komunitas E-UKM, untuk mengetahui kepatuhan pemilik UMKM di kota secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsalam Mas'ud, A. A. A. and E.-M. J. G. (2014). TAX RATE AND TAX COMPLIANCE IN AFRICA. *European Journal of Accounting Auditing and Finance Research*, 2(3).
- Arfan Ikhsan Lubis. (2011). *Akuntansi Keperilakuan*. Salemba Empat.
- Arief Masdi. (2021). *Menakar Penerimaan Pajak di Tahun Pandemi*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/menakar-penerimaan-pajak-di-tahun-pandemi/>
- ATPETSU. (2021). *Jumlah Pembayar Pajak UMKM Berkurang, Penerimaan Belum Pulih*. ASOSIASI TAX CENTER PERGURUAN TINGGI SELURUH INDONESIA. [https://atpetsu.or.id/jumlah-pembayar-pajak-umkm-berkurang-penerimaan-belum-pulih#:~:text=Wakil Menteri Keuangan Suahasil Nazara,pajak penghasilan \(PPh\) final.](https://atpetsu.or.id/jumlah-pembayar-pajak-umkm-berkurang-penerimaan-belum-pulih#:~:text=Wakil Menteri Keuangan Suahasil Nazara,pajak penghasilan (PPh) final.)
- BPS. (2021). *Realisasi Pendapatan Negara (Milyar Rupiah), 2019-2021*. Kementerian Keuangan. <https://www.bps.go.id/indicator/13/1070/1/realisasi-pendapatan-negara.html>
- Catriana, E. (2021). *Menkop: Kontribusi Pajak UMKM Masih Sangat Rendah*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2021/09/16/191249026/menkop-kontribusi-pajak-umkm-masih-sangat-rendah>
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.

- Herryanto, M., & Toly, A. A. (2013). Pengaruh kesadaran wajib pajak, kegiatan sosialisasi perpajakan, dan pemeriksaan pajak terhadap penerimaan pajak. *Accounting and Tax Review*, 1(1), 125–135.
- Icek Ajzen. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. 2nd Edition. Open University Press.
- Irwansah dan Muh. Akbal. (2014). Pelaksanaan Sosialisasi Perpajakan untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan di Kota Makassar. *Jurnal Tomalebbi*, Vol 1 No.2.
- Kemenkeu. (2021). APBN KITA : Kinerja dan Fakta Edisi September 2021. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*, September, 1–85. <https://www.kemenkeu.go.id/media/18495/apbn-kita-september-2021.pdf>
- Latief, S., Junaidin Zakaria, & Mapparenta. (2020). Pengaruh kepercayaan kepada pemerintah, kebijakan insentif pajak dan manfaat pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 3(3), 271–289. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CESJ/article/view/581/425>
- Maesaroh. (2021). *Lebih dari 50% UMKM Tutup Selama PPKM, Bisnis Pakaian Paling Terpukul*. Katadata.Co.Id.
- McKerchar, M. (2003). The impact of complexity upon tax compliance: A study of Australian personal taxpayers. *Australian Tax Research Foundation*.
- Putro, R. Y. A., & Kamal, M. (2013). Analisis Pengaruh Brand Reputation, Brand Competence, dan Brand Liking Terhadap Trust In Brand Pada Konsumen

- Windows Phone Nokia di Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 10(2), 178–185. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v10i2.5916>
- Roma Hotmaria Bakkara. (2020). *3 Alasan Kenapa Insentif Pajak UMKM Kurang Laku*. DDTC News. <https://news.ddtc.co.id/3-alasan-kenapa-insentif-pajak-umkm-kurang-laku-25348>
- Santoso, Y. I. (2020). *Pertumbuhan wajib pajak UMKM yang membayar pajak melandai*. KONTAN.CO.ID. <https://nasional.kontan.co.id/news/pertumbuhan-wajib-pajak-umkm-yang-membayar-pajak-melandai>
- Saputra, D. (2021). *Survei BI: 87,5 Persen UMKM Indonesia Terdampak Pandemi Covid-19*. Bisnis.Com.
- Sarjono, H. dan W. J. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat.
- Siregar, S. (2017). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17 (1st ed.)*. Bumi Aksara.
- Siti Kurnia Rahayu. (2017). *Perpajakan Konsep dan Aspek Forma*. Rekayasa Sains.
- Slamet Riyadi. (2020). *Daftar Insentif untuk UMKM di Masa dan Usulan Pasca Pandemi*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sulistyo, M. M. C. A. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik Usaha Mikro Dan Kecil. *Skripsi*, 6(2), 1–7.

- Swistak, A. (2016). Tax penalties in SME tax compliance. *Financial Theory and Practice*, 40(1), 129–147. <https://doi.org/10.3326/fintp.40.1.4>
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2014). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Alfabeta.
- Wurianti, Exti Lusiani Ega dan Subardjo, A. (2015). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Di Wilayah Kpp Pratama. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 4 No.
- Yunus, N. bt, Ramli, R. bt, & Hasan, N. S. bt A. (2017). Tax Penalties and Tax Compliance of Small Medium Enterprises (SMEs) in Malaysia. *International Journal of Business, Economics and Law*, 12(1), 81–91. <http://ijbel.com/wp-content/uploads/2017/07/ACC-342.pdf>
- Zulma, G. W. M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 288. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.170>