

Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Sosialisasi Pajak sebagai Variabel Moderasi

Sinthia Anjelina¹, Diana Frederica², Deni Iskandar³

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Krida
Wacana, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

Abstract. This study aims to examine the compliance of MSME taxpayers with tax socialization as a moderating variable. This study uses primary data by distributing questionnaires to owners of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) who are domiciled in West Jakarta. By using a sampling technique, namely convenience sampling, the researchers managed to collect 103 respondents from the distributed questionnaires. The data were tested using the SPSS application with multiple linear regression model analysis. From the test results that have been carried out, it can be concluded that tax incentives have no effect on taxpayer compliance, tax understanding has a positive effect on taxpayer compliance, tax socialization strengthens the effect of tax incentives on taxpayer compliance, and tax socialization weakens the effect of tax understanding on taxpayer compliance.

Keywords: Covid-19; MSMEs; Tax Incentives; Tax Understanding; Tax Socialization; Taxpayer Compliance

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kepatuhan wajib pajak UMKM dengan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan jenis data primer dengan menyebarkan kuesioner ke pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berdomisili di Jakarta Barat. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *convenience sampling*, peneliti berhasil mengumpulkan 103 responden dari kuesioner yang disebar. Data diuji menggunakan aplikasi SPSS dengan analisis model regresi linear berganda. Dari hasil uji yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, pemahaman pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sosialisasi pajak memperkuat pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, dan sosialisasi pajak memperlemah pengaruh pemahaman pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci: Covid-19; UMKM Insentif Pajak; Pemahaman Pajak; Sosialisasi Pajak; Kepatuhan Wajib Pajak

Corresponding author. Email: Sinhiaanjelin@gmail.com, diana.frederica@ukrida.ac.id, Denny.iskandar@ukrida.ac.id

How to cite this article. Anjelina, S. & Frederica, D. & Iskandar, D. (2023). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 119-130.

History of article. Received: Februari 2023, Revision: Maret 2023, Published: April 2023

Online ISSN: 2541-061X. Print ISSN: 2338-1507. DOI: 10.17509/jrak.v11i1.45644

Copyright©2023. Published by Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan. Program Studi Akuntansi. FPEB. UPI

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara berkembang perlu meningkatkan pertumbuhan ekonominya. Dari hasil tinjauan membuktikan bahwa semua negara di dunia mengenakan pajak pada warga negaranya dan hanya negara-negara tertentu dengan keunggulan sumber daya alamnya menggunakan pajak sebagai sumber utama pendapatan negara mereka. Indonesia merupakan negara yang mengenakan pajak kepada warga negaranya untuk sumber pendapatan negara. Pajak merupakan sumber utama pendapatan bagi pemerintah. Dalam laman

Jayani (2021) pada semester I tahun 2021, penerimaan pemerintah dari sektor pajak sebesar Rp 557,8 triliun atau naik sebesar 4,9% jika dibandingkan dengan semester I-2020. Sedangkan, penerimaan pajak ditargetkan sebesar Rp 1.229,6 triliun (Masdi, 2021). Lalu bagaimana dengan pengeluaran pemerintah selama tahun 2021? Dalam laman Jayani (2021), dikatakan bahwa belanja negara mengalami kenaikan sebesar 9,4%, sehingga negara harus mengalami defisit APBN sebesar Rp 283,2 triliun.

Salah satu penyebab APBN mengalami defisit adalah karena adanya

pandemi Covid-19. Dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1.1 Dampak Covid-19 Terhadap Penerimaan Perpajakan 2020
Sumber:Kementerian Keuangan (KemenKeu)

Dari laman Ridhoi (2020) dikatakan bahwa penerimaan pajak pada tahun 2020 selama pandemi Covid-19 jauh dari target yang telah ditetapkan.

Dari defisit APBN yang dirasakan dan pandemi Covid-19 yang meningkatkan belanja negara, maka pemerintah telah merencanakan beberapa kebijakan agar meningkatkan APBN, khususnya di sektor perpajakan, diantaranya adalah mendorong pemulihan dan transformasi ekonomi pajak, melalui pemberian insentif pajak yang lebih selektif (Ridhoi, 2020). Insentif perpajakan yang dimaksudkan adalah dengan membebaskan dan menurunkan bea masuk, sehingga diharapkan hal tersebut dapat membantu arus kas wajib pajak. Pemerintah menyadari bahwa dampak pandemi Covid-19 secara nyata telah mengganggu aktivitas perekonomian sebagian besar negara di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Selama terjadi pandemi Covid-19 banyak yang menderita termasuk proses produksi distribusi dan kegiatan operasional lainnya yang pada akhirnya ikut mengganggu jalannya dimensi perekonomian dan sosial secara nasional.

Dalam rangka menghadapi ancaman yang membahayakan perekonomian nasional dan stabilitas sistem keuangan tersebut peraturan pemerintah pengganti Undang-Undang No. 1 Tahun 2020 yang disahkan menjadi UU No. 2 Tahun 2020

telah mengamankan upaya pemulihan ekonomi nasional (PEN). Melalui Program PEN merupakan bentuk respons kebijakan yang ditempuh oleh pemerintah dalam upaya untuk menjaga dan mencegah aktivitas usaha dari pemburukkan lebih lanjut. Mengurangi semakin banyaknya pemutusan hubungan, mempercepat pemulihan ekonomi nasional serta untuk mendukung kebijakan keuangan negara, selain itu untuk menjaga stabilitas pertumbuhan ekonomi, daya beli masyarakat, dan produktivitas sektor tertentu melalui program PEN pemerintah juga memberikan insentif pajak dalam rangka mendukung penanggulangan dampak virus Corona.

Dalam hal ini, kebijakan insentif pajak terdapat dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) tentang Insentif Pajak bagi wajib pajak yang terkena dampak pandemi Virus corona 2019. Tentunya terdapat beberapa akibat yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak melaksanakan kewajibannya dalam hal membayar pajak seperti kurangnya pemahaman tentang insentif PMK No. 86 Tahun 2020 dan kurangnya sosialisasi pajak dari pegawai pajak itu sendiri.

Dalam jurnal Pitaloka *et al* (2018) sosialisasi merupakan bagian penting dari tujuan meningkatkan jumlah wajib pajak. Sosialisasi ini merupakan upaya Ditjen Pajak untuk memberikan informasi dan pembinaan serta pemahaman kepada masyarakat khususnya wajib pajak.

Dalam jurnal Herawati *et al* (2018) Sosialisasi pajak dapat dilakukan dalam berbagai cara diantaranya: Sosialisasi melalui media cetak, sosialisasi melalui media elektronik, sosialisasi melalui media online, sosialisasi melalui media tatap muka, sosialisasi melalui konsultasi AR Direct.

Pemahaman pajak guna meningkatkan Kesadaran pajak bukan hanya tanggung jawab otoritas pajak, warga juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran tentang membayar pajak. Peran ini dapat diambil

oleh Lembaga Pendidikan dan masyarakat luas (Nurlis *et al*, 2020).

Selain itu pemerintah akan melakukan ekstensifikasi dan pengawasan berbasis daerah, dimana Direktur Jenderal Pajak (DJP) melakukan pemeriksaan, pemungutan, dan penegakan hukum yang adil dan berbasis risiko (Ridhoi, 2020). Agar hal ini dapat terlaksana, tentunya pemerintah harus melakukan sosialisasi kepada UMKM terkait kebijakan dan program pemerintah dalam sektor perpajakan untuk meningkatkan APBN.

Sejak awal tahun 2020 pelaku bisnis di Indonesia banyak mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, hal tersebut adalah akibat dari munculnya virus corona dan menimbulkan yang dimana mengharuskan seluruh warga negara melakukan pembatasan sosial berskala besar atau biasa disebut PSBB, berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh badan statistik pusat menyatakan bahwa 8,4% pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan, sedangkan UMB sebanyak 82%. Kondisi tersebut terjadi akibat penjualan sepi.

Sebagian besar UMKM tidak dapat melanjutkan pekerjaan karena ketidakmampuan karyawan untuk bekerja, rantai pasokan terganggu dan mengakibatkan permintaan pasar berkurang akibat pandemi yang berlarut, penurunan kinerja industri dalam hal transformasi mulai dari produksi barang, permintaan produk baru dan terkait ketenagakerjaan mengakibatkan banyak pekerja (Hajawiyah *et al*, 2022)

Pemerintah telah mengeluarkan beberapa kebijakan tentang perpajakan yang memberikan insentif pajak untuk bidang tertentu. Selama masa pandemi ini, pemerintah telah mengeluarkan insentif pajak dalam bentuk Pajak Penghasilan Pasal 21 yang ditanggung oleh pemerintah, Pajak Penghasilan yang dikenakan tarif final UMKM yang ditanggung oleh pemerintah, Pajak penghasilan yang dikenakan tarif final yang ditanggung oleh pemerintah untuk bidang padat karya

tertentu, pelepasan dari pengenaan Pajak Penghasilan pasal 22 atas impor, penurunan tarif Pajak Penghasilan pasal 25, dan pengembalian awal Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (Latief *et al*, 2020).

Kepatuhan wajib pajak adalah dimana warga negara bisa memenuhi kewajibannya sebagai warga negara yaitu membayar pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Ilhamsyah *et al*, 2016). Kepatuhan wajib pajak merupakan ialah permasalahan perpajakan yang ada sejak dahulu. Dalam penelitian Azizah (2019) mengenai rasio kepatuhan dari masa ke masa belum terjadi peningkatan tingkat kepatuhan pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, Hal ini didasarkan pada perbandingan jumlah wajib pajak yang ada tidak sebanding dengan yang melaporkan pajaknya, dan menurut penelitian banyak wajib pajak yang belum paham mengenai hak dan kewajibannya sebagai wajib pajak. Dan ini merupakan tugas dari KPP untuk melakukan bimbingan, pengawasan, dan pelayanan.

Dalam jurnal Andrew dan Sari (2021), secara mikro ekonomi, wabah virus Corona telah berdampak pada semua Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia, yang mana UMKM tersebut merupakan salah satu sumber perputaran uang di Indonesia. Dampak tersebut salah satunya adalah banyak UMKM di Indonesia yang mengalami penurunan gaji bahkan ada yang menutup organisasinya karena bangkrut.

Di zaman yang sangat maju sekarang ini banyak pelaku usaha yang memulai usaha dari usaha yang tergolong kecil maupun besar namun begitu juga pada sektor UMKM. Pada laman Christy (2021), Otoritas Jasa keuangan (OJK) mencatat perkembangan UMKM berlanjut menjelang akhir tahun 2020, hingga saat ini terdapat lebih dari 65 juta UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia. Jumlahnya terus bertambah, pada tahun 2017 jumlah UMKM mencapai 62,9 juta dan pada tahun

2018 jumlah UMKM mencapai 64,2 juta. Dapat dilihat pada gambar 1.2 dibawah ini.



Gambar 1.2 Pertumbuhan Jumlah UMKM
Sumber: Tempo.com

Selanjutnya yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah sosialisasi pajak, sejauh ini sosialisasi pajak. Menurut Andreas dan Savitri (2015) sosialisasi pajak merupakan upaya Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pemahaman dan informasi kepada wajib pajak guna untuk mencapai tujuannya. Sosialisasi pajak kurang diterapkan untuk memberikan arahan/bimbingan kepada wajib pajak, terlebih lagi ada kebijakan insentif pajak dari pemerintah baru-baru ini, karena tidak semua wajib pajak yang mengerti mengenai PMK No. 86 Tahun 2020 ini, sosialisasi selama ini hanya dilakukan melalui berita saja. Contohnya: Menteri keuangan Sri Mulyani mengeluarkan insentif pajak mengenai PMK, dan juga pada DJP/ pegawai pajak hanya melakukan penagihan di KPP dan pelayanan di KPP tanpa adanya sosialisasi. Apalagi sejak pandemi Covid-19 ini semua aktivitas kebanyakan beralih ke virtual/online, jadi tidak menutup kemungkinan para petugas pajak untuk melakukan sosialisasi secara daring.

Pemahaman yang kurang mengenai pajak menimbulkan kurangnya kepatuhan dari wajib pajak. Kurangnya pemahaman ini bisa mengakibatkan wajib pajak tidak patuh pada kewajibannya membayar pajak.

Menurut Dewi *et al* (2020) kepatuhan adalah suatu program yang dibuat oleh Direktorat Jenderal Pajak setiap saat, dan wajib pajak diharapkan dapat menyadari seberapa pentingnya

peran pajak serta perannya bagi suatu Negara. Menurut Ilhamsyah *et al* (2016) yang dimaksud dengan kepatuhan Wajib Pajak adalah kemampuan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya secara adil dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepatuhan wajib pajak adalah kemampuan Wajib Pajak untuk melaksanakan kewajiban sebagai wajib pajak dengan mengikuti peraturan perundang-undangan yang berlaku, yaitu mendapatkan NPWP, melakukan *self assessment* (menghitung, memungut, membayar, dan melapor pajak), memeriksa dan memberikan data.

Rachmawati dan Ramayanti (2016) mengatakan bahwa, “Insentif pajak adalah kebijakan pajak yang diberikan oleh pemerintah kepada wajib pajak tertentu, untuk meningkatkan ketertarikan investor dalam melakukan investasi”. Menurut Ayu (2020) insentif pajak adalah kebijakan pajak yang diberikan negara kepada wajib pajak tertentu orang pribadi atau badan yang mendukung pemerintah, dan digunakan untuk memberikan insentif dan akomodasi kepada wajib pajak supaya selalu memenuhi kewajiban pajaknya dengan mengikuti aturan baik sekarang maupun yang akan datang. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa insentif pajak merupakan kebijakan pemerintah kepada wajib pajak guna membantu pemulihan ekonomi agar wajib pajak tetap patuh melaporkan pajaknya baik untuk orang pribadi maupun badan yang mendukung pemerintah. Pemberian insentif pajak diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak, baik wajib pajak orang pribadi maupun badan, dalam menjalankan kewajiban perpajakannya, baik dalam hal pelaporan maupun pembayaran wajib pajak. Dalam penelitian Sitorus (2020) mengenai dampak insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, menunjukkan bahwa hasil dari insentif pajak berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak di masa pandemi *Covid-19*. Sebaliknya dalam penelitian Dewi *et al* (2020) mendapatkan hasil bahwa insentif pajak justru tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak di masa pandemi *Covid-19*. Tentunya pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan perlu diuji ulang, mengingat kedua penelitian tersebut dilakukan di masa pandemi *Covid-19* dan dengan topik pembahasan yang sama.

Menurut Adam *et al* (2020) sosialisasi pajak merupakan usaha awal untuk memberikan bimbingan/arahan kepada wajib pajak supaya mengerti Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86 Tahun 2020. Dalam jurnal Mudiarti dan Mulyani (2020), sosialisasi pajak adalah usaha yang Direktur Jenderal Pajak (DJP) untuk memberikan informasi kepada warga negara, khususnya wajib pajak, tentang semua hal yang berkaitan dengan pajak, baik peraturan maupun tata cara atau strategi perpajakan, melalui cara-cara atau langkah-langkah yang tepat. Dari definisi yang telah dijabarkan, maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi wajib pajak adalah suatu bentuk usaha DJP (Direktorat Jenderal Pajak) untuk memberikan pengertian dan pembinaan kepada wajib pajak tentang perpajakan, baik itu peraturan dan undang-undang, tata cara perpajakan dan informasi perpajakan kepada masyarakat, khususnya wajib pajak. Terkait pemahaman pajak, penelitian yang dilakukan oleh Fauzi dan Maula (2020) mendapatkan hasil bahwa pemahaman pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mudiarti dan Mulyani (2020), mendapatkan hasil bahwa pemahaman pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dan terakhir, Menurut Nurizzaman *et al* (2020), pemahaman perpajakan merupakan pemahaman pajak terhadap undang-undang terkait perpajakan yang harus diterapkan pada saat memenuhi

kewajiban perpajakan, seperti kewajiban perpajakan, seperti melaporkan SPT, menghitung jumlah pajak yang terutang, dan pembayaran pajak. Menurut laman Andreas dan Savitri (2015) kegiatan sosialisasi pajak dibagi menjadi beberapa fokus, yaitu: a. kegiatan sosialisasi untuk calon wajib pajak, b. kegiatan sosialisasi untuk wajib pajak baru, dan c. kegiatan sosialisasi untuk wajib pajak terdaftar. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pemahaman pajak adalah upaya wajib pajak dalam memahami peraturan perpajakan, tata cara perpajakan, menghitung jumlah pajak yang terutang, melaporkan SPT, dan melakukan pembayaran pajak. Dalam penelitian Syaputra (2019) mengenai sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi mendapatkan hasil bahwa Sosialisasi Pajak tidak dapat memperkuat pemahaman perpajakan untuk kepatuhan wajib pajak UMKM.

Dari penjelasan di atas, maka peneliti mengambil judul penelitian **“Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi”**.

METODE PENELITIAN

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Bahri (2018) data primer adalah data yang didapat atau diorganisir langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara. Tujuan dari analisis statistik adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data primer pada penelitian ini akan diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada wajib pajak UMKM.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang UMKM dan pedagang kaki lima (PKL) Di Kota Jakarta Barat. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha. Adapun Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Convenience sampling*.

Menurut Bahri (2018), *convenience sampling* adalah et al teknik pemilihan

sampel berdasarkan kebetulan saja, elemen populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden akan dijadikan sampel.

Berdasarkan uraian diatas maka sampel dalam penelitian ini adalah para pedagang UMKM dan pedagang kaki lima di daerah Jakarta Barat yang peneliti temui dan bersedia menjadi responden.

Peneliti menggunakan analisis model regresi linear berganda dengan model persamaan regresi sebagai berikut:

$$KWP = \alpha + \beta^1.IP + \beta^2.PP + \beta^3.IP.SP + \beta^4.PP.SP + e$$

Dimana:

- KWP = Kepatuhan Wajib Pajak
- α = Konstanta
- β = Koefisien Regresi
- IP = Insentif Pajak
- SP = Sosialisasi Pajak
- PP = Pemahaman Pajak
- e = Standar Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Dari kuesioner yang disebarakan ke pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM, didapatkan 103 responden, dimana 57 orang (55,3%) berjenis kelamin laki-laki dan 46 orang (44,7%) berjenis kelamin perempuan, dengan 26 orang (25.2%) berusia 21-30 tahun, 33 orang (32%) berusia 31-40 tahun, 26 orang (25,2%) berusia 41-50 tahun, dan 17 orang (17,5%) berusia di atas 50 tahun.

Uji Validitas

Dari uji SPSS yang telah dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut:

Table 4.1

Item-Total Statistics	Corrected Item-Total Correlation
IP.1	.637
IP.2	.574
IP.3	.728
PP.1	.715
PP.2	.616

PP.3	.671
PP.4	.692
SP.1	.639
SP.2	.550
SP.3	.633
SP.4	.593
KWP.1	.486
KWP.2	.603
KWP.3	.677
KWP.4	.691
KWP.5	.739

Dari hasil uji di atas, didapatkan bahwa r_{hitung} pada masing-masing butir indikator lebih besar dari 0,3, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap indikator kuesioner yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid, sehingga kuesioner dapat digunakan untuk penelitian terkait pengaruh insentif pajak dan pemahaman pajak tentang PMK No. 86 Tahun 2020 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Jakarta Barat pada masa pandemic Covid-19 dengan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi

Uji Reliabelitas

Dari uji SPSS yang telah dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2

Uji Reliabelitas IP

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.735	3

Tabel 4.3

Uji Reliabilitas PP

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.843	4

Tabel 4.4

Uji Reliabilitas SP

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.784	4

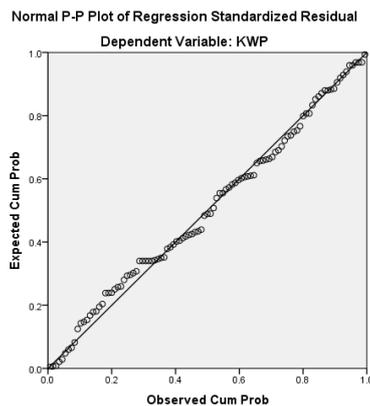
Tabel 4.5

Uji Reliabilitas KWP

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.856	5

Dari hasil uji di atas, didapatkan bahwa *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel $\geq 0,6$, sehingga dapat disimpulkan bahwa jawaban atas hasil kuesioner dari waktu ke waktu dinyatakan reliabel dan dapat diuji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Uji Asumsi Klasik



Gambar 4.1 Diagram *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*

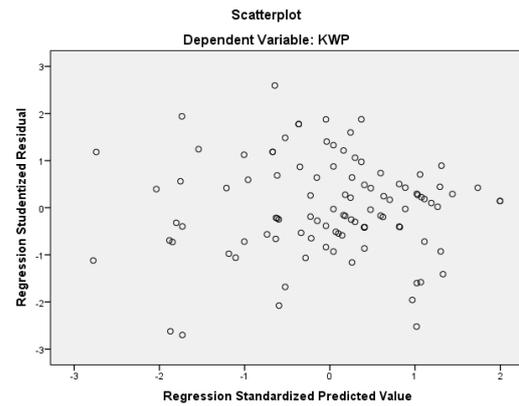
Dari diagram *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* di atas, didapatkan bahwa titik-titik pada diagram tersebut berkumpul dan membentuk suatu pola atau garis, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda berdistribusi normal.

Tabel 4.6
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	
	IP	2.305
	PP	1.993
	SP	2.313

a. Dependent Variable: KWP

Selanjutnya pada Tabel 4.9 di atas, didapatkan bahwa VIF pada masing-masing variabel independen dan variabel moderasi ≤ 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen (insentif pajak dan pemahaman pajak) dan variabel moderasi (sosialisasi pajak) tidak terdapat multikolinearitas.



Gambar 4.2 Diagram *Scatterplot*

Terakhir, pada diagram *Scatterplot* di atas, didapatkan bahwa titik-titik pada diagram tersebut tidak berkumpul dan tidak membentuk suatu pola atau garis, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi linear berganda tidak terdapat heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Tabel 4.7

Model Summary

Model	Adjusted R Square
1	.532

a. Predictors: (Constant), PP.SP, IP, PP, IP.SP

Pada tabel 4.7 di atas, angka *Adjusted R Square* sebesar 0,532 menunjukkan bahwa 53,2% variabel dependen (kepatuhan wajib pajak) dapat dijelaskan oleh variabel independen (insentif pajak dan sosialisasi pajak) yang dimoderasi oleh variabel moderasi (sosialisasi pajak) dan sisanya 46,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.8

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5.117	1.254
	IP	-.493	.528
	PP	1.178	.386
	IP.SP	.089	.047
	PP.SP	-.059	.034

a. Dependent Variable: KWP

Persamaan regresi yang diperoleh:

$$KWP = \alpha + \beta^1.IP + \beta^2.PP + \beta^3.IP.SP + \beta^4.PP.SP + e$$

Dari Tabel 4.8 di atas, dapat disimpulkan:

- Nilai Sig. (0,352) > α (0,05)
Insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak
- Nilai Sig. (0,003) < α (0,05)
Pemahaman pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak
- Nilai Sig. (0,061) > α (0,05)
Sosialisasi pajak tidak memoderasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun apabila menggunakan taraf signifikan 0,1, maka sosialisasi pajak memperkuat pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak
- Nilai Sig. (0,086) > α (0,05)
Sosialisasi pajak tidak memoderasi pemahaman pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun apabila menggunakan taraf signifikan 0,1, maka sosialisasi pajak memperlemah pengaruh pemahaman pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Insentif Pajak Tidak Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Dari uji yang telah dilakukan, didapatkan bahwa insentif pajak PMK No. 86 Tahun 2020 tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di tengah pandemi *Covid-19*. Hasil penelitian ini tidak sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Latief *et al* (2020) yang menyatakan bahwa insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sebaliknya, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi *et al* (2020) yang menyatakan bahwa insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 61,2% setuju bahwa seharusnya insentif pajak mengurangi beban pajak UMKM; sebanyak 58,3% setuju bahwa seharusnya dengan adanya insentif pajak, daya beli UMKM

meningkat; dan sebanyak 73,8% setuju bahwa seharusnya dengan adanya insentif pajak, UMKM menjadi rajin melakukan pembayaran dan pelaporan pajak. Namun hal ini menunjukkan bahwa kebijakan insentif pajak PMK No. 86 Tahun 2020 yang diberikan oleh pemerintah kepada UMKM belum sesuai dengan harapan UMKM, sehingga insentif pajak yang diberikan belum bisa meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM di tengah pandemi *Covid-19*. Salah satu faktor yang menyebabkan insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak adalah rendahnya kemampuan daya beli masyarakat. Di tengah pandemi *Covid-19*, pendapatan masyarakat menurun. Dengan penurunan pendapatan, maka masyarakat merasa insentif pajak yang diberikan pemerintah tidak mempengaruhi hal apapun dalam hidup masyarakat. Masyarakat hanya akan fokus untuk menambah penghasilan, setidaknya untuk kebutuhan sehari-hari, dibandingkan memikirkan insentif pajak yang diberikan pemerintah yang wajib pajak hanya melaporkan pajaknya saja.

Pemahaman Pajak berpengaruh positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Dari uji yang telah dilakukan, didapatkan bahwa pemahaman pajak tentang PMK No. 86 Tahun 2020 berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak di tengah pandemi *Covid-19*. Hasil tersebut sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Syaputra (2019) yang menjelaskan bahwa pemahaman pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 67,0% menyatakan bahwa mereka selaku UMKM mengetahui fasilitas yang diberikan atas insentif pajak, sebanyak 58,3% mengerti tarif yang wajib dipatuhi dalam penyampaian insentif pajak *Covid-19*, sebanyak 80,6% mengerti konsekuensi jika mereka telat melaporkan pajak, dan sebanyak 62,1% memahami masa berlaku

insentif pajak *Covid-19*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman pajak yang dimiliki oleh UMKM tentang PMK No. 86 Tahun 2020, maka semakin tinggi juga kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pembayaran dan pelaporan pajak karena sudah memahami tujuan pajak, kemudahan yang dirasakan dari insentif pajak yang diberikan, dan sanksi serta denda yang ditanggung oleh wajib pajak jika tidak patuh melakukan pembayaran dan pelaporan pajak, serta masih banyak lagi.

Sosialisasi Pajak Memperkuat Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Dari uji yang telah dilakukan, didapatkan bahwa sosialisasi pajak tidak memoderasi insentif pajak tentang PMK No. 86 Tahun 2020 terhadap kepatuhan wajib pajak di tengah pandemi *Covid-19*. Namun apabila menggunakan taraf signifikan 0,1, maka sosialisasi pajak memperkuat pengaruh insentif pajak PMK No. 86 Tahun 2020 terhadap kepatuhan wajib pajak di tengah pandemi *Covid-19*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering pemerintah melakukan sosialisasi pajak kepada wajib pajak khususnya UMKM, maka hal itu akan memperkuat kebijakan insentif pajak PMK No. 86 Tahun 2020 yang diberikan oleh pemerintah kepada UMKM, sehingga kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan pajak semakin meningkat.

Sosialisasi Pajak Memperlemah Pengaruh Pemahaman Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Dari uji yang telah dilakukan, didapatkan bahwa sosialisasi pajak tidak memoderasi pemahaman pajak tentang PMK No. 86 Tahun 2020 terhadap kepatuhan wajib pajak di tengah pandemi *Covid-19*. Namun, apabila menggunakan taraf signifikan 0,1, maka sosialisasi pajak memperlemah pengaruh pemahaman pajak tentang PMK No. 86 Tahun 2020 terhadap kepatuhan wajib pajak di tengah pandemi

Covid-19. Hasil ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Syaputra (2019) yang menyatakan bahwa sosialisasi pajak tidak memperkuat kepatuhan wajib pajak UMKM. Banyaknya tindakan sosialisasi pajak yang dilakukan oleh pemerintah, tidak mampu meningkatkan pengaruh pemahaman pajak UMKM di Jakarta Barat terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Salah satu penyebab sosialisasi pajak memperlemah pengaruh pemahaman pajak terhadap kepatuhan wajib pajak adalah tingkat pendidikan UMKM yang tidak merata, sehingga UMKM tidak memahami sosialisasi pajak yang diberikan oleh pemerintah.

SIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepatuhan wajib pajak UMKM dengan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada pedagang kaki lima di Jakarta Barat. Dengan menggunakan *convenience sampling*, peneliti mendapatkan 103 responden.

Data yang didapatkan diolah dengan bantuan *software* SPSS. Setelah dilakukan pengujian dan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
- Pemahaman pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
- Sosialisasi pajak tidak memoderasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun apabila menggunakan taraf signifikan 0,1, maka sosialisasi pajak memperkuat pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.
- Sosialisasi pajak tidak memoderasi pemahaman pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun apabila menggunakan taraf signifikan 0,1, maka sosialisasi pajak memperlemah

pengaruh pemahaman pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Saran

Untuk menyempurnakan penelitian terkait kepatuhan wajib pajak UMKM dengan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi, peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

- Pemerintah dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pembayaran dan pelaporan pajak dengan memperluas sosialisasi pajak dan menggunakan berbagai media yang mudah dijangkau oleh wajib pajak khususnya UMKM (seperti: Facebook, Instagram, Whatsapp, dan lain-lain), sehingga wajib pajak lebih memahami hak dan kewajiban mereka sebagai wajib pajak.
- Para UMKM secara sadar tau pentingnya mengikuti sosialisasi pajak yang diberikan oleh pemerintah dan aktif mendukung program pemerintah dalam meningkatkan pemahaman pajak UMKM khususnya insentif pajak yang diberikan bagi UMKM.
- Peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain (seperti tarif pajak, sanksi pajak, tanggal pembayaran dan pelaporan pajak, *E-Filing*, dan lain-lain) terhadap kepatuhan wajib pajak.
- Peneliti selanjutnya dapat menggunakan model kerangka penelitian yang lebih bervariasi, seperti menggunakan variabel intervening atau menambahkan satu variabel moderasi pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, K. C., Rumawir, J., & Bacilius, A. (2020). Pengaruh Penerapan Peraturan Pemerintah No. 23 Tingkat Kepatuhan Membayar Pajak Umkm Yang Tondano Barat. *Jurnal Akuntansi Manado*, 1(2), 19–24.
- Andreas, & Savitri, E. (2015). Pengaruh Sosialisasi Pajak, P. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 163–

169.

<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.024>

- Andrew, R., & Sari, D. P. (2021). Insentif PMK 86/2020 Di Tengah Pandemi Covid 19: Apakah Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Surabaya? *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2), 349–366. <https://doi.org/10.29040/jap.v21i02.1597>
- Ayu, I. (2020). Pemanfaatan Insentif Minim, Apa Komentar Anda? Rebut Hadiah Rp1,5 Juta. In *Ddte*. <https://news.ddtc.co.id/pemanfaatan-insentif-minim-apa-komentar-anda-rebut-hadiah-rp15-juta-21953>
- Azizah, F. (2019). Pengaruh Sanksi Pajak dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Usaha (Studi Kasus KPP Pratama Pare). *Journal of Finance and Accounting Studies*, 1(1), 43–44. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/jfas/article/download/169/125/260>
- Christy, F. E. (2021). Jumlah UMKM di Indonesia. In *Tempo.Co* (p. 1). <https://data.tempo.co/read/1111/jumlah-umkm-di-indonesia>
- Dewi, S., Widyasari, & Nataherwin. (2020). Pengaruh Insentif Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak Dan. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 9(2), 108–124.
- Fauzi, A. R., & Maula, K. A. (2020). Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Tarif Pajak dan Pelayanan Perpajakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Karawang. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, 16(2), 88–103. <https://doi.org/10.24127/akuisisi.v16i2.505>
- Hajawiyah, A., Suryarini, T., Kiswanto, & Harjanto, A. P. (2022). *The Impact of Tax Incentives on MSMEs Survivability During Covid-19 Pandemic: Case Study in Semarang City*. 27–28. <https://doi.org/10.4108/eai.27-7->

- 2021.2316780
- Herawati, H., Tabroni, R., & Lusiana, S. (2018). The Effectiveness of The Tax Regulation Socialization Strategies on Tax Payers Comprehension and Compliance In Implementing Their Tax Obligations. *The International Journal Of Business Review*, 1(2), 131–140.
- Ilhamsyah, R., Endang, M. G. W., & Dewantara, R. Y. (2016). Pengaruh Pemahaman dan Pengetahuan Wajib Pajak Tentang Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8, 1–9.
- Indonesia, M. K. R. (2020). *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 86. 7*, 1–131.
- Jayani, D. H. (2021). *Pendapatan Negara Tumbuh 9,4 Persen Di Semester I-2020*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/22/pendapatan-negara-tumbuh-94-persen-di-semester-i-2021>
- Latief, S., Zakaria, J., & Mapparenta. (2020). Pengaruh Kepercayaan Kepada Pemerintah, Kebijakan Insentif Pajak Dan Manfaat Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Center of Economic Student Journal*, 3(3), 270–289. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CEJ/article/view/581/425>
- Masdi, A. (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/>
- Mudiarti, H., & Mulyani, U. R. (2020). Pengaruh Sosialisasi Dan Pemahaman Peraturan Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan Pada Masa Covid-19 (Pada Umkm Orang Pribadi Sektor. *Accounting Global Journal*, 4(86), 167–182.
- Nurizzaman, R., Wardhani, A. K., & Sfaifudin, N. (2020). Analisis Kepatuhan Perpajakan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia: Studi Pada Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(2), 176–185. <https://doi.org/10.35972/jieb.v6i2.345>
- Nurlis, Nurlis, & Ariani, M. (2020). *Tax Awareness Moderates Knowledge and Modernization of Tax Administration on Tax Compliance, Survey on MSMEs taxpayers in South Tangerang City, Indonesia*.
- Pitaloka, L. kurnia, Kardoyo, & Rusdarti. (2018). *The Socialization of Tax as a Moderation Variable Towards The Taxpayer Compliance of Industrial Performer in Kudus Regency*. 7(1), 45–51.
- Rachmawati, N. A., & Ramayanti, R. (2016). Manfaat Pemberian Insentif Pajak Penghasilan dalam Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 176–185. <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAEMB/article/view/75>
- Ridhoi, M. A. (2020). *Langkah-Langkah Pemerintah Tingkatkan Penerimaan Perpajakan 2021*. Katadata. <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/finansial/5eec6fc0848ef/langkah-langkah-pemerintah-tingkatkan-penerimaan-perpajakan-2021>
- Sitorus, R. R. (2020). Moderasi Insentif Pajak Di Era Pandemi Covid-19 atas Pengaruh E-Faktur Dan E-Bukti Potong Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Journal of Business Studies*, 5(2), 1–16.
- Syaiful Bahri, S.E., M.SA., A. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis (Pertama)*. Andi (Anggota IKAPI).
- Syaputra, R. (2019). *Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Atas Penerapan*

SINTHIA ANJELINA¹, DIANA FREDERICA², DENI ISKANDAR³/ Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi

Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi. 6(2), 121–144.