

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang paling besar atau sekitar 70% sumber penerimaan negara itu berasal dari pajak. Sebagian besar kegiatan Negara seperti pembiayaan berbagai proyek pembangunan bersumber dari pajak (Rahima & Rismayati, 2023). Berdasarkan situs resmi pajak, pajak digambarkan sebagai pembayaran wajib kepada pemerintah yang secara hukum wajib dilakukan oleh individu atau badan, dengan menekankan sifat koersifnya. yang didasarkan dengan peraturan pajak dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung serta digunakan untuk keperluan negara (Agustine, 2021). Menurut Kementerian Keuangan (Kemenkeu), dalam melaporkan rasio kepatuhan penyampaian Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) untuk pajak penghasilan (PPh) jika dilihat dari lima tahun ke belakang atau pada tahun 2017 rasio kepatuhannya sebesar 72,58%. Kemudian pada tahun berikutnya, rasio pajak menurun menjadi 71,1% dengan yang membayar pajak hanya 12,55 juta orang dari total 17,65 juta wajib pajak. Di tahun berikutnya yaitu tahun 2019 rasio kepatuhannya kembali naik menjadi 73,06%. Masyarakat yang lapor SPT Tahunan tercatat 13,39 juta dari 18,33 juta wajib pajak. Kemudian pada tahun 2020, rasio kepatuhan pajak meningkat kembali menjadi 78%. Setahun setelahnya rasio kepatuhan pajak kembali naik menjadi 84,07%. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mencatat, rasio kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan SPT Tahunan mencapai 84,07% pada 2021 dengan SPT yang dilaporkan sebanyak 15,9 juta laporan dari 19 juta wajib pajak. Namun, Pada tahun 2022 rasio kepatuhannya hanya sebesar 83,2% rasio tersebut mengalami penurunan sebesar sebesar 0,87% dari tahun sebelumnya yang mencapai 84,07% (Data Indonesia.Id, 2023).

Kepatuhan wajib pajak adalah suatu bentuk tanggungjawab dari individu atau organisasi wajib pajak untuk mematuhi kewajibannya sebagai wajib pajak, baik dalam hal kewajiban maupun haknya dalam perpajakan (Purba & Yusuf, 2022).

Wajib pajak harus mematuhi kewajiban untuk membayar pajak secara sukarela, dimana Wajib Pajak bertanggungjawab menetapkan sendiri kewajiban perpajakannya secara akurat, tepat waktu, dan melaporkan pajaknya (S. H. Putri & Afiqoh, 2023).

Tabel 1.1 Persentase Tingkat Kepatuhan WPOP KPP Pratama Bekasi Barat.

Tahun	WPOP Terdaftar	Jumlah WPOP Wajib Laport SPT	Jumlah WPOP Laport SPT	Jumlah WPOP Tidak Patuh
2020	291.777	88.398	72.894	15.504
2021	320.890	97.446	67.859	29.587
2022	336.585	86.211	65.996	20.215

Sumber : KPP Pratama Bekasi Barat, 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas, jumlah WPOP yang terdaftar di KPP Pratama Bekasi Barat pada tahun 2020-2022 selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Namun, terjadinya peningkatan jumlah WPOP tidak menjamin akan terjadinya peningkatan kepatuhan dalam membayar pajak. Pada tahun 2020 terlihat bahwa jumlah WPOP Wajib Laport SPT sebanyak 88.398 akan tetapi WPOP yang melaporkan SPT hanya sebanyak 72.894 dan sisanya sebanyak 15.504 WPOP tidak memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak. Selanjutnya, pada tahun 2021 jumlah WPOP Wajib Laport SPT sebanyak 97.446 sedangkan jumlah WPOP yang melaporkan SPT hanya sebanyak 67.859 dan jumlah WPOP yang tidak membayar pajak mengalami kenaikan yang sangat signifikan menjadi 29.587, hal tersebut dapat terjadi dikarenakan adanya *virus pandemic covid-19* sehingga banyak dari masyarakat yang lebih memilih untuk tidak melaporkan kewajibannya dalam membayar pajak. Kemudian di tahun 2022 jumlah WPOP Wajib Laport SPT sebanyak 86.211 sedangkan yang melaporkan hanya sebanyak 65.996 dan jumlah yang tidak patuh dalam membayar pajak sebanyak 20.215 WPOP. Hal ini ini menunjukkan bahwa ada beberapa kemungkinan yang menyebabkan wajib pajak tidak patuh dalam melaporkan kewajibannya, kemungkinan tersebut meliputi faktor internal dan juga eksternal yang dimana faktor internalnya berasal dari dalam

diri WPOP dan berhubungan dengan karakteristik individu, seperti pengetahuan dan faktor eksternal yang berarti berasal dari luar diri WPOP seperti sosialisasi pajak (Purba & Yusuf, 2022).

Kepatuhan wajib pajak harus mendapatkan perhatian yang lebih bagi suatu negara, karena pajak memiliki peran yang besar terhadap sumber utama penerimaan negara (Suryandari & Purmamasih, 2023). Menurut Azkiya (2022) dalam Ayu et al., (2023) Teknologi yang semakin maju sangat berpengaruh dalam bidang perpajakan. Menurut DJP dalam (C. A. A. Wardhani et al., 2020) Penggunaan media sosial merupakan salah satu tempat yang efektif untuk memberikan informasi kepada penggunanya yang bisa di akses seluruh masyarakat Indonesia hingga ke penjuru negeri. Selain itu, Media sosial dapat memudahkan masyarakat untuk mencari informasi dibandingkan dengan media yang lain.

Media sosial menurut KBBI dalam (A. P. Putri et al., 2023) adalah halaman muka atau aplikasi yang memberikan peluang kepada pengguna untuk membuat dan berbagi segala informasi. Media sosial merupakan salah satu bentuk kemudahan yang didalamnya terdapat berbagai macam informasi maupun hiburan yang dapat diakses dengan mudah untuk melakukan interaksi sosial (Pradana, 2016). Menurut informasi Riset dari Data Reportal (Simon Kemp dan Kepios) melaporkan bahwa Indonesia memiliki jumlah pengguna aktif internet pada bulan Januari tahun 2022 sebanyak 204,7 juta orang. Padahal, jumlah pengguna media sosial Indonesia sebesar 191,4 juta orang pada Januari 2022. Hal ini dapat terjadi karena seseorang dapat membuat atau memiliki akun media sosial lebih dari satu sehingga jumlah pengguna aktifnya menjadi lebih banyak daripada jumlah pengguna media sosial di Indonesia. Dari sekian banyak media sosial yang ada, Media sosial yang paling dikenal oleh masyarakat luas diantaranya adalah Youtube, Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Twitter, dan Snapchat. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh Masyarakat adalah media sosial Instagram dengan total pengguna sebanyak 99,15 juta di Indonesia. Instagram juga menduduki peringkat ketiga dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia setelah Youtube dan Facebook. Media sosial saat ini menjadi peran penting dalam

kehidupan di masa sekarang. Terlebih akibat pandemi Covid-19 membuat pengguna internet bertambah secara pesat dan turut meningkat jumlah pengguna media sosial. Dalam dua dekade terakhir, media sosial berkembang begitu cepat sehingga evolusi yang terjadi begitu cepat (Anita & Harsyeno, 2023).

Pengetahuan perpajakan merupakan kemampuan wajib pajak yang meliputi pemahamannya mengenai tarif pajak dan manfaat pajak yang dapat memberikan dampak terhadap kehidupannya. Pengetahuan penting untuk ditanamkan sejak usia dini. Artinya pendidikan pajak ditanamkan pada masyarakat yang menjadi wajib pajak dengan harapan pemahaman perpajakan terkait pajak atas pembangunan negara berjalan secara efektif dan efisien (Imani & Furqon, 2022).

Menurut (Haryanti et al., 2022) Sosialisasi perpajakan adalah usaha yang dilakukan oleh pemerintah dan aparat pajak yang bertujuan untuk mengedukasi dan memberikan informasi kepada masyarakat tentang peraturan dan undang-undang perpajakan. Inisiatif ini berupaya memberikan informasi dan panduan yang akurat, sehingga memungkinkan wajib pajak memahami pentingnya memenuhi kewajiban perpajakannya. Pada akhirnya, tujuannya adalah untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi melalui peningkatan pengetahuan dan kesadaran. (Wardani & Wati, 2018).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan variabel Pemanfaatan Media Sosial sebagai variabel pemoderasi. Menurut Nilasari (2018) dalam Suharsono & Galvani (2020) Pemanfaatan media sosial dijadikan sebagai variabel pemoderasi karena media sosial dapat dijadikan sebagai salah satu platform untuk mengedukasi perpajakan supaya dapat meningkatkan kepatuhan pajak. Pemanfaatan media social sebagai penyaji konten edukasi perpajakan dapat membantu masyarakat dalam memahami pajak. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) memanfaatkan media sosial sebagai media untuk memberikan edukasi dan sosialisasi tentang hal-hal baru yang terdapat dalam perpajakan (C. A. A. Wardhani et al., 2020). Dalam konteks penggunaan media sosial yang semakin luas, berbagai platform media sosial dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, salah satunya adalah sebagai sarana pendukung dan pengoptimalan edukasi perpajakan dengan menjadi penyaji konten

edukasi atau pembelajaran digital. Jadi dengan adanya sosial media, masyarakat ataupun wajib pajak dapat memperoleh informasi secara akurat dan cepat serta masyarakat yang pada awalnya masih awam akan pajak diharapkan bisa lebih melek atau mengerti terkait perpajakan. Demikian juga dengan masyarakat yang sudah ditetapkan sebagai wajib pajak diharapkan dengan adanya media sosial dapat meningkatkan kesadaran dalam perpajakan sehingga wajib pajak dapat mematuhi kewajibannya sebagai wajib pajak.

Penelitian yang terkait dengan variabel pengetahuan perpajakan telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh (Ainul & Susanti, 2021) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Penerapan Sistem E-filling terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Wonocolo” yang memperoleh hasil bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Haryanti et al., 2022) dan didukung oleh penelitian yang dilakukan (Purba & Yusuf, 2022). Akan tetapi, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fridolend & Sianturi, 2021) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak pada UMKM yang ada di Kota Medan” penelitian tersebut menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratista, 2024) dan (Rahmawati, 2023) yang menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Agustine, 2021) dengan judul pengaruh “sosialisasi pajak, himbuan pajak, sanksi pajak, dan denda pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan Pemanfaatan media sosial sebagai variabel pemoderasi” memperoleh hasil bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak di kabupaten Bantul. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian (Rahmaniyati, 2022) yang menunjukkan hasil positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh (EC Endrayanto et al., 2022) memperoleh

hasil yang berbeda yaitu sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut juga mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Ainul & Susanti, 2021).

Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan lebih lanjut karena adanya ketidakkonsistenan pada beberapa peneliti yang pernah melakukan penelitian sebelumnya. Hal yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang pernah diteliti oleh (Agustine, 2021) adalah penelitian sebelumnya menggunakan 3 variabel bebas yang terdiri atas sosialisasi perpajakan, himbauan pajak, dan denda pajak. Sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel bebas yang terdiri atas pengetahuan perpajakan dan sosialisasi perpajakan. Tidak hanya itu, hal yang membedakan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya adalah terletak pada lokasi penelitian, yang sebelumnya berlokasi di KPP Pratama Kabupaten Sleman sedangkan penelitian ini berlokasi di KPP Pratama Bekasi Barat. Data yang diambil oleh peneliti sebelumnya hanya 2 tahun yaitu tahun 2018 dan 2019 sedangkan penelitian ini mengambil data 3 tahun terakhir yaitu pada tahun 2020 hingga 2022. Kemudian, pada penelitian yang dilakukan oleh (Fridolend & Sianturi, 2021) menggunakan 2 variabel independen yaitu pengetahuan pajak dan sanksi pajak, sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan variabel sanksi pajak namun digantikan dengan menggunakan sosialisasi pajak dan dengan menambahkan pemanfaatan media sosial sebagai variabel pemoderasi. Alasan menggunakan variabel pemoderasi adalah ingin memperkuat hasil penelitian sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Variabel Pemoderasi.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini meliputi :

1. Apakah pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
2. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
3. Apakah pemanfaatan media sosial dapat memoderasi pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak?
4. Apakah pemanfaatan media sosial dapat memoderasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan perpajakan Terhadap kepatuhan wajib pajak
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak
3. Untuk mengetahui apakah pemanfaatan media sosial dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak
4. Untuk mengetahui apakah pemanfaatan media sosial dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian yang berjudul pengaruh pengetahuan perpajakan dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan Pemanfaatan media sosial sebagai variabel pemoderasi diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang perpajakan khususnya wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya di KPP Pratama Bekasi Barat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini akan menjadi salah satu rekomendasi dan salah satu unsur penilaian bagi Kantor Pelayanan Pajak di Kota Bekasi terhadap pemanfaatan media sosial sebagai tempat Edukasi dan sosialisasi perpajakan dengan upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut sistematika penulisan yang telah disusun untuk lebih memudahkan dan memahami isi dari skripsi ini yang didalamnya telah terbagi menjadi beberapa bagian diantaranya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat beberapa bagian yang menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan pada penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini terdapat beberapa bagian yang menjelaskan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan perumusan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini terdapat beberapa bagian yang menjelaskan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknis analisis data yang akan dilakukan pada penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdapat beberapa bagian yang menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisa data yang digunakan, dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdapat beberapa bagian yang menjelaskan mengenai kesimpulan, keterbatasan, dan juga saran dari penelitian yang telah dilakukan.