

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pasal 1 ayat 1, “pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.” Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang sangat potensial untuk mengembangkan perekonomian serta dapat digunakan untuk membiayai pembangunan nasional di Indonesia. Pajak menjadi ukuran bahwa suatu negara mampu memenuhi pembiayaan keperluan negara karena pajak menjadi salah satu sektor penerimaan negara yang paling besar yaitu menyerap hampir 70% dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) (Ngadiman, 2019). Kontribusi wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan dan memenuhi kewajiban perpajakannya digunakan untuk mendanai pembiayaan negara dan pembangunan nasional demi kemakmuran rakyat seperti memberikan fasilitas umum di bidang kesehatan, transportasi, maupun pendidikan. Sehingga manfaat pajak tidak dapat dinikmati secara langsung oleh wajib pajak.

Wajib pajak berperan penting dalam meningkatkan penerimaan negara, salah satunya adalah dengan patuh untuk melaksanakan kewajiban perpajakan. Menurut Widhiatmoko & Mahardhika (2023) bahwa kemampuan dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakan sesuai peraturan perpajakan yang berlaku merupakan definisi dari kepatuhan wajib pajak. Apabila patuh dan tunduk terhadap peraturan perpajakan maka hal tersebut dapat meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak yang digunakan untuk membiayai pembangunan nasional. Farah & Sapari (2020) menjelaskan bahwa pendapatan negara akan menerima lebih sedikit dana pajak jika

tingkat kepatuhan pajak semakin rendah, sehingga wajib pajak memainkan peran penting demi mencapai tujuan penerimaan pajak.

Untuk meningkatkan pendapatan negara dari sektor pajak, wajib pajak harus patuh dalam melaporkan SPT (Surat Pemberitahuan). Namun pada kenyataannya tidak semua mematuhi kewajiban perpajakannya, seperti pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Data Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM Tahun 2018 – 2022 di KPP Pratama Bekasi Barat

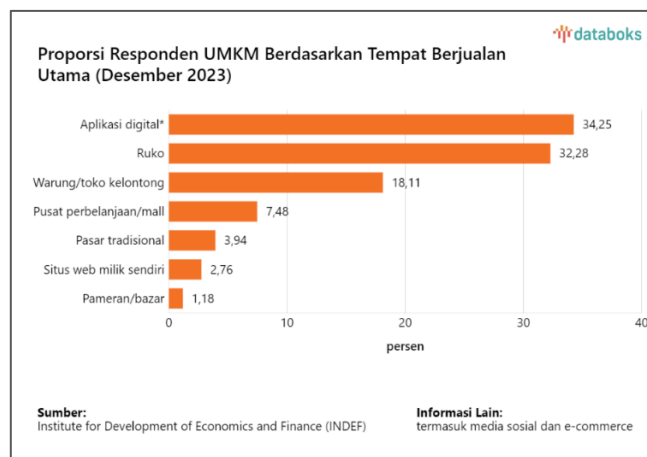
Tahun	Jumlah WPOP UMKM Wajib SPT	WP UMKM Lapor SPT	Persentase WP Lapor
2018	64.881	42.043	64,8%
2019	75.213	64.024	85,1%
2020	80.756	68.988	85,4%
2021	86.168	30.771	35,7%
2022	77.134	62.233	80,7%

Sumber: KPP Pratama Bekasi Barat dalam Agustianto & Anggie, (2023).

Berdasarkan data di atas yang diperoleh dari KPP Pratama Bekasi Barat dalam Agustianto & Anggie (2023) menunjukkan bahwa jumlah UMKM yang wajib lapor SPT dari tahun 2018 – 2021 mengalami peningkatan, tetapi tingkat wajib pajak yang lapor SPT belum mencapai 100%. Meskipun terjadi penurunan jumlah UMKM pada tahun 2022 yaitu sebanyak 77.134 unit tetapi tingkat kepatuhan wajib pajak yang lapor SPT hanya sebesar 80,7% atau tidak mencapai 100%. Peran UMKM dalam sektor pajak masih belum optimal karena pada tahun 2022 terdapat 19,4% atau 14.901 unit UMKM yang tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal tersebut menampilkan bahwa wajib pajak UMKM di KPP Pratama Bekasi Barat memiliki tingkat kepatuhan yang rendah. Jika tingkat kepatuhan tidak terpenuhi maka menyebabkan pada penurunan pendapatan negara dari sektor perpajakan. Padahal penerimaan negara terbesar bersumber dari pajak (Sirait et al., 2020). Sehingga hal ini perlu diperhatikan oleh pemerintah agar wajib pajak UMKM dapat patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, hal tersebut telah menggeser kegiatan usaha UMKM yang sebelumnya dilakukan konvensional sekarang dilakukan secara *online* dengan mendaftar di salah satu platform *e-commerce* atau aplikasi digital. Telah banyak UMKM yang lebih memilih untuk berjualan secara *online* karena jauh lebih menguntungkan daripada secara konvensional. Berikut adalah data UMKM berdasarkan tempat berjualan.

Gambar 1.1 Proporsi Responden UMKM Berdasarkan Tempat Berjualan Utama (Desember 2023)



Sumber: Katadata Media Network, (2024).

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa aplikasi digital paling banyak digunakan oleh UMKM untuk berjualan. Menurut INDEF yang dikutip oleh Ahdiat (2024) bahwa dengan menggunakan aplikasi digital untuk berjualan secara *online* menjadi lebih praktis, jangkauan yang lebih luas, dan memiliki potensi pertumbuhan bisnis yang lebih cepat. Aplikasi digital atau *e-commerce* yang paling sering digunakan oleh UMKM adalah Shopee. Berikut adalah data tempat berjualan *online* yang digunakan oleh UMKM.

Gambar 1.2 Tempat Berjualan Online

Persentase dari Total Responden (%)	Shopee	Facebook Marketplace*	Instagram Shop*	TikTok Shop
1 Tahun Terakhir	50,00 %	33,46 %	28,74 %	20,87 %
3 Bulan Terakhir	46,85 %	29,92 %	26,77 %	12,60 %
Paling Sering Digunakan	36,22 %	18,50 %	14,96 %	5,12 %

Persentase dari Total Responden (%)	Online Food Delivery	WhatsApp	Tokopedia
1 Tahun Terakhir	17,32 %	6,69 %	6,69 %
3 Bulan Terakhir	17,32 %	6,69 %	6,30 %
Paling Sering Digunakan	16,93 %	4,72 %	1,57 %

Persentase dari Total Responden (%)	Lazada	Bukalapak	Lainnya
1 Tahun Terakhir	5,91 %	1,97 %	1,18 %
3 Bulan Terakhir	5,91 %	1,57 %	1,18 %
Paling Sering Digunakan	1,18 %		0,79 %

Sumber: Institute for Development of Economics and Finance (INDEF), (2024).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Institute for Development of Economics and Finance (INDEF), (2024) bahwa dalam tiga bulan terakhir Shopee menjadi tempat utama untuk berjualan secara *online* dengan persentase 46,85%. Selain itu, survei tersebut juga menganalisis tempat berjualan *online* yang paling sering digunakan dengan hanya memberikan satu pilihan aplikasi yang digunakan. Hasil yang diperoleh adalah Shopee menjadi aplikasi yang paling sering digunakan dengan persentase 36,22% dalam tiga bulan terakhir. Menurut laporan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika yang dikutip oleh Annur (2022) juga menjelaskan bahwa terdapat 74,7% dari 10 ribu responden yang memasang dan menggunakan Shopee untuk belanja *online*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Shopee menjadi aplikasi digital utama yang paling sering digunakan oleh UMKM untuk berjualan secara *online*.

Dengan banyaknya pelaku UMKM yang terus mengalami peningkatan, hal tersebut dapat dimanfaatkan dalam meningkatkan pendapatan negara melalui kontribusi dari wajib pajak pelaku UMKM untuk membayar pajak. UMKM berkewajiban untuk membayar PPh final dengan tarif 0,5% bagi wajib pajak orang pribadi, jika penghasilan bruto lebih dari Rp500 juta sesuai dengan PP No. 55 Tahun 2022. Namun, undang-undang tersebut kurang optimal karena untuk membayar, menghitung, dan melaporkan pajak menggunakan *self-assessment* yang secara bebas dilakukan oleh wajib pajak (Zaikin et al., 2023). Agar wajib pajak dapat memberikan kontribusi yang akurat dan tepat maka diperlukan pemahaman yang kuat terkait sistem

tersebut. Namun jika pengetahuan pajaknya rendah maka wajib pajak UMKM tidak dapat memenuhi kewajiban perpajakannya. Majid & Kurnia (2020) menjelaskan bahwa wajib pajak merasa kesulitan dalam menjalankan kewajiban perpajakan ketika tidak memiliki pengetahuan pajak yang baik. Sehingga diperlukan tindakan dari Direktorat Jenderal Pajak seperti memberikan sosialisasi pajak tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan agar menambah wawasan dan pemahaman terhadap

Ketidaktahuan terhadap peraturan merupakan salah satu hal yang mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Kemampuan untuk memahami dan mengetahui KUP dalam rangka pemenuhan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan pajak yang berlaku dikenal dengan istilah pengetahuan perpajakan (Zaikin et al., 2023). Kurangnya pengetahuan pajak menjadikan wajib pajak tidak mengetahui adanya pajak yang perlu dibayar. Sehingga wajib pajak tidak membayarkan pajaknya yang dapat menurunkan tingkat kepatuhan pajak dan membuat target penerimaan pajak tidak tercapai. Sipahutar & Masyitah (2023) menyatakan bahwa untuk memahami peraturan perpajakan diperlukan pengetahuan perpajakan. Oleh karena itu, edukasi pajak diperlukan untuk membantu masyarakat mengadopsi pola pikir yang lebih patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka.

Kurangnya sosialisasi dari Direktorat Jenderal Pajak membuat wajib pajak tidak mengetahui undang-undang perpajakan yang berlaku. Unsur tersebut merupakan elemen lain yang juga mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Pemberian informasi tentang pentingnya membayar pajak merupakan upaya yang dilakukan pemerintah agar dapat meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak disebut sosialisasi pajak (Sulistiyari et al., 2022). Jika sosialisasi pajak telah dilakukan dengan baik maka berpengaruh pada meningkatnya sikap kepatuhan pajak pada wajib pajak. Menurut Qomariyah & Riduwan (2023) bahwa sosialisasi pajak yang dilakukan oleh pemerintah dapat mengedukasi wajib pajak dan memiliki kesadaran terhadap pentingnya pajak untuk pembangunan nasional. Kurangnya sosialisasi pajak menjadikan persepsi masyarakat terhadap pajak adalah sebagai pungutan wajib bukan sebagai cara untuk berkontribusi pada pertumbuhan negara (Sipahutar & Masyitah,

2023). Sehingga pemerintah atau DJP perlu memberikan sosialisasi pajak kepada wajib pajak agar menumbuhkan kesadaran agar kepatuhan pada wajib pajak meningkat.

Alasan penelitian ini dilakukan adalah adanya ketidakkonsistenan beberapa temuan penelitian antar variabel, seperti temuan penelitian Abdullah & Iswara (2023) yang menemukan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi secara positif oleh pengetahuan pajak. Dengan pengetahuan pajak yang tinggi memiliki kemampuan untuk menegakkan hukum dan memaksa wajib pajak untuk membayarkan pajaknya. Menurut Mardini & Fadilah (2023), Qomariyah & Riduwan (2023), Sipahutar & Masyitah (2023), dan Zaikin et al. (2023), pengetahuan wajib pajak berdampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun temuan penelitian tersebut tidak konsisten dengan temuan Sabet et al. (2020), yang menemukan bahwa kepatuhan wajib pajak orang pribadi tidak dipengaruhi secara positif dan tidak signifikan oleh pengetahuan pajak. Hal tersebut disebabkan oleh ketidakpatuhan wajib pajak dalam melaporkan dan membayarkan pajaknya karena tidak memahami peraturan pajak dan proses dasar perpajakan yang berlaku di Indonesia. Temuan Nasiroh & Afiqoh (2022), Prena & Putuhena (2022), Suharti & Hidayatulloh (2022) menguatkan temuan penelitian tersebut bahwa kepatuhan wajib pajak orang pribadi tidak dipengaruhi secara positif oleh pengetahuan pajak.

Penelitian ini juga dilakukan karena adanya perbedaan hasil penelitian antara sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Menurut Zaikin et al. (2023) bahwa secara positif dan signifikan, kepatuhan wajib pajak dipengaruhi sosialisasi pajak. Hal tersebut dikarenakan program sosialisasi yang tinggi dari pemerintah dapat meningkatkan kepatuhan dalam membayar pajak. Temuan tersebut diperkuat oleh Qomariyah & Riduwan (2023), Sipahutar & Masyitah (2023), Farah & Sapari (2020), dan Majid & Kurnia (2020) bahwa kepatuhan wajib pajak orang pribadi memiliki dampak positif dengan adanya sosialisasi pajak. Namun temuan tersebut berbeda dengan temuan Diningsih et al. (2023) bahwa kepatuhan wajib pajak orang pribadi tidak dipengaruhi oleh sosialisasi pajak. Meskipun upaya terbaik telah dilakukan, sosialisasi pajak tidak memiliki pengaruh substansial karena beberapa orang tetap tidak

membayar pajak. Temuan penelitian tersebut mendukung penelitian Sulistyari et al. (2022) dan Putri et al. (2022) menemukan bahwa kepatuhan wajib pajak orang pribadi dipengaruhi secara negatif dan signifikan oleh sosialisasi pajak.

Dalam penelitian ini menggunakan variabel intervening yaitu kesadaran pajak karena variabel tersebut dapat meningkatkan kepatuhan untuk melaksanakan tanggung jawab perpajakannya. Menurut beberapa penelitian, kesadaran pajak secara konsisten berdampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Menurut Agustina & Umaimah (2022), kesiapan wajib pajak yang secara sukarela untuk membayar pajak dengan jumlah yang sesuai dan tepat dikenal dengan istilah kesadaran pajak. Tingginya kesadaran pajak mampu menjadikan wajib pajak untuk mematuhi perundang-undangan pajak yang berlaku yaitu dengan membayar pajaknya. Temuan penelitian tersebut mendukung penelitian Nazwah & Machdar (2023) bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh kesadaran wajib pajak. Wajib pajak lebih termotivasi untuk memenuhi kewajiban perpajakannya jika memahami nilai dari membayar pajak. Sehingga tingginya kesadaran pajak dapat meningkatkan sikap kepatuhan terhadap peraturan perpajakan. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian dari Mardini & Fadilah (2023), Sulastiningsih et al. (2023), Toniarta & Merkusiwati (2023), dan Agustina & Umaimah (2022) yang menemukan bahwa kepatuhan wajib pajak orang pribadi dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh kesadaran wajib pajak.

Selain itu, karena pengetahuan pajak dan sosialisasi pajak dapat berdampak pada kesadaran pajak maka kesadaran pajak juga digunakan sebagai variabel intervening. Penelitian Mardini & Fadilah (2023) mengungkapkan bahwa kesadaran wajib pajak orang pribadi dipengaruhi oleh pengetahuan perpajakan. Tingginya tingkat pengetahuan yang dimiliki wajib pajak dapat meningkatkan kesadaran akan perlunya membayar pajak. Hal tersebut dikarenakan persepsi membayar pajak adalah bentuk kontribusi kepada negara dan sebagai warga negara yang baik. Kemudian studi oleh Zaikin et al. (2023) bahwa kesadaran pajak dipengaruhi positif oleh sosialisasi pajak. Dengan dilakukannya sosialisasi pajak oleh DJP akan memberikan informasi mengenai

pentingnya membayar pajak. Sosialisasi pajak yang telah dilakukan dapat dijadikan sebagai rujukan oleh wajib pajak sehingga hal tersebut dapat membentuk sikap kesadaran untuk melaksanakan tanggung jawab perpajakannya.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Zaikin et al. (2023) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening”. Perbedaan penelitian ini adalah lokasi penelitian sebelumnya dilakukan di Kendari sedangkan penelitian ini dilakukan di Bekasi Barat. Kemudian subjek penelitian sebelumnya adalah wajib pajak orang pribadi sedangkan penelitian ini lebih kepada wajib pajak pelaku UMKM yang melakukan kegiatan usahanya di *e-commerce*.

Penelitian ini dilakukan di Bekasi Barat karena untuk memperluas sampel penelitian. Selain itu, terdapat fenomena bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di KPP Pratama Bekasi Barat masih rendah jika dibandingkan dengan pertumbuhan UMKM yang terus mengalami peningkatan. Sehingga hal tersebut menjadi alasan penelitian ini dilakukan di Bekasi Barat.

Subjek penelitian menggunakan wajib pajak pelaku UMKM *e-commerce* karena terdapat fenomena yang ada bahwa pertumbuhan jumlah UMKM di KPP Pratama Bekasi Barat terus mengalami peningkatan dan banyak UMKM yang lebih memilih *e-commerce* sebagai tempat untuk berjualan secara *online*. Sehingga penelitian ini menggunakan wajib pajak pelaku UMKM *e-commerce* sebagai subjek penelitian.

Urgensi penelitian ini adalah untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran pajak pada para pelaku UMKM *e-commerce* di Bekasi Barat. Dari uraian-uraian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui **“Pengaruh Pengetahuan Pajak dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku UMKM *E-Commerce* dengan Kesadaran Pajak sebagai Variabel Intervening”**.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
2. Apakah sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
3. Apakah kesadaran pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
4. Apakah pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kesadaran pajak?
5. Apakah sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kesadaran pajak?
6. Apakah pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran pajak?
7. Apakah sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran pajak?

1.3 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan masalah yaitu:

1. Pelaku UMKM memiliki NPWP dan terdaftar di KPP Pratama Bekasi Barat karena tingkat kepatuhan wajib pajak di kota tersebut masih kurang optimal jika dibandingkan dengan pertumbuhan UMKM yang mengalami peningkatan.
2. Pelaku UMKM yang melakukan kegiatan usaha di *e-commerce* Shopee karena banyak UMKM yang beralih untuk melakukan kegiatan usaha secara *online* melalui *e-commerce* Shopee.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.
2. Mengetahui pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.
3. Mengetahui pengaruh kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

4. Mengetahui pengaruh pengetahuan pajak terhadap kesadaran pajak.
5. Mengetahui pengaruh sosialisasi pajak terhadap kesadaran pajak.
6. Mengetahui pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran pajak.
7. Mengetahui pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran pajak.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memajukan bidang kepatuhan pajak dengan memberikan data empiris mengenai pengaruh kesadaran perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pemahaman yang mendalam mengenai pengetahuan pajak, sosialisasi pajak, dan kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak merupakan hasil yang diharapkan dari penelitian ini.

2. Manfaat Non-Akademik

Dengan kesadaran pajak, pengetahuan pajak, dan sosialisasi pajak, penelitian ini diharapkan dapat membantu Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan data mengenai kesadaran pajak dan sosialisasi pajak yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang tepat. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM untuk lebih memahami tanggung jawab perpajakannya sehingga mereka dapat mematuhi hukum.