

Pengaruh Persepsi Wajib Pajak UMKM Atas Undang-Undang HPP, Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Ellen Febrianti Nurandita Sari¹, Nur Kholis²

Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo.

Email: ellenfebriantinas@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini tujuannya untuk melihat Pengaruh Persepsi Wajib Pajak UMKM, Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Penelitian ini menggunakan data primer diperoleh melalui kuesioner dibagikan pada responden pelaku UMKM nail art, kuesioner dibagikan online menggunakan google form. Sedangkan data primer diperoleh melalui studi kepustakaan dan metode dokumentasi. Penelitian ini memiliki populasi berjumlah 100. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel berbasis pada non probability sampling dengan menggunakan metode simple sampling purposive dengan kriteria sampel yang digunakan adalah wajib pajak Orang Pribadi UMKM bukan Badan dan UMKM nail art yang akan melakukan kegiatan perpajakan. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian besar adalah UMKM nail art di kota Surakarta. Teknik analisa data yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis penelitian digunakan metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Persepsi Wajib Pajak UMKM, Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Kata kunci : Persepsi Wajib Pajak UMKM, Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak..

The Influence of MSME Taxpayers' Perceptions of the HPP Law, Tax Socialization on Taxpayer Compliance

Abstract

This research aims to see the influence of MSME taxpayer perceptions, tax socialization on taxpayer compliance. This research uses primary data obtained through a questionnaire that was announced to MSME respondents, a questionnaire that was announced online using Google Form. Meanwhile, primary data was obtained through literature study and documentation methods. This research has a population of 100. The technique used in this research is sampling based on non-probability sampling using a simple purposive sampling method with the sample criteria used being individual taxpayers, MSMEs, not corporate bodies and MSMEs that have carried out tax activities. The research samples used in this research were mostly MSMEs. Data analysis techniques are validity and reliability testing, classical assumption testing, and hypothesis testing. To test the research hypothesis, the multiple regression analysis method was used. The research results prove that the variable Perception of MSME Taxpayers, Tax Socialization on Taxpayer Compliance has a significant effect on Taxpayer Compliance.

Keywords: Perception of MSME Taxpayers, Tax Socialization of Taxpayer Compliance.

PENDAHULUAN

Pajak adalah salah satu sumber pendapatan negara untuk melakukan pembangunan yang berasal dari orang pribadi atau suatu badan berdasarkan undang-undang untuk keperluan negara bagi kemakmuran rakyat. Pajak didasari oleh norma-norma hukum untuk menutup biaya produksi barang dan jasa untuk tercapainya kesejahteraan masyarakat. Kegiatan

penolakan, penghindaran, dan pelawanan untuk membayar pajak adalah pelanggaran hukum yang dapat dikenakan sanksi hukum. Pajak merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari anggaran penerimaan dan belanja negara (APBN) yang merupakan sumber pendapatan terbesar bagi negara. Berdasarkan APBN 2020, pajak berkontribusi besar terhadap pendapatan negara sebesar Rp. 1.865,7 triliun yang berarti pajak menyumbang 83,54% dari total pendapatan negara.

Rendahnya tingkat kesadaran dan kepatuhan Masyarakat untuk membayar pajak menjadi salah satu tidak berjalan lancar penerimaan pajak di Indonesia, seperti UMKM. Menurut Menteri Koperasi dan UKM (Menkop UKM). Teten Masduki mengatakan bahwa kontribusi pajak UMKM masih rendah terhadap penerimaan pajak nasional, oleh karena itu, ia mendorong para pelaku UMKM untuk patuh membayar pajak karena Pajak Penghasilan (PPh) Final UMKM hanya 0,5 persen dari omset. Dan pelaku UMKM merupakan potensi wajib pajak yang sangat besar (Dian Kurniati, 2022)

Selama ini pajak dianggap sebagai suatu yang menakutkan, yaitu dengan pembayaran nominal uang yang cukup besar dan digunakan untuk kepentingan negara (Bird. Richard, and Oliver Oldman, 1964 : 25). Menurut pelaku UMKM hal tersebut tidak sebanding dengan pendapatan yang didapat dan pelayanan negara yang diterima. Hal ini perlu dilakukan pemahaman Kembali (*reorientasi*) terhadap pandangan pelaku UMKM tentang anggapan pajak hanya menjadi beban dan ketakutan menjadi pandangan yang menempatkan pajak dan memahami secara keseluruhan baik keuntungan maupun peran pajak bagi bangsa dan negara. UMKM akan mendapat insentif berupa batasan penghasilan bruto tidak kena pajak untuk UMKM hingga lima ratus juta rupiah setahun. Dimana UMKM yang mempunyai omzet lima ratus juta kebawah tidak dikenakan pajak atau tidak membayar PPh, dan dengan lahirnya undang-undang menunjukkan keberpihakan kepada UMKM dan dukungan yang diharapkan dapat meningkatkan daya tahan dan daya saing usaha UMKM di Indonesia sehingga mendorong wajib pajak UMKM dalam melaporkan kewajiban perpajakannya.

Pemerintah bersama DPR melakukan upaya dengan lahirnya Undang - Undang Harmonisasi peraturan Perpajakan (UU HPP) no.7 tahun 2021 yang sudah resmi disahkan Presiden Joko Widodo pada 29 Oktober 2021 yang berlaku per Januari 2022, upaya tersebut guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Undang-undang HPP ini terdiri dari sembilan bab itu memiliki enam ruang lingkup pengaturan, yakni Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP), Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Program Pengungkapan Sukarela (PPS), Pajak Karbon, serta Cukai (Setiadi, 2022).

Dalam UU HPP terdapat asas dan tujuan sebagai keutamaan dalam pembentukan RUU tersebut. Dimana penyelenggaraannya berdasarkan asas adil, sederhana, efisien, pasti, manfaat, dan kepentingan negara. Sedangkan tujuan diadakannya UU HPP ini untuk meningkatkan laju pertumbuhan perekonomian yang berkelanjutan dan guna mendukung adanya percepatan pemulihan ekonomi (Wachyu et al., 2020). Hal ini juga dapat mewujudkan sistem perpajakan yang lebih berkeadilan dan berkepastian hukum, melaksanakan reformasi administrasi, kebijakan perpajakan yang konsolidatif, dan perluasan basis pajak, serta meningkatkan kepatuhan sukarela wajib pajak.

Salah satu dampak UU HPP ini terhadap UMKM adalah pengenaan lapisan tarif Pajak Penghasilan (PPh) dan perubahan penghasilan tidak kena pajak bagi Wajib Pajak yang dikenakan PPh berdasarkan PP 23 Tahun 2018. Perubahan lapisan tarif PPh OP. di UU PPh no. 36 Tahun 2008 diatur bahwa untuk penghasilan kena pajak sampai dengan Rp 50 juta dikenakan tarif PPh sebesar 5%. Pada perubahan UU PPh, disebutkan bahwa penghasilan kena pajak sampai dengan Rp 60 juta dikenakan tarif PPh sebesar 5%. Hal ini dapat memberikan

keuntungan bagi UMKM orang pribadi dalam bentuk pengenaan pajak yang lebih rendah (Irawan, F., & Erdika, 2021). Dan dalam UU HPP, menyatakan bahwa UMKM akan mendapat insentif berupa batasan penghasilan bruto tidak kena pajak untuk UMKM hingga lima ratus juta rupiah setahun. Batasan peredaran bruto tidak kena pajak berarti bahwa UMKM yang beromset hingga lima ratus juta rupiah dalam setahun tidak perlu membayar PPh final dengan 0,5%. Jika beromset melebihi lima ratus juta rupiah, penghitungan pajaknya hanya dilakukan pada omzet yang di atas lima ratus juta rupiah.

Dampak lain perubahan UU HPP terhadap UMKM adalah perubahan NIK dan NPWP. Dalam UU No.28 Tahun 2007 mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan (KUP), menjelaskan bahwa setiap wajib pajak yang memiliki tanggungan pajak harus mendaftarkan diri agar mendapatkan NPWP untuk tahap administrasi dalam pajak. Penggunaan NIK bagi wajib pajak orang pribadi (OP) memudahkan integrasi data kependudukan dengan menggunakan administrasi dalam pajak yang memiliki tujuan untuk melaksanakan hak dan kewajiban terhadap pajak serta wajib pajak orang pribadi (OP) dapat tertib dalam hal perpajakan. Oleh karena itu, memudahkan kesederhanaan administrasi dan kepentingan nasional. Sehingga UMKM dapat melaksanakan pembayaran pajak dengan maksimal.

Dan dampak lain UU HPP terhadap UMKM adalah kenaikan PPN. Kenaikan tarif PPN bertujuan untuk meningkatkan penerimaan serta keadilan dalam proses pemungutan PPN. Dengan adanya kenaikan tarif PPN dalam UU HPP, pemerintah dapat mempertimbangkan kondisi penghasilan dari pelaku UMKM karena saat ini masih dalam masa pemulihan pasca pandemi dan kegiatan usaha yang dilakukan masyarakat penghasilannya pasang surut. Sebelumnya dalam pasal UU PPN dikenakan tarif 10% dengan masa berlaku 1 Januari 1984-1 Maret 2022 sekarang naik menjadi 11% berlaku pada tanggal 1 April 2022 serta 12% berlaku paling lambat diberlakukan 1 Januari 2025.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi adalah sosialisasi perpajakan. Sosialisasi merupakan kegiatan penyebarluasan informasi kepada masyarakat luas untuk meningkatkan pengetahuan akan suatu hal. Sehingga sosialisasi perpajakan dilakukan agar masyarakat mengetahui hal-hal terkait perpajakan. Sosialisasi perpajakan sangat diperlukan masyarakat luas khususnya pada wajib pajak untuk meningkatkan pengetahuan perpajakan guna mewujudkan tingkat kepatuhan wajib pajak yang tinggi dalam melakukan pembayaran dan menyampaikan pajaknya (Pramukty, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Wajib Pajak UMKM atas UU HPP terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dan pengaruh sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di kota Surakarta. Kegunaan penelitian ini secara Teoritis adalah hasil penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan secara Praktis adalah hasil penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan masukan kepada para pelaku UMKM, mengenai persepsi wajib pajak, sosialisasi perpajakan atas undang-undang HPP dan Bagi Direktorat Jendral Pajak (DJP) untuk mengetahui sejauh mana Persepsi Wajib Pajak, sosialisasi atas undang undang HPP mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Sampai saat ini hal terkait perpajakan masih menjadi hal yang tidak biasa bagi para pelaku UMKM, khususnya UMKM nail art. Dengan adanya undang-undang harmonisasi peraturan perpajakan ini, diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan secara sukarela pelaku UMKM. UU HPP memiliki ruang lingkup yaitu pengenaan lapisan tarif pajak penghasilan (PPh) dan perubahan penghasilan tidak kena pajak bagi wajib pajak yang dikenakan, perubahan NIK menjadi NPWP dan kenaikan tarif PPN sedangkan ruang lingkup UU HPP yang tidak

dibahas dalam penelitian ini yaitu program pengungkapan sukarela (PPS), pajak karbon, serta cukai.

Penelitian tentang persepsi wajib pajak UMKM nail art atas UU HPP dan sosialisasi yang berdampak langsung terhadap UMKM belum banyak dilakukan, karena penerapan UU HPP ini baru diimplentasikan pada awal tahun 2022. Maka dari uraian diatas peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi wajib pajak atas UU HPP dan sosialisasi perpajakan mempengaruhi kepatuhan wajib Pajak UMKM di kota Surakarta.

TEORI

1. Teori Kepatuhan (Compliance Theory)

Teori kepatuhan (compliance theory) dicetuskan oleh Stanley Milgram (1963). Pada teori ini dijelaskan mengenai suatu kondisi dimana seseorang taat terhadap perintah atau aturan yang telah ditetapkan. Adapun dua perspektif dalam literasi sosiologi mengenai kepatuhan terhadap hukum, yaitu instrumental dan normatif. Perspektif instrumental berasumsi bahwa individu secara menyeluruh didorong oleh kepentingan pribadi dan persepsi terhadap perubahan-perubahan yang dikaitkan dengan perilaku. Perspektif normatif dihubungkan dengan anggapan orang yang menjadi moral dan berlawanan atas kepentingan pribadi. Seorang individu yang cenderung mematuhi hukum dianggap sesuai dan konsisten dengan norma-norma internal yang sudah diterapkan. Komitmen normatif melalui moralitas personal (normative commitment through morality) ini memiliki arti patuh terhadap hukum karena hukum tersebut dianggap sebagai suatu kewajiban, sedangkan komitmen normatif melalui legitimasi (normative commitment through legitimacy) memiliki arti patuh terhadap peraturan dikarenakan otoritas penyusun hukum tersebut telah memiliki hak untuk mengatur perilaku (Marlina, 2018)

2. Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Kepatuhan wajib pajak telah menjadi suatu kewajiban yang harus dimiliki oleh setiap wajib pajak karena pajak merupakan sumber pendapatan negara, jika kepatuhan wajib pajak semakin tinggi maka meningkatnya pendapatan negara. Menurut (Andriani & Herianti, 2015) kepatuhan wajib pajak dapat menjadi tolak ukur melalui pemahaman yang dimiliki oleh setiap wajib pajak mengenai cara untuk melakukan pengisian SPT, objek pajak, kebijakan yang baru dibuat tentang peraturan pajak, jenis pajak, dan ketentuan lain mengenai pajak. Kepatuhan wajib pajak telah menjadi peranan penting mengingat sistem pemungutan pajak yang dianut di Indonesia sekarang ini yaitu self assessment system yang mana proses ini secara mutlak memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri kewajiban perpajakannya. (Muliari, Ni Ketut dan Setiawan, 2020) dijelaskan bahwa kriteria wajib pajak yang patuh menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 adalah sebagai berikut :

- a. Menyampaikan SPT dengan tepat waktu dalam semua jenis pajak untuk dua tahun terakhir.
- b. Tidak memiliki tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali sudah mendapat izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak.
- c. Belum pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di sektor perpajakan dengan jangka waktu 10 tahun terakhir.
- d. Dalam dua tahun terakhir mengadakan pembukuan serta dalam hal lain terhadap wajib pajak yang pemeriksaannya sudah pernah dilakukan. Revisi pada pemeriksaan yang terakhir dalam tiap-tiap jenis pajak yang terutang maksimal lima persen.

Indikator kepatuhan wajib pajak dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu sebagai berikut (Muliari, Ni Ketut dan Setiawan, 2020) :

- 1) Kepatuhan Formal merupakan suatu keadaan dimana wajib pajak sudah memenuhi kewajibannya secara formal yang sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan.
- 2) Kepatuhan Material merupakan suatu keadaan dimana wajib pajak berdasarkan hakikatnya telah memenuhi seluruh ketentuan material perpajakan yang sesuai dengan isi dan jiwa, serta undang-undang pajak kepatuhan material juga dapat mencakup kepatuhan formal.
- 3) Kepatuhan Hukum yaitu penerimaan sesuatu peraturan bukan karena nilai intrinsiknya dan daya tariknya akan tetapi karena keinginan orang untuk mempertahankan keanggotaan di dalam kelompok dalam mempertahankan hubungan dengan tokoh-tokoh tertentu

3. Sosialisasi Pajak

Sosialisasi pajak dapat diartikan sebagai kegiatan untuk memberikan informasi terkait perpajakan dengan tujuan seseorang ataupun kelompok paham dan mengerti tentang perpajakan sehingga kepatuhan wajib pajak akan terus meningkat. Bilamana wajib pajak diberikan pemahaman yang baik dan benar melalui kegiatan sosialisasi ini, maka wajib pajak akan memiliki pengetahuan yang besar tentang pentingnya membayar pajak agar dapat berkontribusi dalam meningkatkan sumber penerimaan negara (Sudrajat & Parulian Ompusunggu, 2015). Upaya yang dilakukan Direktorat Jenderal Pajak dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya kepada wajib pajak agar mengetahui dan memahami tentang segala hal tentang perpajakan melalui metode yang akurat.

Indikator Menurut (Sudrajat & Parulian Ompusunggu, 2015) kegiatan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

1) Sosialisasi langsung

Sosialisasi langsung yaitu kegiatan sosialisasi perpajakan melalui interaksi langsung kepada wajib pajak maupun calon wajib pajak. Bentuk dari sosialisasi langsung yang telah dilakukan antara lain, early tax education, tax goes to school atau tax goes to campus, klinik pajak, seminar pajak, workshop, dan artikel pajak.

2) Sosialisasi tidak langsung

Sosialisasi tidak langsung merupakan kegiatan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat yang paling sedikit melakukan interaksi dengan partisipan. Bentuk-bentuk sosialisasi secara tidak langsung dapat dibedakan menurut medianya, yaitu media elektronik yang berupa talkshow TV dan talkshowradio. Sementara itu yang melalui media cetak berupa koran, majalah, buku, dan penulisan artikel pajak yang telah dipublikasikan.

4. Persepsi Wajib Pajak

Menurut (Rachman, A., 2020) kesadaran menjadi perilaku wajib pajak atas suatu objek yang melibatkan pandangan dan perasaan serta keinginan untuk berperan sesuai dengan objek. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak menggambarkan perilaku wajib pajak berupa pandangan maupun perasaan yang terkait dengan pengetahuan, keyakinan dan penalaran melalui keinginan

untuk bertindak sesuai dengan peraturan yang ditentukan oleh sistem perpajakan tersebut. Tingkat kesadaran perpajakan menunjukkan seberapa besar tingkat pemahaman seseorang tentang arti, fungsi dan peranan pajak. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak maka pemahaman dan pelaksanaan kewajiban perpajakan semakin baik sehingga dapat meningkatkan kepatuhan.

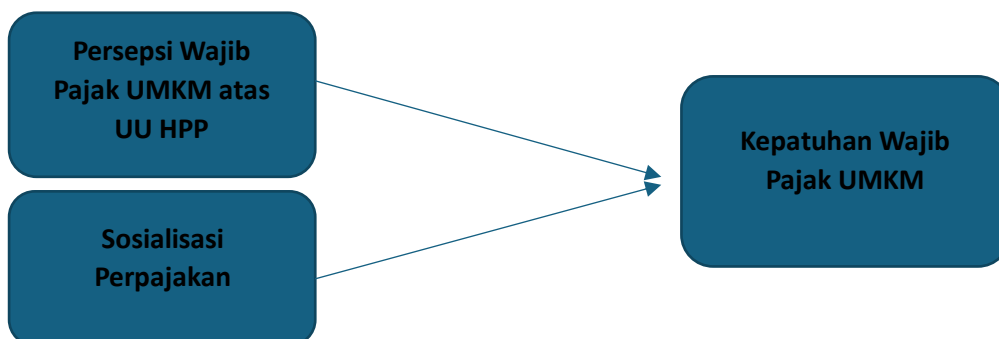
Indikator Menurut (Rachman, A., 2020) dapat diuraikan menjadi beberapa bentuk kesadaran membayar pajak yang memotivasi wajib pajak untuk membayar pajak, sebagai berikut :

- 1) Kesadaran bahwa pajak menjadi bentuk keikutsertaan dalam menunjang pembangunan negara. Dengan memahami hal ini, wajib pajak berkenan untuk membayarkan pajaknya karena sadar tidak dirugikan dari pemungutan pajak tersebut.
- 2) Kesadaran untuk berspekulasi bahwa menunda pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak dapat merugikan negara. Wajib pajak yang berkenan untuk membayarkan pajaknya karena sudah menyadari bahwa menunda pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak akan mengakibatkan sumber daya financial yang semakin berkurang dan terhambatnya pembangunan negara.

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dan memiliki kesamaan objek atau topik yang relevan dengan yang diteliti oleh penulis saat ini. Penelitian terdahulu dapat digunakan oleh penulis untuk membandingkan atau melihat sudut pandang yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, penulis memaparkan empat penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu pengaruh persepsi wajib pajak UMKM atas UU HPP dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pada keempat penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penulis memiliki subjek penelitian yang sama yaitu, untuk mengetahui tentang pengaruh persepsi wajib pajak UMKM dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian tentang persepsi wajib pajak sudah beberapa kali dilakukan, seperti penelitian (Hanung Triatmoko¹), Sri Suranta²), Juliati³), Trisninik Ratih Wulandari⁴), Renata Zoraifi⁵ , 2021) yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi wajib pajak UMKM mengenai pengetahuan perpajakan dan efektivitas system perpajakan.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Pengaruh Persepsi Wajib Pajak UMKM atas UU HPP terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Persepsi wajib Pajak merupakan proses dimana wajib pajak mengorganisasi, menginterpretasi, dan mengelola materi yang diterima dari lingkungan. Maka persepsi wajib pajak merupakan tanggapan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan yang menyatakan apakah wajib pajak tersebut mengetahui, memahami dan menerapkan peraturan tersebut sesuai dengan kebijakan perpajakan yang dibuat pemerintah. UU HPP ini dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian yang berkelanjutan dan mendukung percepatan pemulihan ekonomi, mengoptimalkan penerimaan negara guna membiayai pembangunan nasional secara mandiri menuju masyarakat Indonesia yang adil, makmur, dan sejahtera, mewujudkan sistem perpajakan yang lebih berkeadilan dan berkepastian hukum, melaksanakan reformasi administrasi, kebijakan perpajakan yang konsolidatif, dan perluasan basis pajak, serta meningkatkan kepatuhan sukarela Wajib Pajak (Setiadi, 2022)

UU HPP baru disahkan oleh Bapak Presiden Republik Indonesia per tanggal 29 Oktober 2021, dan baru diterapkan diawal Januari 2022, Penelitian tentang Persepsi Wajib Pajak sudah beberapa kali dilakukan, seperti penelitian (Anton Robiansyah, 2020),; (Fitrilia Ariyanti, 2021) ; (Rahmatul Hanik, 2021) menyatakan bahwa persepsi wajib pajak berpengaruh kepada kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hasil penelitian yang sama ditemukan oleh (Syaputra, 2019) dan (Irawati & Sari, 2019) bahwa persepsi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib Pajak. Tetapi Penelitian tentang Persepsi wajib Pajak UMKM atas UU HPP belum pernah dilakukan, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti persepsi wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Maka diharapkan dengan adanya konsep atau pola pikir yang positif atas UU PPH ini, maka akan mempengaruhi tindakan atau pelaksanaan, sehingga tindakan akan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM. Dari uraian diatas dirumuskan hipotesis penelitian pertama adalah :

H1 : Persepsi Wajib Pajak UMKM atas UU HPP berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya dari Direktorat Jenderal Pajak(DJP) untuk memberikan pengertian, informasi dan pembinaan kepada masyarakat dan Wajib Pajak mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan secara khusus dengan adanya undang-undang atau peraturan terbaru. Sosialisasi UU HPP yang dilakukan oleh DJP bertujuan memberikan pemahaman tentang UU HPP secara khusus yang berdampak kepada UMKM. Sosialisasi tersebut terdiri dari sosialisasi pengenaan lapisan tarif pajak Penghasilan yang awalnya 50.000.000, menjadi 60.000.000 dan batas atas tarif sebelumnya 30% menjadi 35%, batasan bawah untuk penghasilan yang dikenakan pajak sebesar lima ratus juta rupiah , perubahan NIK menjadi NPWP dan kenaikan tarif PPN. Penelitian tentang sosialisasi perpajakan sudah banyak dilakukan, seperti hasil penelitian (Wardani & Wati, 2018) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, hal yang sama juga ditemukan (Afeni Maxuel; Anita Primastiwi, 2021) yang menyebutkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Sosialisasi perpajakan diharapkan mampu menggugah kesadaran wajib pajak. Hal yang sama dinyatakan penelitian (Lianty et al., 2017); (Vionita, & Kristanto, 2018) yang mengatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Tetapi penelitian tentang sosialisasi UU HPP ini belum pernah dilakukan karena masih baru dan penerapannya pada awal tahun 2022. Maka dari uraian diatas dirumuskan hipotesis penelitian:

H2 : Sosialisasi perpajakan berpengaruh Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut (Sugiyono, 2016) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui kuesioner dibagikan pada responden pelaku UMKM, kuesioner dibagikan online menggunakan google form. Sedangkan data primer diperoleh melalui studi kepustakaan dan metode dokumentasi. Penelitian ini memiliki populasi tidak terbatas.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel berbasis pada non probability sampling dengan menggunakan metode simple sampling purposive dengan kriteria sampel yang digunakan adalah wajib pajak Orang Pribadi UMKM bukan Badan dan UMKM yang sudah melakukan kegiatan perpajakan. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian besar adalah UMKM nail art di kota Surakarta.

Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis penelitian digunakan metode analisis regresi berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen Data

a) Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	t-hitung	t-tabel	Keterangan
Persepsi Wajib Pajak UMKM (X1)	X1.1	0,913	0,196	Valid
	X1.2	0,725	0,196	Valid
Sosialisasi Perpajakan (X2)	X2.1	0,910	0,196	Valid
	X2.2	0,744	0,196	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y)	Y1	0,838	0,196	Valid
	Y2	0,769	0,196	Valid
	Y3	0,567	0,196	Valid

Sumber : Diolah Data Primer (2024)

Dilihat dari tabel di atas diketahui bahwa nilai r hitung dari masing-masing pertanyaan di atas $>$ dari nilai r tabelnya sehingga disimpulkan bahwasanya semua pertanyaan valid.

b) Uji Reliabilitas

No Soal	Cronbach's Alpha		Keterangan
X1	0,844	0,6	Reliabel
X2	0,849	0,6	Reliabel
Y	0,787	0,6	Reliabel

Sumber : Diolah Data Primer (2024)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's alpha variabel X1, X2, dan Y melebihi nilai 0,6 sehingga dikatakan semua item pertanyaan reliable/handal.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	,102 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Diolah Data Primer (2024)

Tabel diatas menunjukkan nilai dari Asymp.Sig (2-tailed) $0,102 > 0,05$ maka data terdistribusi dengan normal.

b) Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Persepsi Wajib Pajak UMKM	0.367	2,723	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Sosialisasi Perpajakan	0.367	2,723	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Diolah Data Primer (2024)

Dari hasil pengujian multikolinearitas diatas, melihatkan variabel bebas dan kontrol mempunyai nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 . Hal ini menerangkan variabel pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas

c) Uji Heteroskedastisitas

Coefficients

Variabel	Sig.	Keterangan

Persepsi Wajib Pajak UMKM	0,385	Terjadi Heteroskedastisitas
Sosialisasi Perpajakan	0.503	Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Diolah Data Primer (2024)

Dari hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser, nilai signifikansi variabel Perserpsi Wajib Pajak UMKM dan Sosialisasi Perpajakan $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3. Uji F

ANOVA^a

Model	F	Sig.
Regression	126,425	,000b

Sumber : Diolah Data Primer (2024)

Hasil perhitungan uji F bisa diartikan bahwa nilai F layak digunakan sebesar 126,425 dengan signifikan 0,000 yang mana signifikan tersebut dibawah 0,05, maka bisa disimpulkan jika Persepsi Wajib Pajak UMKM, Sosialisasi Perpajakan berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dan uji ini tepat untuk digunakan karena menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat dan uji ketetapan model.

4. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,350	,557		6,012	,000
Persepsi Wajib Pajak UMKM	,503	,110	,402	4,556	,000
Sosialisasi Perpajakan	,649	,116	,495	5,608	,000

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sumber : Diolah Data Primer (2024)

Berdasar tabel tersebut persamaan regresinya: $Y = 3,350 + 0,503 X_1 + 0,649 X_2$ Berdasar persamaan ini diketahui bahwa:

- a. Skor Konstanta berjumlah 3,350 memperlihatkan jika nilai variable independent yaitu variable Persepsi Wajib Pajak UMKM, Sosialisasi Perpajakan sama dengan nol, maka Minat Beli berjumlah 3,350.
- b. Nilai koefisien Persepsi Wajib Pajak UMKM yaitu sebesar 0,503 dan Sosialisasi Perpajakan sebesar 0,649 menunjukkan arah hubungan yang positif pada Kepatuhan Wajib Pajak UMKM yang artinya apabila variabel tersebut ditingkatkan maka juga akan meningkatkan variabel Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

b) Uji t

Model	t	Sig.	
1 (Constant)	6,012	0,000	Keterangan
Persepsi Wajib Pajak UMKM (X1)	4,556	0,000	Berpengaruh Signifikan
Sosialisasi Perpajakan (X2)	5,608	0,000	Berpengaruh Signifikan

Sumber : Diolah Data Primer (2024)

Melihat perhitungan dari uji t diatas, diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Hasil hitung uji t pada Persepsi Wajib Pajak UMKM (X1) terdapat nilai t hitung sejumlah 4,556 dan nilai signifikan sejumlah 0,000 pada tingkat signifikan 0,05, maka nilai signifikan $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$, yang artinya Persepsi Wajib Pajak UMKM (X1) memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y).
- b. Dalam perhitungan uji t yang sudah dihasilkan Sosialisasi Perpajakan (X2) terdapat nilai t hitung sejumlah 5,608 dan nilai signifikan 0,000 pada tingkat signifikan 0,05, maka nilai signifikan $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$, yang artinya Sosialisasi Perpajakan (X2) memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y).

c) Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,850 ^a	,723	,717	1,287

a. Predictors: (Constant), Sosialisasi Perpajakan, Persepsi Wajib Pajak UMKM

b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sumber : Diolah Data Primer (2024)

Dari pengujian koefisien determinasi diatas maka bisa diketahui nilai *Adjusted R Square* 0,717 atau 71,7%. menunjukkan variabel independen sanggup menjelaskan variabel independen sebesar 71,7%. Sisanya dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dimasukkan pada penelitian ini..

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Wajib Pajak UMKM terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Perolehan pada variabel ini menerangkan bahwa Persepsi Wajib Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM, sehingga hipotesis 1 terbukti. Riset ini terbukti dengan referensi penelitian menurut studi dari (Anton Robiansyah, 2020),; (Fitrilia Ariyanti, 2021) ; (Rahmatul Hanik, 2021) menyatakan bahwa persepsi wajib pajak berpengaruh kepada kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hasil penelitian yang sama ditemukan oleh (Syaputra, 2019) dan (Irawati & Sari, 2019) bahwa persepsi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib Pajak.

UMKM melakukan kewajiban dalam membayar pajak akan meningkatkan persepsi yang baik, Pelaku UMKM menyadari dengan kepatuhan wajib pajak yang baik dan benar sehingga dapat terlaksana dengan sebaik mungkin.

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Perolehan pada variabel ini menerangkan bahwa Persepsi Wajib Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM, sehingga hipotesis 2 terbukti. Riset ini terbukti dengan referensi penelitian menurut studi (Wardani & Wati, 2018) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, hal yang sama juga ditemukan (Afeni Maxuel; Anita Primastiwi, 2021) yang menyebutkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Sosialisasi perpajakan diharapkan mampu menggugah kesadaran wajib pajak. Hal yang sama dinyatakan penelitian (Lianty et al., 2017); (Vionita, & Kristanto, 2018) yang mengatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dengan adanya Sosialisasi Perpajakan pelaku UMKM dapat mengetahui bahwa membayar pajak secara patuh itu wajib dilakukan, seiring berjalannya waktu maka UMKM akan berkembang dan dipercayai sebagai pelaku UMKM yang sesuai aturan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Persepsi Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan di atas, maka saran-saran yang dapat diberikan terkait Kesadaran Wajib Pajak Badan, Pelayanan Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi Pemerintah.
Pemerintah sebagai pembuat kebijakan diharapkan bisa memberikan kepastian hukum dan kejelasan atas kebijakan yang dikeluarkan khususnya terkait dengan masalah perpajakan.
- 2) Bagi Instansi Pajak.

Instansi pajak sebagai instansi pemungut pajak dari wajib pajak harus terus meningkatkan kualitas Pelayanan Perpajakan baik yang berupa peningkatan kualitas SDM maupun fasilitas lainnya, sehingga dapat mendorong wajib pajak untuk patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian, sebagai berikut :

1) Data ditunjukkan pada pelaku UMKM melalui kuesioner online, sehingga adanya kendala ada yang masih belum memiliki hp sehingga mencari responden yang memiliki hp untuk mengakses link kuesioner

2) Ada beberapa pertanyaan yang harus penulis jelaskan kepada responden pelaku UMKM

DAFTAR PUSTAKA

Afeni Maxuel; Anita Primastiwi. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm ECommerce. *JRMB, Volume 16*,.

Anton Robiansyah. (2020). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Atas Pemahaman Peraturan Perpajakan, Akuntabilitas Pemerintah, Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *I-FINANCE, Vol.06 No*.

Dian Kurniati. (2022). *Dorong Kepatuhan Pajak, UMKM perlu Simflikasi dan Pendampingan. DDTC News*. November 22.

Fitrilia Ariyanti, P. (2021). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Atas Penaerapan Pemahaman Perpajakan Dan Sistem Administrasi Modernisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Sektor UMKM pada KPP Pratama Jakarta Jatinegara Periode 2021). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 3*.

Irawan, F., & Erdika, F. A. P. (2021). Analisis Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan. *Analisis Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan*.

Irawati, W., & Sari, A. K. (2019). PENGARUH PERSEPSI WAJIB PAJAK DAN PREFERENSI RISIKO TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK. *JURNAL AKUNTANSI BARELANG, 3*(2), 104–114. <https://doi.org/10.33884/jab.v3i2.1223>

Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000. Kriteria Wajib Pajak

Lianty, M., Hapsari, D. W., & K, K. (2017). PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SOSIALISASI PERPAJAKAN, DAN PELAYANAN FISKUS TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer, 9*(2), 55–65. <https://doi.org/10.23969/jrak.v9i2.579>

Marlina, M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi Mengenai Penggelapan Pajak pada KPP Pratama Lubuk Pakam. *JURNAL PUNDI, 2*(2). <https://doi.org/10.31575/jp.v2i2.82>

Muliari, Ni Ketut dan Setiawan, P. E. (2020). Pengaruh Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan

dan Kesadaran Wajib Pajak Pada Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Denpasar Timur. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 6, 1.

Pramukty. (2021). Pemgertian Mengenai Sosialisasi. *Jurnal Ilmu Sosial*

Rachman, A., & N. (2020). Analisis Efektifitas Kebijakan Pajak, Lingkungan Kegiatan Transaksi e-Commerce. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, 2(Oktobre).

Rahmatul Hanik. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keadilan, Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Pada Masa Covid 19 (Studi Pada UMKM Di Kota Blitar Terkait PMK 9 Tahun 2021*.

Setiadi. (2022). Harmonisasi UU HPP Perpajakan Indonesia Dengan Tax Center Jilid 2. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsurya*, Vol. 7, No.

Sudrajat, A., & Parulian Ompusunggu, A. (2015). Pemanfaatan teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Kepatuhan Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 2(02), 193–202. <https://doi.org/10.35838/jrap.2015.002.02.17>

Sugiyono. (2001). *Populasi*. <https://doi.org/http://repository.uin-suska.ac.id/15903/8/8.%20BAB%20III%20ZEON%20BARUUUU.pdf>

Sugiyono. (2016). *SAMPEL*. UIN SUSKA RIAU.

Syaputra, R. (2019). PENGARUH PERSEPSI WAJIB PAJAK ATAS PENERAPAN PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 23 TAHUN 2018 DAN PEMAHAMAN PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(2), 121–144. <https://doi.org/10.25105/jmat.v6i2.5560>

UU PPh no. 36 Tahun 2008. Undang - Undang Wajib Pajak

Vionita, & Kristanto, S. B. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Adanya Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Perpajakan Bagi Prospective Taxpayer. *Jurnal Akuntansi Kontemporer (JAKO)*.

Wachyu et al. (2020). *Pembentukan RUU HPP*.

Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358>