

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu tentang pengaruh sosialisasi perpajakan, tarif pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM di kota bekasi. Hasil penelitian ini digunakan untuk membantu mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka konseptual mengenai penelitian ini, sekaligus sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berpikir peneliti. Beberapa penelitian yang dikaji yaitu sebagai berikut :

Lubis (2015) melakukan penelitian terhadap wajib pajak sektor UMKM dengan omzet tidak lebih dari Rp. 4.800.000.000,- dalam satu tahun pajak yang dilakukan dengan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, tarif pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dan pemahaman perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Persamaan dalam metode yang dilakukan dengan peneliti, sehingga peneliti ingin membuktikan dengan melakukan riset atau *survey* pada UMKM yang terdaftar di KPP Bekasi Selatan.

Nugroho (2012) melakukan penelitian untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam menghitung, membayar dan melaporkan kewajiban pajak sesuai dengan pajak regulasi tentu diperlukannya informasi yang jelas dengan cara sosialisasi perpajakan kepada para pelaku UMKM. Pada dasarnya, pengetahuan perpajakan yang lebih baik akan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak yang lebih baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Mardiasmo (2011) menunjukkan bahwa pajak merupakan iuran yang dibayarkan dari rakyat ke kas negara (iuran yang dibayarkan bukan berupa barang) berdasarkan undang-undang dan tidak menerima jasa timbal balik dari negara secara langsung karena iuran tersebut akan digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara. Diharapkan direktorat jenderal pajak dapat lebih bijaksana dalam mempertimbangkan penetapan tarif yang akan

diberikan kepada wajib pajak, diantaranya yaitu melakukan *survey* terlebih dahulu untuk melihat kondisi para pelaku UMKM sehingga kepatuhan wajib pajak menjadi meningkat dan jumlah UMKM di Kota Bekasi semakin bertambah serta bertambahnya pula lapangan pekerjaan yang akan membantu perekonomian di Negara Indonesia.

Winerungan (2013) melakukan penelitian terhadap 2 kantor pelayanan pajak (KPP) yang ada di Indonesia dengan tujuan untuk membuktikan hubungan kausal antara variabel bebas dan variabel terkait dengan metode *explanation research*. Hasil penelitian ini adalah sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus dan sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi karena adanya upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pajak. Hal ini diperlukan upaya yang lebih optimal dalam sosialisasi perpajakan kepada para pelaku UMKM untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Penelitian yang dilakukam oleh Imaniati (2016) melakukan penerapan PP no.46 tahun 2013 terhadap UMKM menggunakan kausal komparatif. Hasil penelitian tersebut yaitu sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Persamaannya sama-sama untuk mendeteksi apakah sanksi pajak yang berlaku berpengaruh positif terhadap UMKM yang terdaftar di KPP Bekasi Selatan hal ini menunjukkan bahwa sanksi pajak yang baik maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat.

Dalam penelitian Oladipupo dan Obazee (2016) menganggap kepatuhan pajak sebagai kesediaan wajib pajak untk mematuhi hukum pajak untuk mencapai pembangunan ekonomi dan tujuan. Dari perspektif yang lebih luas bahwa kepatuhan pajak membutuhkan kejujuran, pengetahuan perpajakan yang memadai dan kemampuan untuk menggunakan pengetahuan ini. Karena dalam menjalankan usaha perlu adanya kejujuran, bekerja keras dan kepatuhan wajib pajak agar usaha dapat berjalan dengan lancar dan perekonomian di kota bekasi dapat meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Megantara *et al.* (2017) menyatakan bahwa secara parsial penghasilan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, secara simultan penghasilan pajak, sosialisasi perpajakan dan kemauan membayar pajak berpengaruh positif dan signifikan

berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Peneliti ingin membuktikan dengan melakukan *survey* ke 8 kecamatan secara acak ke para pelaku UMKM yang terdaftar di KPP Bekasi Selatan, penghasilan pajak yang meningkat dapat meningkatkan perekonomian yang ada di masyarakat.

Dalam penelitiannya, Noviantari dan Setiawan (2018) menemukan bahwa pemahaman wajib pajak tentang pajak yang baik akan dapat memperkecil adanya *tax evasion* (penggelapan pajak). Memahami peraturan perpajakan berarti memahami sanksi-sanksi yang akan didapat apabila melanggar peraturan tersebut, sehingga akan meminimalisir wajib pajak menjadi tidak patuh.

Selain minimnya pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak juga menjadi faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak (Wahyuningsih, 2016). Tarif pajak akan berpengaruh negatif pada *utility* wajib pajak. Tarif yang rendah akan meningkatkan *utility* wajib pajak sehingga memberikan inisiatif dalam melaporkan penghasilan kepada administrasi pajak (Ameidyo, 2015). Penurunan tarif pajak menjadi 0,5 persen akan menjadi insentif yang cukup efektif untuk pelaku UMKM karena penurunan terbilang cukup besar. Penurunan pajak yang dibayar akan meningkatkan keuntungan bersih sekaligus meningkatkan kemampuan pelaku usaha UMKM sehingga daya saing antar UMKM akan menjadi lebih baik. Insentif yang demikian ini juga diharapkan bisa mendorong terciptanya semakin banyak UMKM di Indonesia terutama daerah kota bekasi. Dengan tarif pajak yang tidak besar, diharapkan semakin banyak orang mau menjalankan UMKM dan berwirausaha.

Walaupun pada saat pemberlakuan PP no.46 tahun 2013 mengenai Pajak Penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu pertama kali tidak langsung ditanggapi positif oleh UMKM. Dengan revisi yaitu penurunan tarif pajak dari 1 persen menjadi 0,5 persen kebijakan ini disambut baik. Dengan diluncurkannya tarif baru Pajak Penghasilan (PPh) final bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) 0,5 persen atas omzet maksimal Rp. 4,8 miliar per tahun. Kebijakan ini tertuang dalam peraturan pemerintah (PP) nomor 23 tahun 2018 dan berlaku efektif per 1 Juli 2018. Kebijakan ini disambut baik oleh para pelaku UMKM. Namun, apa yang ada

diaturan baru tersebut dinilai belum cukup untuk mendorong UMKM naik kelas seperti yang menjadi tujuan adanya aturan baru tersebut.

Direktorat Jendra Pajak (DJP) menyebut aturan tarif pajak UMKM sebesar 0,5 persen yang tertuang dalam peraturan pemerintah (PP) nomor 23 tahun 2018 bertujuan untuk meringankan beban pajak bagi seluruh pelaku UMKM dapat berperan dalam menggerakkan roda perekonomian masyarakat dan UMKM di kota bekasi akan jauh lebih berkembang. Demi terciptanya keteraturan dan ketertiban perpajakan, maka dibentuk suatu sanksi perpajakan bagi para pelanggar pajak. Sanksi tersebut juga berfungsi sebagai dasar bagi pemerintah untuk menentukan wajib pajak yang melanggar peraturan. Artinya, jika kewajiban perpajakan tidak dilaksanakan, maka akan ada konsekuensi hukuman yang bisa terjadi. Pemerintah dalam hal ini dirjen pajak membuat undang-undang tentang hal yang berkaitan dengan perpajakan, termasuk sanksi yang diberikan jika para wajib pajak melanggar aturan.

Sanksi pajak merupakan kebijakan yang efektif untuk mencegah ketidakpatuhan. Sanksi perpajakan dibuat untuk menimbulkan rasa cemas dan takut bagi wajib pajak yang tidak patuh terhadap kewajiban pajaknya. Jatmiko (2013) mengatakan bahwa wajib pajak akan memenuhi kewajiban perpajakannya bila memandang sanksi perpajakan akan lebih banyak merugikan. Dengan demikian, sanksi perpajakan merupakan alat pencegah timbulnya ketidakpatuhan wajib pajak.

Penelitian menurut Siamena, *et al.* (2017) dapat disimpulkan bahwa sanksi perpajakan dan kesadaran bagi wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Dimana semakin tegas sanksi perpajakan dan kesadaran wajib pajak maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Ananda, *et al.* (2015) pengaruh sosialisasi perpajakan, tarif pajak dan pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak menyimpulkan hasil bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dan pemahaman perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian menurut Tawas, *et al.* (2016) menyatakan bahwa tarif pajak dan sanksi pajak memberikan pengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan pelaporan

SPT Tahunan wajib pajak orang pribadi, sosialisasi perpajakan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pelaporan SPT Tahunan wajib pajak orang, dan secara simultan sosialisasi perpajakan, tarif pajak dan sanksi perpajakan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak SPT Tahunan wajib pajak orang pribadi pada KPP Pratama Bitung.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pajak

Dalam undang-undang yang dikeluarkan direktorat jenderal pajak terdapat beberapa pendapat mengenai definisi pajak. Definisi pajak menurut undang-undang no.28 tahun 2007 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan (UU KUP) yaitu pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Menurut Sumarsan (2015:1) pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang yang berlaku dan dapat dipaksakan dan tanpa adanya timbal jasa yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum negara. Menurut Resmi (2016:2) pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada penguasa (menurut norma-norma yang diterapkan secara umum), tanpa adanya timbal jasa dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran umum. Pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan oleh suatu keadaan, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan umum (Resmi, 2016:1).

Dari beberapa definisi diatas menunjukkan bahwa pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara dan merupakan kontribusi wajib kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, tetapi digunakan untuk pengeluaran-pengeluaran negara dan pembangunan nasional.

Ciri-ciri Pajak

Menurut Waluyo (2011) ciri-ciri pajak adalah sebagai berikut :

1. Pajak dipungut berdasarkan undang-undang serta aturan pelaksanaannya yang sifat dapat dipaksakan.
2. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.
3. Pajak dipungut oleh negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
4. Pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah, yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus, dipergunakan untuk membiayai *public investment*.
5. Pajak dapat pula mempunyai tujuan selain *budgeter*, yaitu mengatur.

Jenis Pajak

Menurut Mardiasmo (2016:5) terdapat berbagai jenis pajak yang dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu penggolongan menurut golongannya, menurut sifatnya, dan menurut lembaga pemungutnya.

1. Menurut golongannya, jenis pajak terdiri :
 - a) Pajak langsung, adalah pajak yang harus dipikul atau ditanggung sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dilimpahkan atau dibebankan kepada orang lain atau pihak lain. Contohnya : Pajak Penghasilan (PPh)
 - b) Pajak tidak langsung, adalah pajak yang akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga. Contohnya : Pajak Pertambahan Nilai (PPN), dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).
2. Menurut sifatnya, jenis pajak terdiri :
 - a) Pajak subjektif, adalah pajak yang pengenaannya memperlihatkan pada keadaan pribadi wajib pajak atau pengenaan pajak yang memperhatikan pada subjeknya. Contohnya : PPh
 - b) Pajak objektif, adalah pajak yang pengenaannya memperhatikan pada objek baik berupa benda, keadaan, perbuatan peristiwa yang

mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, tanpa memperhatikan keadaan pribadi subjek pajak (wajib pajak) maupun tempat tinggal. Contohnya : PPN, PPnBM, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan Bea Meterai (BM)

3. Menurut lembaga pemungutannya, terdiri dari :
 - a) Pajak Negara atau Pajak Pusat, adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya. Contohnya : PPh, PPN, PPnBM, PBB, dan BM.
 - b) Pajak Daerah, adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah baik daerah tingkat I maupun daerah tingkat II dan digunakan untuk membiayai rumah tangga masing-masing. Contohnya : Pajak Reklame, Pajak Hiburan, Pajak Hotel, dan Restoran, dan Pajak Kendaraan Bermotor.

Berdasarkan definisi di atas terlihat jelas bahwa jenis-jenis dari pajak daerah pada hakikatnya sama dengan pajak pusat, yaitu dalam pemungutannya pajak pusat maupun pajak daerah sama harus berdasarkan perundangan-undangan begitu juga dengan hasil penerimaannya dipergunakan untuk pembiayaan pembangunan, baik pembangunan pusat maupun pembangunan daerah, dan yang membedakannya hanyalah pelaksana pemungutnya.

Fungsi Pajak

Menurut Resmi (2016:3) fungsi pajak dalam masyarakat suatu negara terbagi dalam 2 (dua) fungsi yaitu :

1. *Budgetair* (sumber dana bagi pemerintah), fungsi ini bertujuan untuk memasukkan penerimaan uang untuk kas negara sebanyak-banyaknya antara lain mengisi anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN) sesuai dengan target penerimaan pajak yang telah ditetapkan, sehingga posisi anggaran pendapatan dan pengeluaran yang berimbang tercapai.
2. Fungsi *Regulerend* (mengatur), fungsi pajak yang secara tidak langsung dapat mengatur dan menegakkan perkembangan sarana perekonomian nasional yang produktif.

Tata Cara Pemungutan Pajak

Menurut Mardiasmo (2016:8) tata cara pemungutan pajak terdiri dari stelsel pajak, asas pemungutan pajak dan sistem pemungutan pajak.

1. Stelsel Pajak
 - a. Stelsel nyata (*riil*) menyatakan bahwa pengenaan banyak didasarkan pada objek (penghasilan yang nyata) sehingga pemungutan baru dapat dilakukan pada akhir tahun pajak, yakni setelah penghasilan yang sesungguhnya diketahui. Stelsel nyata mempunyai kelebihan atau kebaikan dan kekurangan. Kebaikan stelsel ini adalah pajak yang dikenakan lebih realitas. Sedangkan kelemahannya adalah pajak baru dapat dikenakan pada akhir periode (setelah penghasilan *riil* diketahui).
 - b. Stelsel anggapan (*fictive stelsel*), pengenaan pajak didasarkan pada suatu anggapan yang diatur oleh undang-undang.
 - c. Stelsel campuran, pengenaan pajak ini merupakan kombinasi antara stelsel nyata dan stelsel anggapan. Pada awal tahun, besarnya pajak dihitung berdasarkan suatu anggapan, kemudian akhir tahun besarnya pajak disesuaikan dengan keadaan yang sebenarnya. Bila besarnya pajak menurut anggapan, maka wajib pajak harus menambah. Sebaliknya jika lebih kecil kelebihannya dapat diminta kembali.
2. Asas Pemungutan Pajak
 - a. Asas domisili (asas tempat tinggal), negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan wajib pajak yang bertempat tinggal diwilayahnya, baik penghasilan yang berasal dari dalam maupun luar negeri. Asas ini berlaku untuk wajib pajak dalam negeri.
 - b. Asas sumber, negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber diwilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal wajib pajak.
 - c. Asas kebangsaan.
 - d. Pengenaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu negara

3. Sistem Pemungutan Pajak
 - a. *Official Assessment System*, adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.
Ciri-cirinya : wewenangan untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada fiskus, wajib pajak bersifat pasif dan utang pajak yang timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.
 - b. *Self Assessment System* adalah suatu pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.
Ciri-cirinya : wewenangan untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada wajib pajak sendiri, wajib pajak aktif mulai menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang serta fiskus tidak ikut campur dan banyak mengawasi.
 - c. *Withholding System* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga untuk memotong atau memungut pajak yang terutang oleh wajib pajak.
Ciri-cirinya : wewenang memotong atau memungut pajak yang terutang ada pada pihak ketiga yaitu selain fiskus dan wajib pajak.

2.2.2 Sosialisasi Perpajakan

2.2.2.1 Definisi Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh direktorat jenderal pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat menurut Wahono, (2013:80).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ihsan (2013) beberapa upaya yang dilakukan pemerintah dalam peningkatan kepatuhan wajib pajak antara lain dengan memberikan sosialisasi menyangkut pelaksanaan hak dan kewajiban perpajakan seperti sosialisasi langsung oleh petugas fiskus, sosialisasi melalui radio, iklan, pamflet, majalah pajak dan sebagainya namun dirasa masih belum dapat

mengundang wajib pajak ketempat penyuluhan. Untuk meningkatkan peran sosialisasi diperlukan adanya perubahan dari sistem aturan perpajakan yang selalu diperbaharui dengan melihat kondisi perekonomian yang berganti-ganti agar dapat meningkatkan pajak.

Untuk mencapai tujuan sosialisasi perpajakan, kegiatan itu harus dilakukan secara efektif dan rutin. Dengan adanya sosialisasi yang baik dan efisien, maka akan meningkatkan pengetahuan bagi wajib pajak itu sendiri. Semakin tinggi intensitas pengetahuan yang diterima, maka secara perlahan dapat menambahkan tingkat kesadaran wajib pajak untuk lebih patuh akan hak dan kewajiban perpajakannya (Rohmawati *et al*, 2013).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh direktorat jenderal pajak dalam memberikan informasi dan pemahaman pajak kepada wajib pajak untuk mendorong masyarakat agar lebih sadar akan pentingnya membayar pajak. Pemerintah sangat diperlukan untuk melaksanakan pelatihan secara insentif agar kesadaran wajib pajak untuk melaporkan dan membayar pajak dapat meningkat. Berbagai sosialisasi perpajakan terus dilakukan oleh dirjen pajak dapat diadakannya perlombaan pajak untuk mendorong masyarakat agar lebih sadar akan pentingnya membayar pajak.

2.2.2.2 Pengukuran Sosialisasi Perpajakan

Pengukuran sosialisasi perpajakan menurut Yogatama (2014) sebagai berikut:

1. Tata cara sosialisasi perpajakan

Sosialisasi perpajakan yang diadakan harus sesuai dengan peraturan pajak yang berlaku. Sosialisasi perpajakan dilakukan oleh pihak direktorat jenderal pajak yang ditujukan kepada wajib pajak agar mendapatkan pengetahuan dan pemahaman pajak yang memadai.

2. Frekuensi sosialisasi perpajakan

Sosialisasi perpajakan harus dilakukan secara teratur karena peraturan dan tata cara pembayaran pajak biasanya mengalami perubahan. Sosialisasi pajak yang dilakukan secara teratur juga akan terus memberikan informasi yang terbaru

sehingga wajib pajak dapat meminimalisir kesalahan saat menjalankan kewajiban pajaknya jika terjadi perubahan peraturan atau tata cara perpajakan.

3. Kejelasan sosialisasi perpajakan

Sosialisasi perpajakan yang diadakan harus dapat menyampaikan semua informasi kedalam wajib pajak. Sosialisasi pajak harus disampaikan dengan jelas agar wajib pajak dapat memahami informasi yang diberikan.

4. Pengetahuan perpajakan

Sosialisasi perpajakan yang diadakan bertujuan memberikan informasi pada wajib pajak. Sosialisasi pajak akan sukses jika informasi yang diberikan dapat diterima oleh wajib pajak sehingga wajib pajak memiliki pengetahuan pajak yang memadai agar memudahkan wajib pajak dalam menjalankan kewajiban pajaknya.

Menurut Winerungan (2013) strategi sosialisasi perpajakan, sebagai berikut:

1. Publikasi

Merupakan aktivitas publikasi yang dilakukan melalui media komunikasi baik media cetak seperti surat kabar, majalah maupun media audiovisual seperti radio ataupun televisi.

2. Kegiatan

Institusi pajak dapat melibatkan diri pada penyelenggaraan aktivitas-aktivitas tertentu yang dihubungkan dengan program peningkatan kesadaran masyarakat akan perpajakan pada momen-momen tertentu. Misalnya: kegiatan olahraga, hari libur nasional dan lain sebagainya.

3. Pemberitaan

Pemberitaan dalam hal ini mempunyai pengertian khusus yaitu menjadi bahan berita dalam arti positif, sehingga menjadi promosi yang efektif. Pajak dapat disosialisasikan dalam bentuk berita kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat lebih cepat menerima informasi tentang pajak.

4. Keterlibatan Komunitas

Melibatkan komunitas pada dasarnya adalah cara untuk mendekatkan institusi pajak kepada masyarakat, dimana iklim budaya indonesia masih menghendaki

adat ketimuran untuk bersilaturahmi dengan tokoh-tokoh setempat sebelum institusi pajak dibuka.

5. Pencantuman Identitas

Berkaitan dengan pencatuman logo otoritas pajak dengan berbagai media yang ditujukan sebagai promosi.

6. Pendekatan Pribadi

Pengertian pendekatan pribadi adalah pendekatan yang dilakukan secara informal untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Khikmatin, Masni (2016) bentuk sosialisasi perpajakan bisa dilakukan dengan penyuluhan. Program-program yang telah dilakukan oleh direktorat jenderal pajak berkaitan dengan program penyuluhan tersebut antara lain:

1. Mengadakan seminar-seminar ke berbagai profesi serta pelatihan-pelatihan baik untuk pemerintah maupun swasta.
2. Memasang spanduk yang bertemakan perpajakan, memasang iklan layanan masyarakat di berbagai stasiun televisi.
3. Mengadakan acara *tax goes to campus* yang diisi dengan berbagai acara yang menarik mulai dari debat pajak sampai dengan seminar pajak dimana acara tersebut bertujuan untuk menimbulkan pemahaman tentang pajak ke mahasiswa yang dinilai sangat kritis. Selain mahasiswa, para pelajar perlu dibekali tentang dasar-dasar pajak melalui *tax education road show*.
4. Serta memberikan penghargaan terhadap wajib pajak yang patuh pada setiap Kantor Pelayanan Pajak.

Dari penelitian-penelitian diatas, dalam penulisan ini ukuran yang dipakai untuk sosialisasi perpajakan adalah berdasarkan pengukuran menurut Yogatama (2014) sebagai berikut:

1. Tata cara sosialisasi perpajakan

Tata cara sosialisasi perpajakan perlu diketahui dan dijelaskan kepada wajib pajak agar tidak terjadi kesalahan dalam melaksanakan pelaporan serta membayar pajak dan didasarkan dengan peraturan pajak yang berlaku.

2. Frekuensi sosialisasi perpajakan

Sosialisasi perpajakan perlu dibuatkan agenda secara rutin dengan para pelaku wajib pajak karena peraturan dan tata cara pembayaran pajak bisa saja mengalami perubahan. Sosialisasi perpajakan yang dilakukan secara rutin akan memberikan informasi yang terbaru kepada wajib pajak sehingga mengurangi resiko terjadi kesalahan saat menjalankan kewajiban pajaknya dan dapat meningkatkan penerimaan kas negara.

3. Kejelasan sosialisasi perpajakan

Informasi yang disampaikan harus jelas dan mudah dipahami oleh wajib pajak sehingga sosialisasi perpajakan yang dilaksanakan akan meningkatkan pemahaman pajak di masyarakat.

4. Pengetahuan perpajakan

Pengetahuan perpajakan yang diterima dan wajib pajak dapat menjalankan kewajiban pajaknya dengan baik merupakan kunci sukses dari sosialisasi perpajakan yang sudah dilaksanakan oleh direktorat jenderal pajak yang didukung oleh pemerintah setempat. Sehingga wajib pajak menyadari akan pentingnya kewajiban pajak yang ditaati dan dipatuhi.

2.2.3 Tarif Pajak

2.2.3.1 Definisi Tarif Pajak

Tarif pajak adalah ketentuan *persentase* (%) atau jumlah (rupiah) pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak sesuai dengan dasar pajak atau objek pajak (Sudirman dan Amirudin, 2012:9). Sedangkan menurut Waluyo (2014:17) tarif pajak adalah tarif untuk menghitung besarnya pajak terutang. Presiden Joko Widodo mengeluarkan kebijakan mengenai tarif baru Pajak Penghasilan (PPh) Final bagi usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) dari yang tarif 1 persen menjadi 0,5 persen atas omzet maksimal Rp. 4,8 miliar per tahun. Kebijakan ini tertuang dalam Peraturan Pemerintah (PP) nomor 23 tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan (PPh) atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu. Aturan ini sebagai pengganti atas PP Nomor 46 Tahun 2013. Ketentuan tersebut mengatur pengenaan Pajak Penghasilan Final (PPh Final) bagi wajib pajak yang peredaran bruto (omzet) sampai dengan Rp. 4,8 miliar

dalam satu tahun, yang merupakan perubahan atas ketentuan pengenaan PPh Final sebelumnya (PP No 46 Tahun 2013).

Dengan demikian yang dimaksud tarif pajak adalah persentase dari jumlah pajak yang harus dibayarkan oleh wajib pajak terhadap objek pajak yang menjadi kewajibannya. Tarif pajak merupakan salah satu unsur yang menentukan rasa keadilan dalam pengumutan pajak yang didasarkan dengan peraturan pajak.

Adapun pokok-pokok perubahannya, antara lain :

1. Penurunan tarif PPh Final dari 1 persen menjadi 0,5 persen dari omzet, yang wajib dibayarkan setiap bulannya.
2. Mengatur jangka waktu pengenaan tarif PPh Final 0,5 persen sebagai berikut:
 - a. Untuk wajib pajak orang pribadi yaitu selama 7 tahun.
 - b. Untuk wajib pajak badan berbentuk koperasi, persekutuan komanditer atau firma selama 4 tahun.
 - c. Untuk wajib pajak badan berbentuk Perseroan Terbatas selama 3 tahun.

Kebijakan tersebut dimaksudkan untuk mendorong pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) agar lebih ikut berperan dalam kegiatan ekonomi formal dengan memberikan kemudahan kepada pelaku UMKM dalam pembayaran pajak dan pengenaan pajak yang lebih beradilan, serta meningkatkan ketahanan ekonomi Indonesia.

Dengan pemberlakuan PP ini diharapkan:

1. Beban pajak yang ditanggung oleh pelaku UMKM menjadi lebih kecil, sehingga pelaku UMKM memiliki kemampuan ekonomi yang lebih besar untuk mengembangkan usaha dan melakukan investasi.
2. Pelaku UMKM semakin berperan dalam menggerakkan roda ekonomi untuk memperkuat ekonomi formal dan memperluas kesempatan untuk memperoleh akses terhadap dukungan finansial.
3. Memberikan waktu bagi pelaku UMKM untuk mempersiapkan diri sebelum wajib pajak tersebut melaksanakan hak dan kewajiban pajak secara umum sesuai dengan ketentuan UU Pajak Penghasilan.

2.2.3.2 Pengukuran Tarif Pajak

Penelitian yang dilakukan oleh Permatasari (2013) indikator untuk mengukur tarif pajak adalah sebagai berikut:

1. Prinsip kemampuan dalam membayar pajak.
2. Kemampuan dalam membayar pajak.
3. Tarif pajak yang diberlakukan di Indonesia.

Menurut Pris (2010) pemberlakuan tarif pajak mempengaruhi wajib pajak dalam membayar pajaknya. Pembebana pajak yang rendah membuat masyarakat tidak terlalu keberatan untuk memenuhi kewajibannya. Meskipun masih ingin menghindar dari pajak, wajib pajak tidak akan terlalu membangkang terhadap aturan-aturan perpajakan. Sehingga dapat dipahami semakin adil tarif pajak yang ditetapkan maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak.

Bedasarkan penelitian-penelitian diatas, dalam penulisan ini ukuran yang dipakai untuk tarif pajak adalah pengukuran menurut Permatasari (2013) sebagai berikut:

1. Prinsip kemampuan dalam membayar pajak.

Wajib pajak harus memiliki konsisten untuk tidak lupa atau menghindar dalam membayar pajak sebagai kewajibannya.

2. Kemampuan dalam membayar pajak.

Wajib pajak perlu menyesuaikan membayar tarif pajak sesuai dengan usaha yang dijalani, sehingga kewajiban tersebut dapat dibayarkan dan pelaku UMKM tidak bermasalah dengan pajak.

3. Tarif pajak yang diberlakukan di Indonesia.

Tarif pajak yang berlaku di Indonesia sudah diatur dalam Undang-Undang sehingga wajib pajak harus mentaati dan menjalani setiap prosedur yang sudah diberikan, sehingga penerimaan kas negara dapat meningkat dan dapat mensejahterakan masyarakat Indonesia.

2.2.4 Sanksi Pajak

2.2.4.1 Definisi Sanksi Pajak

Menurut Mardiasmo (2016:62) sanksi perpajakan adalah jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan akan dituruti/ditaati/dipatuhi). Atau bisa dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah (preventif) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan.

Ilyas dan Burton (2013:65) penerapan sanksi administrasi umum dikenakan karena wajib pajak melanggar hal-hal yang bersifat administratif yang diukur dalam undang-undang pajak.

Menurut Astuti (2014) sanksi pajak merupakan gambaran mengenai hukuman terhadap wajib pajak yang tidak melaksanakan ketentuan atau peraturan perundang-undangan.

Dengan demikian yang dimaksud sanksi pajak adalah hukuman yang diberikan kepada orang yang melanggar peraturan perpajakan berupa denda administrasi dan atau sanksi pidana yang sesuai dengan perhitungan ditetapkan. Sanksi pajak diberlakukan agar peraturan undang-undang tidak dilanggar dengan membuat rasa cemas kepada para wajib pajak sehingga peraturan undang-undang dapat dipatuhi dan ditaati.

Dalam undang-undang perpajakan dikenal dua macam sanksi, yaitu Sanksi Administrasi dan Sanksi Pidana.

1. Sanksi Administrasi

Merupakan kerugian pada negara, khususnya yang berupa bunga dan kenaikan. Menurut ketentuan dalam undang-undang perpajakan ada 3 macam sanksi administrasi, yaitu: denda, bunga dan kenaikan.

2. Sanksi Pidana

Merupakan siksaan atau penderitaan. Sanksi pidana merupakan suatu alat terakhir atau benteng hukum yang digunakan fiskus agar norma perpajakan dipatuhi. Menurut ketentuan dalam undang-undang perpajakan terdapat tiga macam sanksi pidana, yaitu: denda pidana, kurungan dan penjara.

2.2.4.2 Pengukuran Sanksi Pajak

Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2010:63) adalah sebagai berikut:

1. Sanksi yang diberikan kepada wajib pajak harus jelas.
2. Sanksi perpajakan tidak mengenal konpromi (*not arbitrary*), tidak ada toleransi.
3. Sanksi yang diberikan hendaklah seimbang.
4. Hendaknya sanksi yang diberikan langsung memberikan efek jera.

Menurut Suandy (2011:95) pengukuran sanksi pajak adalah :

1. Kedisiplinan wajib pajak dalam melakukan kewajiban pajaknya dilakukan tepat waktu sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku.
2. Kemampuan membayar pajak dari wajib pajak.

Berdasarkan penelitian-penelitian diatas, dalam penulisan ini ukuran yang dipakai untuk sanksi pajak adalah pengukuran menurut Rahayu (2010:63) adalah sebagai berikut:

1. Sanksi yang diberikan kepada wajib pajak harus jelas, sehingga wajib pajak sudah paham akan konsekuensi bila melanggar peraturan yang berlaku.
2. Sanksi perpajakan tidak mengenal konpromi (*not arbitrary*), tidak ada toleransi. Agar wajib pajak tidak menganggap remeh peraturan pajak yang berlaku sehingga wajib pajak lebih patuh dan taat.
3. Sanksi yang diberikan hendaklah seimbang. Sesuai dengan kesalahan yang sudah dilanggar oleh wajib pajak tersebut.
4. Hendaknya sanksi yang diberikan langsung memberikan efek jera. Agar wajib pajak dapat menyadari bahwa pentingnya dalam melaporkan dan membayar pajak dalam kepatuhan wajib pajak itu sangat penting dan tidak akan terulang kembali.

2.2.5 Kepatuhan Wajib Pajak

2.2.5.1 Definisi Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, istilah kepatuhan berarti tunduk atau patuh pada ajaran dalam perpajakan, kita dapat memberi pengertian bahwa pengetahuan perpajakan merupakan ketaatan, tunduk dan patuh, serta

melaksanakan ketentuan perpajakan. Jadi wajib pajak patuh adalah wajib pajak yang taat dan mematuhi serta melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (Ngadiman, 2016).

Patuh merupakan sebuah keputusan yang dapat diambil oleh setiap individu atau keputusan bersama oleh suatu kelompok maupun organisasi untuk mau melakukan atau menaati suatu peraturan yang ada di lingkungannya. Keputusan wajib pajak untuk menjadi patuh atau tidak patuh terhadap kewajiban perpajakannya merupakan tanggapan atas kondisi faktor internal dan eksternal dari wajib pajak tersebut. Ada dua macam kepatuhan pajak, yaitu kepatuhan formal merupakan suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakannya secara formal sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang perpajakan. Kepatuhan material adalah suatu keadaan dimana wajib pajak secara substantif atau hakikat memenuhi semua ketentuan material perpajakannya (Siringoringo, 2015: 212).

Wajib pajak merupakan orang pribadi atau badan, meliputi pembayaran pajak, pemotongan pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundang-undangan perpajakan (Rosdiana dan Irianto, 2015). Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditentukan untuk melakukan kewajiban perpajakan, termasuk pemungutan pajak atau pemotong pajak tertentu. Wajib pajak bisa berupa wajib pajak orang pribadi atau wajib pajak badan. Wajib pajak pribadi adalah setiap orang pribadi yang memiliki penghasilan di atas pendapatan tidak kena pajak. Kepatuhan wajib pajak menjadi aspek penting mengingat sistem perpajakan Indonesia menganut sistem *Self Assessment* dimana dalam prosesnya mutlak memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan kewajibannya (Tiradaa, 2013: 1003).

Kepatuhan wajib pajak adalah pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan negara yang diharapkan didalam pemenuhannya dilakukan secara sukarela.

2.2.5.2 Pengukuran Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Taripar (2016) ada dua (2) jenis kepatuhan wajib pajak berdasarkan sudut, yaitu:

1. Sudut Kewajiban

Menurut beberapa pemikiran diantaranya Devano dan Rahayu (2014 : 138) jenis kepatuhan diantaranya adalah :

- a. Kepatuhan formal adalah suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi kewajiban secara formal sesuai dengan ketentuan dalam Undang – undang perpajakan, misalnya:
 - 1) Mendaftarkan diri dan memiliki NPWP;
 - 2) Menghitung dan membayar pajak terutang;
 - 3) Melaporkan SPT baik SPT Masa maupun SPT Tahunan.

- b. Kepatuhan material adalah suatu keadaan dimana wajib pajak secara substantif/hakikatnya memenuhi semua ketentuan material perpajakan yaitu sesuai isi dan jiwa Undang-undang pajak kepatuhan material juga dapat meliputi kepatuhan formal, misalnya :
 - 1) ketentuan batas waktu penyampaian Surat Pemberitahuan Pajak Penghasilan (SPT PPh) Tahunan;
 - 2) Apabila wajib pajak telah melaporkan Surat Pemberitahuan Pajak Penghasilan Tahunan maka wajib pajak telah memenuhi ketentuan formal, akan tetapi isinya belum tentu memenuhi ketentuan material, yaitu suatu keadaan dimana Wajib Pajak secara substantive memenuhi semua ketentuan material perpajakan, yakni sesuai isi dan jiwa undang-undang perpajakan.

Pemikiran ini adalah suatu harapan yang secara fakta memang wajib dilaksanakan oleh setiap Pembayar Pajak, namun menjadi permasalahan klasik saat pembayar pajak lupa yang diikuti absennya petugas pajak dalam melakukan penegakan hukum.

Kepatuhan formal dan material ini lebih jelasnya diidentifikasi kembali dalam Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 yaitu :

- a. Tepat waktu dalam penyampaian SPT untuk semua jenis pajak dalam 2 tahun terakhir.

- b. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak.
- c. Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana dibidang perpajakan dalam jangka waktu 10 tahun terakhir, dalam 2 tahun terakhir menyelenggarakan pembukuan dan dalam hal terhadap wajib pajak pernah dilakukan pemeriksaan. Koreksi pada pemeriksaan yang terakhir untuk masing-masing jenis pajak yang terutang paling banyak 5%.
- d. Wajib pajak yang laporan keuangannya untuk 2 tahun terakhir diaudit oleh akuntan publik dengan pendapat wajar tanpa pengecualian, atau pendapat dengan pengecualian sepanjang tidak mempengaruhi laba rugi fiskal.

2. Sudut Kerelaan

a. Sukarela (*voluntary of compliance*)

Kepatuhan sukarela adalah kepatuhan Wajib Pajak yang berdasarkan kesadaran tentang kewajiban perpajakan, tidak ada paksaan dan tidak juga karena takut sanksi perpajakan. Kewajiban perpajakan secara sukarela (*voluntary of compliance*) merupakan tulang punggung dari *self assessment system*, dimana wajib pajak bertanggung jawab menetapkan sendiri kewajiban perpajakan kemudian secara akurat dan tepat waktu dalam membayar dan melaporkan pajaknya. Walau dikatakan sebagai tulang punggung pada faktanya sangat sedikit Wajib Pajak yang patuh secara sukarela dibandingkan Wajib Pajak pajak yang patuh secara terpaksa.

b. Terpaksa (*compulsory compliance*)

Kepatuhan yang dipaksakan adalah kepatuhan Wajib Pajak karena keterpaksaan atau dorongan hal lain, seperti terpaksa patuh karena takut sanksi yang lebih berat. Jika pajak tidak ada sanksi yang berat, tentu hanya sedikit sekali Wajib Pajak yang bayar pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Khasanah (2014) indikator kepatuhan perpajakan adalah sebagai berikut:

1. Kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan diri.
2. Kepatuhan untuk menyetor kembali Surat Pemberitahuan (SPT).

3. Kepatuhan dalam menghitung, memperhitungkan dan membayar pajak terutang.
4. Kepatuhan dalam pelaporan dan pembayaran tunggakan.

Menurut Wardani (2017) indikator dari kepatuhan wajib pajak adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi kewajiban pajak adalah wajib pajak harus mengetahui kewajibannya dan memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak.
2. Membayar tepat waktu adalah wajib pajak harus membayarkan pajaknya tepat waktunya.
3. Memenuhi persyaratan adalah wajib pajak melengkapi syarat saat pembayaran Pembayaran Kendaraan Bermotor (PKB).
4. Mengetahui jatuh tempo adalah wajib pajak selalu ingat jatuh tempo pembayaran PKB.

Berdasarkan penelitian-penelitian diatas, dalam penulisan ini ukuran yang dipakai untuk kepatuhan wajib pajak adalah pengukuran menurut Devano dan Rahayu (2014 : 138) sebagai berikut:

1. Wajib pajak harus terdaftar dalam Direktorat Jenderal Pajak.
2. Wajib pajak melaksanakan setor kembali Surat Pemberitahuan (SPT) secara tepat waktu.
3. Wajib pajak harus bisa menghitung dan membayar pajak terutang.
4. Kepatuhan wajib pajak dalam pelaporan dan pembayaran tunggakan sebelum jatuh tempo.

2.2.6 Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Definisi UMKM

Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, bahwa pengertian UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam undang-undang. Ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria usaha mikro, kecil dan menengah. Pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah :

1. Usaha Mikro

Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

2. Usaha Kecil

Kriteria usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha Menengah

Kriteria usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah Kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Kriteria usaha mikro kecil menengah (UMKM) berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 dapat dikelompokkan pada :

- a. Kriteria usaha mikro, kecil menengah (UMKM) menurut UU digolongkan berdasarkan jumlah aset dan Omset yang dimiliki sebuah usaha.
 1. Usaha Mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000.
 2. Usaha Kecil adalah kegiatan usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan

tahunan lebih Rp300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000.

3. Usaha Menengah adalah kegiatan usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih Rp2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000.

b. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah Berdasarkan Perkembangan

Selain berdasarkan Undang-Undang tersebut, dari sudut pandang perkembangannya Usaha Kecil dan Menengah dapat dikelompokkan dalam beberapa kriteria Usaha Kecil dan Menengah yaitu :

1. *Livelihood Activites*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedangan kaki lima.
2. *Mikro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki kewirausahawan.
3. *Small Dinamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahawan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahawan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

Keunggulan dan Kelemahan UMKM

Dengan ukurannya yang kecil dan tentunya fleksibilitas yang tinggi, maka kecil menengah memiliki berbagai kelebihan terutama dalam segi pembentukan dan operasional UMKM memiliki kontribusi yang besar bagi bergulirnya roda ekonomi suatu negeri, melainkan juga karena ia menyediakan layanan tertentu bagi masyarakat yang bagi bisnis besar kurang efisien secara biaya (Aismawanto, 2017).

1. Keunggulan UMKM

Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dibandingkan Usaha Besar (Tambunan, 2013), antara lain :

a. Fleksibilitas operasional

Usaha kecil menengah biasanya dikelola oleh tim kecil yang masing-masing anggotanya memiliki wewenang untuk menentukan keputusan. Hal ini membuat UMKM lebih fleksibel dalam operasional kesehariannya. Kecepatan reaksi bisnis ini terhadap segala perubahan (misalnya : pergeseran selera konsumen, trend produk, dan lain-lain) cukup tinggi, sehingga bisnis skala kecil ini lebih kompetitif.

b. Inovasi dalam teknologi

Dengan tidak adanya hirarki pengorganisasian dan control dalam UMKM, produk-produk dan ide-ide baru dapat dirancang, digarap, dan diluncurkan dengan segera. Meski ide cemerlang itu berasal dari pemikiran karyawan bukan pemilik, kedekatan diantara mereka membuat gagasan tersebut cenderung lebih mudah didengar, diterima dan dieksekusi.

c. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil

Hubungan yang terjadi di dalam perusahaan kecil biasanya terjalin dengan erat, baik antara atasan dan karyawan, maupun hubungan karyawan dengan karyawan lain. Hal ini disebabkan karena ruang kerja mereka yang kecil, sehingga memudahkan mereka untuk berinteraksi.

d. Kemampuan fokus di sektor yang spesifik

UMKM tidak wajib untuk memperoleh kuantitas penjualan dalam jumlah besar untuk mencapai titik balik (*Break Even Point – BEP*) modal mereka. Faktor yang memungkinkan usaha kecil menengah untuk fokus di sektor produk atau pasar yang spesifik. Contohnya bisnis kerajinan rumahan bisa fokus menggarap satu jenis model kerajinan tertentu dan cukup melayani permintaan konsumen tertentu untuk bisa mencapai laba. Berbeda dengan industri kerajinan skala besar yang diharuskan membayar biaya sewa gedung dan gaji sejumlah besar karyawan sehingga harus selalu mampu menjual sekian container kerajinan untuk menutup biaya operasional bulannya saja.

2. Kelemahan UMKM

Ukuran usaha kecil menengah selain memiliki kelebihan juga mengandung kekurangan yang membuat pengelolanya mengalami kesulitan dalam menjalankan tugasnya. Beberapa permasalahan yang dihadapi dalam mengelola usaha kecil menengah antara lain:

a. Kesulitan pembayaran

Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi oleh pengusaha UMKM adalah tekanan-tekanan persaingan, baik dipasar domestik dari produk-produk yang serupa buatan pengusaha-pengusaha besar dan impor maupun dipasar ekspor.

b. Keterbatasan finansial

UMKM di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial antara lain (baik modal awal maupun modal kerja dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan output jangka panjang).

c. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

UMKM biasanya tidak mampu membayar jasa tenaga ahli untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu. Hal ini merupakan kelemahan usaha kecil menengah yang serius. Apalagi jika dibandingkan dengan lembaga bisnis besar yang mampu memperkerjakan banyak tenaga ahli. Kualitas produk barang dan jasa yang bisa dihasilkan tanpa tenaga ahli sangat mungkin berada di bawah standar tertentu. Akibatnya, kemampuan persaingan bisnis skala kecil ini di pasarkan yang luas bisa sangat kecil.

d. Masalah Bahan Baku

Keterbatasan bahan baku dan input-input lain juga sering menjadi masalah serius bagi pertumbuhan output atau kelangsungan produk UMKM di Indonesia. Terutama selama masa kritis banyak sentra-sentra UMKM mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku atau input lain karena harganya dalam rupiah menjadi sangat mahal akibat depresiasi nilai tukar terhadap Dollar AS.

e. Keterbatasan teknologi

Berbeda dengan Negara maju, UKM di Indonesiasebagian masih menggunakan teknologi tradisional dalam bentuk mesin-mesin atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbatasan teknologi tidak hanya membuat rendahnya jumlah produksi dan efesien di dalam produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dihasilkan.

2.3 Hubungan Antar Variabel

Nugroho (2012) melakukan penelitian untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam menghitung, membayar dan melaporkan kewajiban pajak sesuai dengan pajak regulasi tertentu diperlukannya informasi yang jelas dengan cara sosialisasi perpajakan kepada para pelaku UMKM.

Tarif yang rendah akan meningkatkan *utility* wajib pajak sehingga memberikan inisiatif dalam melaporkan penghasilan kepada administrasi pajak (Ameidyo, 2015).

Jatmiko (2013) mengatakan bahwa wajib pajak akan memenuhi kewajiban perpajakannya bila memandang sanksi pajak akan lebih banyak merugikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ananda, *et al.* (2015) pengaruh sosialisasi perpajakan, tarif pajak dan pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak menyimpulkan hasil bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dan pemahaman perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

2.3.1 Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak

Sosialisasi perpajakan adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh direktorat jenderal pajak dalam memberikan informasi dan pemahaman pajak kepada wajib pajak untuk mendorong masyarakat agar lebih sadar akan pentingnya membayar pajak. Sosialisasi perpajakan merupakan peran penting pada peningkatan ketaatan wajib pajak. Sosialisasi yang intensif dan mudah dimengerti akan membantu wajib pajak dalam membayar pajak sehingga terjadi peningkatan.

Juliani (2019) menyatakan bahwa semakin wajib pajak mengerti akan manfaat serta fungsi pajak, maka wajib pajak akan semakin meyakini untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Maka diperlukan suatu cara yang dapat menginformasikan maksud dari pemerintah sebagai pemungut pajak dengan masyarakat khususnya wajib pajak sebagai pihak yang dipungut membayar pajak. Cara yang dimaksud yaitu dengan melakukan sosialisasi perpajakan. Melalui sosialisasi perpajakan akan terjadi satu pendekatan dari pemungut pajak dengan pihak yang dipungut. Berbagai informasi mengenai perpajakan disampaikan kepada wajib pajak, dengan begitu manfaat dan fungsi pajak akan tersosialisasikan kepada wajib pajak dan berbagai pertanyaan mengenai pajak akan terjawab. Jika wajib pajak sudah mengerti akan manfaat dan fungsi pajak, maka wajib pajak akan sukarela melakukan pelaporan dan penyetoran perpajakannya. Dengan demikian tingkat kepatuhan wajib pajak akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan Anwar dan Syafiqurrahman (2016) hasilnya menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan Ananda dan Kumadji (2015) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, tarif pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dan pemahaman perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penjelasan di atas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ho: Sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

H1 : Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

2.3.2 Pengaruh tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak

Tarif pajak adalah besar kecilnya jumlah pajak yang harus dibayarkan oleh subjek pajak (wajib pajak) terhadap objek pajak yang menjadi tanggungannya. Wajib pajak adalah istilah yang digunakan untuk menyebutkan setiap pihak (individu atau badan) yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Tarif baru pajak penghasilan (PPh) final bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dari yang tarifnya 1 persen jadi 0,5 persen atas omzet maksimal Rp 4,8 miliar per tahun. Kebijakan ini tertuang dalam

peraturan pemerintah (PP) dan berlaku efektif per 1 Juli 2018. Tarif pajak UMKM 0,5 persen tertuang dalam peraturan pemerintah (PP) nomor 23 tahun 2018 tentang pajak penghasilan (PPh) atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu. Aturan ini sebagai pengganti atas PP nomor 46 tahun 2013. Ketentuan tersebut mengatur pengenaan pajak penghasilan final (PPh Final) bagi wajib pajak yang peredaran bruto (omzet) sampai dengan Rp 4,8 miliar dalam satu tahun, yang merupakan perubahan atas ketentuan pengenaan PPh Final sebelumnya (PP 46 tahun 2013).

Menurut Pris (2014), pemberlakuan tarif pajak mempengaruhi wajib pajak dalam membayar pajaknya. Pembebanan pajak yang rendah membuat masyarakat tidak terlalu keberatan untuk memenuhi kewajibannya. Meskipun masih ingin menghindari dari pajak, wajib pajak tidak akan terlalu membangkang terhadap aturan-aturan perpajakan. Sehingga dapat dipahami semakin adil tarif pajak yang ditetapkan maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayarkan kewajibannya. Berbeda dengan penelitian Mustofa *et al.* (2016) menyimpulkan bahwa tariff pajak berpengaruh tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak karena UMKM di wilayah kerja KPP Pratama Batu kurang mengerti atau kurang peduli dengan besar kecilnya tariff pajak yang berlaku.

Penelitian yang dilakukan oleh Kristanti *et al.* (2017) menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan menurut Lazuardini dan Susyanti (2015) menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ho : Tarif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

H1 : Tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

2.3.3 Pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak

Menurut Mardiasmo (2013) sanksi perpajakan adalah pagar pembatas yang nyata bagi pelaksanaan suatu aturan yang bermaterikan hak dan kewajiban. Sanksi merupakan wujud dari tidak dipenuhinya kewajiban yang telah ditentukan berdasarkan undang-undang maupun peraturan-peratunnya. Menurut Pujiwidodo

(2016) menyatakan sanksi perpajakan memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian yang dilakukan Noviantari dan Setiawan (2018) menyatakan bahwa persepsi kualitas pelayanan, pemahaman wajib pajak, persepsi sanksi perpajakan dan lingkungan wajib pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan Susilawati dan Budiarta (2013) sanksi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Berdasarkan penjabaran diatas maka hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

H_1 : Sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

2.3.4 Pengaruh sosialisasi perpajakan, tarif pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak

Nugroho (2012) melakukan penelitian untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam menghitung, membayar dan melaporkan kewajiban pajak sesuai dengan pajak regulasi tertentu diperlukannya informasi yang jelas dengan cara sosialisasi perpajakan kepada para pelaku UMKM.

Menurut Pris (2014), pemberlakuan tarif pajak mempengaruhi wajib pajak dalam membayar pajaknya. Pembebanan pajak yang rendah membuat masyarakat tidak terlalu keberatan untuk memenuhi kewajibannya. Meskipun masih ingin menghindari dari pajak, wajib pajak tidak akan terlalu membangkang terhadap aturan-aturan perpajakan. Sehingga dapat dipahami semakin adil tarif pajak yang ditetapkan maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayarkan kewajibannya.

Menurut Mardiasmo (2013) sanksi perpajakan adalah pagar pemabatas yang nyata bagi pelaksanaan suatu aturan yang bermaterikan hak dan kewajiban. Sanksi merupakan wujud dari tidak dipenuhinya kewajiban yang telah ditentukan berdasarkan undang-undang maupun peraturan-peratunnya.

Penelitian menurut Tawas, *et al.* (2016) menyatakan bahwa tarif pajak dan sanksi pajak memberikan pengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan pelaporan SPT Tahunan wajib pajak orang pribadi, sosialisasi perpajakan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pelaporan SPT Tahunan wajib

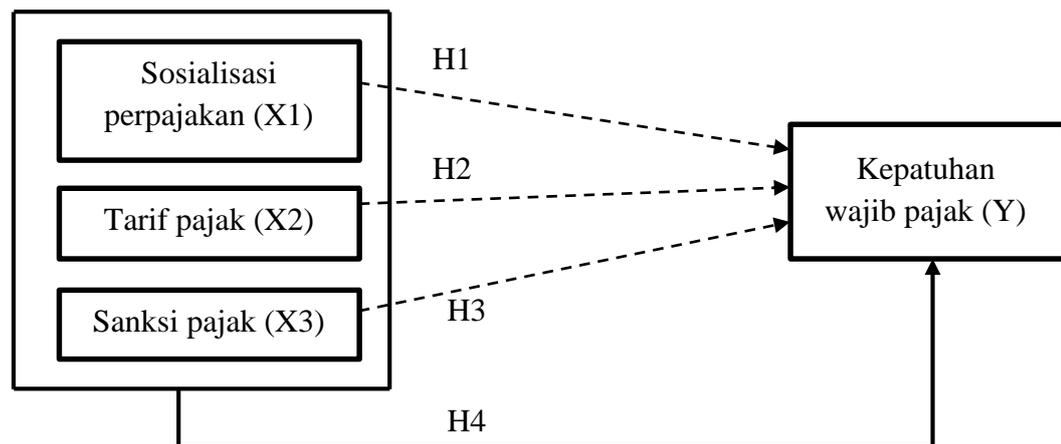
pajak orang, dan secara simultan sosialisasi perpajakan, tarif pajak dan sanksi perpajakan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak SPT Tahunan wajib pajak orang pribadi pada KPP Pratama Bitung.

Ho : Sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

H1 : Sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

2.4 Kerangka Konseptual

Dalam rangka pemikiran ini paradigma konseptual teori menggambarkan bagaimana pengaruh sosialisasi perpajakan, tarif pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada UKM. Berdasarkan uraian diatas, dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual