

# Insentif Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Ni Putu Indah Febriani<sup>1</sup>

Naniek Noviari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

\*Correspondences: [febrianiindah50@yahoo.com](mailto:febrianiindah50@yahoo.com)

## ABSTRAK

Penelitian bertujuan mengetahui pengaruh insentif pajak, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Penelitian dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Denpasar Timur dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 98 responden Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa insentif pajak, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Hal ini menunjukkan dengan pemberian insentif pajak yang dimanfaatkan dengan baik, kesadaran wajib pajak yang memadai, dan diselenggarakannya sosialisasi pajak secara rutin maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM.

Kata Kunci: Insentif Pajak; Kesadaran Wajib Pajak; Sosialisasi; Kepatuhan.

## *Tax Incentives, Taxpayer Awareness, Tax Outreach and Taxpayer Compliance for Micro, Small and Medium Enterprises*

## ABSTRACT

The research aims to determine the effect of tax incentives, taxpayer awareness, and tax socialization on taxpayer compliance of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The research was conducted at the East Denpasar Pratama Tax Service Office (KPP) with a total sample of 98 respondents as individual MSME taxpayers. The data analysis technique used in this research is Multiple Linear Regression Analysis. Based on the results of the analysis it was found that tax incentives, taxpayer awareness, and tax socialization have a positive effect on taxpayer compliance. This shows that by providing tax incentives that are put to good use, adequate awareness of taxpayers, and holding regular tax socialization, the higher the level of compliance of MSME taxpayers.

Keywords: Tax Incentives; Taxpayer Awareness; Socialization; Compliance.

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 33 No. 7  
Denpasar, 31 Juli 2023  
Hal. 1931-1941

DOI:  
10.24843/EJA.2023.v33.i07.p18

## PENGUTIPAN:

Febriani, N. P. I., & Naniek, N. (2023). Insentif Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(7), 1931-1941

## RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:  
21 Maret 2022  
Artikel Diterima:  
22 Juni 2022

## PENDAHULUAN

Rendahnya penerimaan pajak di Indonesia diakibatkan karena kurangnya kepatuhan wajib pajak dalam mengungkapkan jumlah penghasilan yang diterima dalam suatu periode (Anwar & Syafiqurrahman, 2016). Penerimaan pajak dimasa pandemic *Coronavirus Disease 2019* (Covid-19) tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, namun harus didukung oleh masyarakat sehingga tujuan negara dapat tercapai (Andrew & Sari, 2021). Pajak menjadi pemasukan terbesar dalam perekonomian Indonesia, salah satunya dari pajak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Afif & Su, 2022).

Provinsi Bali merupakan salah satu pulau yang memiliki jumlah UMKM terbanyak di Indonesia terutama wilayah Kota Denpasar (Pemerintah Provinsi Bali, 2021). Kecamatan Denpasar Timur memiliki UMKM paling rendah dibandingkan dengan tiga kecamatan lainnya yaitu sebanyak 4.003 UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa Kecamatan Denpasar Timur perlu mendapat perhatian pemerintah agar sektor UMKM dapat bertahan ditengah pandemi *Coronavirus Disease 2019* (Covid-19).

Tingkat kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) tergolong masih rendah sehingga menghambat pengumpulan pajak (Suriambawa & Ery Setiawan, 2018). Tingkat kepatuhan pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) di wilayah kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur mengalami fluktuasi selama tahun 2016-2018. Tahun 2016 persentase kepatuhan WPOP sebesar 63 persen, kemudian tahun 2017 mengalami kenaikan menjadi 64 persen, dan mengalami penurunan tahun 2018 sehingga kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) menjadi 61 persen (Pradnyana & Prena, 2019).

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur dipilih sebagai lokasi penelitian karena data menunjukkan jumlah WPOP UMKM yang merealisasikan SPT Tahunan cenderung naik turun, sedangkan jumlah wajib pajak orang pribadi UMKM mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2017-2019. Data jumlah WPOP UMKM, realisasi SPT Tahunan, dan persentase kepatuhan disajikan pada tabel 1.

**Tabel 1. Tingkat Kepatuhan WPOP UMKM di KPP Pratama Denpasar Timur**

Tahun	Jumlah WPOP UMKM	Realisasi SPT Tahunan WPOP UMKM	Persentase Kepatuhan
2017	6.058	4.777	79%
2018	6.296	4.882	78%
2019	7.176	4.418	62%

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) insentif pajak berkaitan dengan kontrol perilaku (*control belief*) yang menjelaskan mengenai sikap (*attitude*) pada insentif pajak PMK No. 9 Tahun 2021 dengan menghubungkan perilaku dari wajib pajak menjadi patuh dan taat dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Adanya kontrol atas perilaku yang mewajibkan Wajib Pajak untuk membayar pajak dan memanfaatkan insentif pajak tentu akan memengaruhi perilaku Wajib Pajak, baik itu semakin mendukung atau semakin menghambat niat Wajib Pajak untuk membayar pajak. Wajib pajak yang memahami sebuah peraturan maka akan

dapat mentaati peraturan tersebut selama tidak bersifat merugikan (Pangesti & Yushita, 2019).

Penelitian dari Bista *et al.* (2010), Daniel & Faustin (2019), Latief dkk (2020), Fazriputri (2021), dan Wujarso *et al.* (2020) menyatakan bahwa insentif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha mikro kecil dan menengah.

H<sub>1</sub>: Insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi sektor UMKM di Masa Pandemi Covid-19.

Berdasarkan Teori Atribusi, kesadaran Wajib Pajak merupakan perilaku internal terhadap kepatuhan wajib pajak terkait dengan persepsi wajib pajak dalam membuat penilaian terhadap pajak tersebut. Apabila tingkat kesadaran wajib pajak tinggi maka Wajib Pajak akan memilih berperilaku patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan (Dewi & Nataherwin, 2020). Menurut penelitian Kartikasari & Yadnyana (2020) dikatakan bahwa semakin besar tingkat kesadaran wajib pajak, maka semakin baik pula pemahaman dan pelaksanaan kewajiban pajak dari wajib pajak tersebut, disimpulkan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi sektor UMKM di KPP Pratama Badung Utara Selain itu rendahnya kesadaran pada wajib pajak UMKM dilihat dari tidak melaporkan SPT tepat waktu dan kurangnya informasi ketentuan pajak serta kesulitan dalam menghitung pajak Riadita & Saryadi (2019).

H<sub>2</sub>: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi sektor UMKM di Masa Pandemi Covid-19.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), sosialisasi pajak berkaitan dengan *normative belief* yang merupakan harapan dipersepsikannya individu untuk menyetujui perilaku tertentu dan memotivasi individu untuk mematuhi kewajibannya (Oktaviani, *et al.* 2020). Kurangnya sosialisasi pajak akan berdampak pada rendahnya kesadaran masyarakat tentang pajak sehingga menyebabkan rendahnya tingkat kepatuhan Wajib Pajak (Karnowati & Handayani, 2021). Pemberian pemahaman kepada Wajib Pajak mengenai fungsi pajak melalui sosialisasi pajak secara tidak langsung memberikan kesadaran kepada Wajib Pajak agar patuh dalam membayar pajaknya (Negara, *et al.* 2018).

Sosialisasi ini bertujuan memberikan informasi mengenai PMK Nomor 9 Tahun 2021 yang mengatur tentang insentif pajak penghasilan final yang terutang ditanggung oleh pemerintah bagi wajib pajak UMKM. Sosialisasi perpajakan terkait insentif pajak dalam PMK No. 9 tahun 2021 juga dinantikan karena hingga saat ini terutama wajib pajak UMKM banyak yang tidak mengetahui kewajiban – kewajiban yang harus dipenuhi sehingga tidak dapat memanfaatkan fasilitas untuk itu sosialisasi dari otoritas pajak kepada wajib pajak perlu digencarkan sehingga pemanfaatan insentif pajak dalam PMK No. 9 Tahun 2021 semakin optimal dan wajib pajak dapat menikmati fasilitas tersebut. Penelitian Noviana *et al.* (2020), Putri *et al.* (2020), Rabiyyah, *et al.* (2021), Savitri & Musfialdy (2016) menunjukkan hasil bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Sampang.

H<sub>3</sub>: Sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi sektor UMKM di Masa Pandemi Covid-19.

## METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian merupakan tempat penelitian ini dilakukan. Penelitian ini dilakukan di wilayah kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur berlokasi di Jalan Tantular No. 4, Dangin Puri Klod, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Provinsi Bali dengan alasan pada tahun 2017 hingga 2019 terjadi penurunan rasio kepatuhan Wajib Pajak UMKM yang mengindikasikan adanya perilaku tidak patuh dalam melaksanakan kewajiban membayar pajak.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disebarakan langsung kepada Wajib Pajak di wilayah kerja KPP Pratama Denpasar Timur ataupun dikirim dalam bentuk kuesioner *online* berupa *google form*.

Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi sektor UMKM yang terdaftar di wilayah kerja KPP Pratama Denpasar Timur yang tercatat sebanyak 4.418 wajib pajak per 31 Desember 2019. Sampel dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi sektor UMKM di wilayah kerja KPP Pratama Denpasar Timur dengan responden dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM yang terdaftar di wilayah kerja KPP Pratama Denpasar Timur. Metode penentuan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu seperti: responden merupakan wajib pajak orang pribadi UMKM yang memiliki omzet per tahun tidak lebih dari Rp 4,8 Miliar yang terdaftar pada wilayah kerja KPP Pratama Denpasar Timur dan dihitung menggunakan rumus Solvin. Banyaknya sampel yang diambil pada penelitian ini adalah sebanyak 97,78 yang dibulatkan menjadi 98 wajib pajak orang pribadi UMKM. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 wajib pajak. Teknik analisis regresi linear berganda digunakan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh insentif pajak, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Berikut rumus regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

Y = Kepatuhan Wajib Pajak

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_i$  = Koefisien Regresi,  $i=1,2,3$

$X_1$  = Insentif Pajak

$X_2$  = Kesadaran Wajib Pajak

$X_3$  = Sosialisasi Pajak

e = standar error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif yang bertujuan memberikan gambaran pada nilai variabel independen mengenai nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi dari masing-masing variabel, yang ditampilkan pada Tabel ini berikut.

**Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Descriptive Statistics			
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	98	15	25	20.02	2,520
X2	98	8	24	16.09	2,537
X3	98	12	27	19.05	2,859
Y	98	7	20	12.93	2,356
ValidN (listwise)	98				

Sumber: Data Penelitian, 2021

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai minimum variabel insentif pajak memiliki nilai sebesar 15,00 dan nilai maksimum sebesar 25,00. Nilai rata-rata untuk variabel insentif pajak adalah sebesar 20,02 dengan penyimpangan sebesar 2,520. Untuk variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai minimum sebesar 8,00 dan nilai maksimum sebesar 24,00. Nilai rata-rata untuk variabel kesadaran wajib pajak adalah sebesar 16,09 dengan penyimpangan sebesar 2,537. Selanjutnya variabel sosialisasi pajak memiliki nilai minimum sebesar 12,00 dan nilai maksimum sebesar 27,00. Nilai rata-rata untuk variabel sosialisasi pajak adalah sebesar 19,05 dengan penyimpangan sebesar 2,859. Sementara untuk variabel terikat yaitu kepatuhan wajib pajak memiliki nilai minimum sebesar 7,00 dan nilai maksimum sebesar 20,00. Nilai rata-rata untuk variabel kepatuhan Wajib Pajak adalah sebesar 12,93 dengan penyimpangan sebesar 2,356.

Regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh insentif pajak (X1), kesadaran wajib pajak (X2), dan sosialisasi pajak (X3) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Analisis linier berganda dilakukan dengan bantuan program Statistical Package for Social Science (SPSS) dengan tingkat signifikansi 5%.

**Tabel 3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,653	1,322		-2,764	0,007
X1	0,247	0,061	0,264	4,058	0,000
X2	0,219	0,070	0,235	3,136	0,002
X3	0,426	0,061	0,517	7,006	0,000

Sumber: Data Penelitian, 2021

$$Y = -3,653 + 0,264 X_1 + 0,235 X_2 + 0,517 X_3$$

Nilai konstanta ( $\alpha$ ) pada tabel 3 menunjukkan besarnya nilai variabel dependen apabila variabel independen adalah 0. Nilai konstanta sebesar -3,653 memiliki arti jika variabel insentif pajak, kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak bernilai 0, maka nilai kepatuhan Wajib Pajak adalah sebesar -3,653. Nilai koefisien insentif pajak ( $X_1$ ) 0,264 menunjukkan arti bahwa insentif pajak memiliki hubungan positif pada kepatuhan Wajib Pajak. Artinya, jika variabel insentif pajak meningkat, maka kepatuhan Wajib Pajak akan cenderung meningkat sebesar 0,264 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Nilai koefisien kesadaran wajib pajak ( $X_2$ ) 0,235 menunjukkan arti bahwa kesadaran wajib pajak memiliki hubungan positif pada kepatuhan Wajib Pajak.

Artinya, jika variabel kesadaran wajib pajak meningkat, maka kepatuhan Wajib Pajak akan cenderung meningkat sebesar 0,235 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Nilai koefisien sosialisasi pajak ( $X_3$ ) 0,517 menunjukkan arti bahwa sosialisasi pajak memiliki hubungan positif pada kepatuhan Wajib Pajak. Artinya, jika variabel sosialisasi pajak meningkat, maka kepatuhan Wajib Pajak akan cenderung meningkat sebesar 0,517 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Uji F dipergunakan dalam menentukan layak/tidaknya sebuah model penelitian dijadikan model regresi.

**Tabel 4. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)**

Model	Sum of Squares	ANOVA <sup>a</sup>			F	Sig.
		Df	Mean Square			
1 Regression	354,883	3	118,294	60,559	0,000 <sup>b</sup>	
Residual	183,617	94	1,953			
Total	538,500	97				

Sumber: Data Penelitian, 2021

Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji F yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linier yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh insentif pajak, kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Koefisien determinasi dapat diketahui dengan melihat nilai adjusted  $R^2$ . Nilai adjusted  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varians pada variabel independennya.

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Model Summary	
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,812 <sup>a</sup>	0,659	0,648	1,398

Sumber: Data Penelitian, 2021

Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh adjusted  $R^2$  sebesar 0,648 mempunyai arti bahwa sebesar 64,8 persen variasi kepatuhan Wajib Pajak dipengaruhi oleh variasi insentif pajak, kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak, sedangkan sisanya sebesar 35,2 persen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Uji t disini untuk menghitung signifikansi pengaruh insentif pajak, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi pajak layak untuk menjelaskan variabel terikatnya yaitu kepatuhan wajib pajak.

**Tabel 6. Uji Hipotesis (Uji t)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-3,653	1,322		-2,764	0,007
X1	0,247	0,061	0,264	4,058	0,000
X2	0,219	0,070	0,235	3,136	0,002
X3	0,426	0,061	0,517	7,006	0,000

Berdasarkan hasil analisis pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,264 dan nilai t hitung 4,058 > t tabel 1,660. Nilai Signifikansi 0,000 < 0,05 mengindikasikan bahwa H1 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Hasil analisis pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,002 dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,235 dan nilai t hitung 3,136 > t tabel 1,660. Nilai Signifikansi 0,002 < 0,05 mengindikasikan bahwa H2 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Hasil analisis pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,517 dan nilai t hitung 7,006 > t tabel 1,660. Nilai signifikansi 0,000 < 0,05 mengindikasikan bahwa H3 diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Hipotesis pertama penelitian ini menyatakan bahwa insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Nilai regresi menunjukkan nilai koefisien positif sebesar 0,264 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang memiliki arti bahwa apabila insentif pajak (X1) meningkat sebesar satu satuan maka kepatuhan pajak (Y) akan meningkat sebesar 0,264 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Latief *et al.* (2020), Sukesia & Yunaidah (2020), Sulistyawati & Sabilla (2022) Fazriputri *et al.* (2021), dan Wujarso *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa insentif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha mikro kecil dan menengah.

Hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Nilai regresi menunjukkan nilai koefisien positif sebesar 0,235 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang bermakna apabila kesadaran wajib pajak (X2) meningkat sebesar satu satuan maka kepatuhan pajak (Y) akan meningkat sebesar 0,235 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kartikasari & Yadnyana (2020), Suprihatin (2021), Supriyati & Hapsari (2021) yang menemukan bahwa semakin besar tingkat kesadaran wajib pajak, maka semakin baik pula pemahaman dan pelaksanaan kewajiban pajak dari wajib pajak tersebut, disimpulkan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi sektor UMKM.

Hipotesis ketiga penelitian ini menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Nilai regresi menunjukkan nilai koefisien positif sebesar 0,517 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 mengandung arti bahwa apabila sosialisasi pajak (X3) meningkat sebesar satu satuan maka kepatuhan pajak (Y) akan meningkat sebesar 0,517 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviana *et al.*, (2020) dan Yayuk *et al.*, (2017) yang menunjukkan hasil bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

### SIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan mengenai pengaruh insentif pajak, kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi sektor UMKM di Masa Pandemi Covid-19. Hasil uji dalam penelitian ini menemukan bahwa variabel independen yaitu insentif pajak, kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi sektor UMKM di Masa Pandemi Covid-19.

Penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* yaitu kepatuhan Wajib Pajak dipengaruhi oleh niat Wajib Pajak itu sendiri dalam mengambil tindakan untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan. Selain itu penelitian ini juga mendukung Teori Atribusi yaitu perilaku individu yang disebabkan oleh faktor internal adalah perilaku yang diyakini berada di bawah kendali pribadi individu itu sendiri, berdasarkan hal ini diharapkan setiap individu bisa menjadikan hasil penelitian ini sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan baru, agar kedepannya dapat dijadikan pedoman terhadap pelaksanaan kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian ini mampu memberikan kontribusi positif bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya bagi wajib pajak dan pemerintah atau regulator. Penelitian ini dapat digunakan sebagai motivasi bagi Direktorat Jenderal Pajak dan KPP Pratama Denpasar Timur untuk dapat meningkatkan sosialisasi terkait pengetahuan perpajakan yaitu, mengenai pentingnya membayar pajak, sanksi yang dapat dikenai oleh Wajib Pajak UMKM apabila tidak taat membayar pajak, serta sosialisasi terkait peraturan baru yaitu Peraturan Menteri Keuangan Nomor 9/PMK.03/2021 tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi *Coronavirus Disease* 2019.

Dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dibutuhkan perbaikan baik secara internal seperti seleksi SDM yang diperketat, dan secara eksternal seperti reformasi sistem informasi dan *database* sehingga dapat meminimalisir interaksi yang tidak diperlukan antara Wajib Pajak. Bagi KPP Pratama Denpasar Timur diharapkan dapat memberikan segala informasi yang diperlukan Wajib Pajak untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan atau tambahan referensi, dan sebagai acuan dalam penelitian yang akan dilakukan.

### REFERENSI

Afif, M., Mursalim, Y., & Su, M. (2022). *Point of View Research Accounting and Auditing The Effect of Giving MSME Final Income Tax Incentives and Taxpayer Awareness on the Level of Taxpayer Compliance*. 3, 1-14.

- 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(02), 349-366. <https://doi.org/10.29040/jap.v21i02.1597>
- Anwar, R. A., & Syafiqurrahman, M. (2016). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Perpajakan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Surakarta Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Pemeditasi. *Jurnal InFestasi*, 12(1), 66-74.
- Bista, N. B., N. R. Bartaula, O. Shrestha, P. Gnawali, Lamichhane, P., & P. Parajuli. (2018). Preface. *Business Governance and Society: Analyzing Shifts, Conflicts, and Challenges*, 377-397. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-94613-9>
- Daniel, T., & Faustin, G. (2019). Effect of tax incentives on the growth of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Rwanda: A case study of SMEs in Nyarugenge district. *Journal of Accounting and Taxation*, 11(5), 89-98. <https://doi.org/10.5897/jat2019.0339>
- Dewi, S., Widyasari, & Nataherwin. (2020). Pengaruh Insentif Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 9(2), 108-124. [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id)
- Fazriputri, N. R., Widiastuti, N. P. E., & ... (2021). Pengaruh Sosialisasi dan Pemahaman Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Pemilik UMKM di Kota Bekasi). *Prosiding BIEMA* ..., 2(2), 657-676. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/1661>
- Fitria, D. (2017). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 4(1), 30. <https://doi.org/10.30998/jabe.v4i1.1905>
- Karnowati, N. B., & Handayani, E. (2021). Moderation of tax socialization of factors affecting taxpayer compliance in the time of Covid-19. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 10(5), 184-194. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i5.1272>
- Kartikasari, N. L. G. S., & Yadnyana, I. K. (2020). Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak Kesadaran Wajib Pajak dan Kepatuhan WPOP Sektor UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(4), 925-936. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i04.p10>
- Latief, S., Junaidin Zakaria, & Mapparenta. (2020). Pengaruh kepercayaan kepada pemerintah, kebijakan insentif pajak dan manfaat pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 3(3), 271-289. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CESJ/article/view/581/425>
- Negara, Hari Kusuma Satria, Purnamasari, & Indri, D. (2018). the Influence of Taxation Knowledge and Tax Awareness on Umkm To Taxpayer Compliance in the Special Province of Yogyakarta. *Research in Management and Accounting*, 1(2), 85-91. <https://doi.org/10.33508/rima.v1i2.2594>
- Oktaviani, R. M., Kurnia, H., Sunarto, & Udin. (2020). The effects of taxpayer knowledge and taxation socialization on taxpayer compliance: the role of taxpayer awareness in developing Indonesian economy. *Accounting*, 6(2), 89-96. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2019.12.004>
- Putri, N. eka, & Nurhasanah. (2019). Sosialisasi Pajak, Tingkat Pendidikan dan

- Sanksi Pajak Terkait dengan Kepatuhan Wajib Pajak UKM (Studi Kasus: Pengusaha UKM Kecamatan Manggar Belitung Timur). *Jurnal STEI Ekonomi*, 28(02), 213–232.  
<https://www.ejournal.stei.ac.id/index.php/JEMI/article/view/252>
- Putri, N. I. (2018). Analisis Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Terkait Pemberian Insentif Pajak Dalam PP Nomor 23 Tahun 2018. *Journal of Materials Processing Technology*, 1(1), 1–8.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055>  
<https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006>  
<https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024>  
<https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252>
- Putri, V., Maryani, M., Dewi, R., Prasetyo, B., & Gusnandar, S. (2020). The Effect Of Taxpayer Awareness And Modernization Of Tax Administration System On Personal Taxpayer Compliance. *Journal Of Archaeology Of Egypt*, 17(4), 2741–2748.
- Rabiyah, U., Suryani, A., & Karim, A. (2021). The Effect of Awareness, Fiscus Services and Taxation Knowledge on Taxpayer Compliance At Madya Makassar Kpp. *International Journal of Innovation Scientific Research and Review*, 03(01), 797–799.
- Savitri, E., & Musfialdy. (2016). The Effect of Taxpayer Awareness, Tax Socialization, Tax Penalties, Compliance Cost at Taxpayer Compliance with Service Quality as Mediating Variable. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 682–687. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.051>
- Sormin, F. (2021). The Effect of Online Taxation Socialization, E-Commerce, Application of Accounting Standards on Tax Compliance of Micro, Small and Medium Enterprises in Jakarta. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(4), 295–302.  
<https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i4/9669>
- Sugiyono. (2015). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*.
- Sukei, S., & Yunaidah, I. (2020). The effect of tax socialization, superior service, and service quality on taxpayers' satisfaction and compliance. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 22(3), 347–359.  
<https://doi.org/10.14414/jebav.v22i3.1698>
- Sulistiyawati, A. I., & Sabilla, R. I. (2022). *The Effect Of Tax Understanding , Taxpayer Awareness , Tax Socialization And Fiscus Services On Taxpayer Compliance Of Personal Persons*. 03(1), 324–330.
- Suprihati. (2021). Taxpayer Awarnesse, Tax Sanctions, Reporting in Taxpayer Compliance UMKM Karanganyar. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 1(2), 105–112.
- Supriyati, & Hapsari, I. (2021). Tax Avoidance, Tax Incentives and Tax Compliance During the Covid-19 Pandemic: Individual Knowledge Perspectives. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 4(2), 222–241.  
<https://doi.org/10.33005/jasf.v4i2.174>
- Wujarso, R., Saprudin, & Napitulu, R. D. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di

- Jakarta. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(02), 44-56.  
<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/id/eprint/1036>
- Yayuk, N. R., Margono, S., Eka, A. T., & Sudjatno. (2017). The role of taxpayer awareness, tax regulation and understanding in taxpayer compliance. *Journal of Accounting and Taxation*, 9(10), 139-146.  
<https://doi.org/10.5897/jat2017.0267>