

Sosialisasi, Kesadaran, Sanksi Pajak dan Kepatuhan WPOP UMKM

Ni Putu Ika Wahyudiana Putri¹

Putu Ery Setiawan²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences: wahyuika1407@gmail.com

ABSTRAK

Riset ini akan menganalisis tentang wajib pajak orang pribadi (WPOP) dengan kepemilikan UMKM. Riset ini berfokus untuk menelaah secara empiris pengaruh sosialisasi, kesadaran, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan WPOP UMKM. Seluruh WPOP UMKM sebanyak 5.809 orang di KPP Pratama Denpasar Barat akan menjadi populasi dalam riset ini dengan sampel sebanyak 98 orang. Teknik *purposive sampling* dipilih dalam riset ini dengan analisis regresi linear berganda sebagai alat untuk melakukan pengujian riset. Temuan menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan WPOP UMKM. Harapannya riset ini akan menjadi acuan dan bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan sebagai upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak

Kata Kunci: Sosialisasi Perpajakan; Kesadaran Pajak; Sanksi Pajak; Kepatuhan Wajib Pajak

Socialization, Awareness, Tax Sanctions and WPOP MSME Compliance

ABSTRACT

This research aims to analyze individual taxpayers with micro, small and medium business ownership (MSME). This research focuses on empirically testing the effect of socialization, awareness, and tax sanctions on MSME WPOP compliance. All 5,809 MSME WPOPs in West Denpasar KPP Pratama will be the population in this research with a sample of 98 people. Purposive sampling technique was used in this research with multiple linear regression analysis as a tool in conducting research testing. The findings show that tax socialization, taxpayer awareness, and tax sanctions have a positive effect on MSME WPOP compliance. It is hoped that this research will become a reference and consideration in policy making as an effort to increase taxpayer compliance

Keywords: Tax Socialization; Tax Awareness; Tax Sanctions; Taxpayer Compliance

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



e-ISSN 2302-8556

Vol. 34 No. 6
Denpasar, 30 Juni 2024
Hal. 1488-1494

DOI:
10.24843/EJA.2024.v34.i06.p11

PENGUTIPAN:
Putri, N. P. I. W., & Setiawan,
P. E. (2024). Sosialisasi,
Kesadaran, Sanksi Pajak dan
Kepatuhan WPOP UMKM.
E-Jurnal Akuntansi, 34(6),
1488-1494

RIWAYAT ARTIKEL:
Artikel Masuk:
6 Juni 2022
Artikel Diterima:
10 Juli 2022

PENDAHULUAN

Pajak berperan penting bagi perekonomian suatu negara khususnya Indonesia sebagai sumber dalam melakukan pembangunan nasional. Pajak didefinisikan sebagai sebuah iuran wajib yang diberikan pada negara yang bersifat memaksa dan terhutang oleh orang pribadi maupun badan. Pemerintah menerapkan berbagai upaya guna meningkatkan penerimaan yang berasal dari pajak mulai dari tindakan preventif dan represif seperti sosialisasi, penyesuaian tarif pajak dengan penghasilan wajib pajak serta sanksi perpajakan. Pemerintah telah mengupayakan berbagai cara untuk dapat memenuhi realisasi penerimaan negara yang bersumber dari pajak. Penerimaan pajak yang rendah diakibatkan dengan rendahnya kepatuhan wajib pajak dalam menyerahkan maupun membayar pajak (Nurkhin, 2018).

UMKM tergolong aktivitas berwirausaha dan memiliki peran strategis untuk turut membantu pembangunan nasional. Perkembangan UMKM khususnya di Denpasar Barat berdasarkan data KPP Pratama Denpasar Barat mengalami fluktuasi. Namun, besarnya penerimaan pajak berfokus pada jumlah UMKM yang aktif dalam melakukan pembayaran pajak dan memiliki kepatuhan akan perpajakan. Ketidakpatuhan dalam memenuhi kewajibannya akan berdampak negatif terhadap besaran penerimaan negara (Ariyanto dkk., 2020). *Self Assesment* menjadi sistem perpajakan di Indonesia, dan kepatuhan wajib pajak menjadi fokus penting dikarenakan dalam proses perpajakannya wajib pajak diberi suatu kepercayaan untuk menghitung, melapor dan membayarkan pajaknya. Kartikasari & Yadnyana (2021) berpendapat terkait kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh beberapa pengaruh dari luar ataupun dari dalam. Pengaruh eksternal yang berasal dari luar diri wajib pajak, meliputi upaya sosialisasi terkait pajak dan sanksi dari perpajakan sedangkan faktor dari dalam wajib pajak meliputi kesadaran pada diri wajib pajak sendiri (Wardani & Wati, 2018). Ketidakpatuhan wajib pajak dilatarbelakangi oleh kurangnya kesadaran dalam upaya memenuhi kewajiban perpajakannya sehingga memunculkan pelanggaran. Oleh karena itu, dilakukannya upaya sosialisasi terkait pajak kepada masyarakat. Adapun fokus dilakukannya riset ini berupaya menemukan pengaruh sosialisasi, kesadaran, dan sanksi pajak pada kepatuhan WPOP UMKM. Riset sebelumnya menemukan hasil yang bertentangan dimana Siahaan & Halimatusyadiah (2018) dan Oktaviani dkk. (2020) menemukan variabel sosialisasi tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Hal serupa ditemukan pada temuan Lestari (2018) dan Hapsari & Kholis (2020) dimana variabel kesadaran wajib pajak memiliki hasil tidak berpengaruh serta Maxuel & Primastiwi (2021) menemukan sanksi pajak tidak memiliki pengaruh pada variabel kepatuhan.

Dalam Teori Perilaku Terencana mengacu pada *Normative beliefs* dikatakan menjadi salah satu latarbelakang penyebab seseorang untuk memiliki niat dalam berperilaku tertentu baik mendasar atas keyakinan atau motivasi dari pihak lain. Sehingga, sosialisasi perpajakan dirasa mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melaksanakan kewajibannya. Pernyataan tersebut selaras dengan faktor eksternal menurut Teori Atribusi dimana lingkungan dapat mempengaruhi tindakan seseorang, Ulfa & Mildawati (2020) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan mampu mempengaruhi persepsi wajib pajak dalam bersikap dan

bertindak untuk patuh terhadap kewajibannya. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Angelia & Fajriana (2018) dan Suardana & Gayatri (2020)

H₁: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan WPOP UMKM
Theory of Planned Behavior menurut faktor *behavior belief* dapat berkaitan dengan kesadaran wajib pajak. Sikap individu akan cenderung dipengaruhi akibat mengetahui hasil yang akan diperoleh. Sejalan dengan teori atribusi, kesadaran wajib pajak dilatarbelakangi oleh faktor internal dalam bentuk dorongan diri untuk berperilaku patuh yang pada dasarnya dibentuk dari pengetahuan akan perpajakan, karakteristik individu, ataupun persepsi positif tentang pajak itu sendiri. Berdasarkan penelitian dari Perdana & Dwirandra (2020), Hartana & Merkusiwati (2018), Nurkhin (2018) Tulenan dkkk (2017), Bernard *et al* (2018) dan Lisa & Hermanto (2018) menemukan hasil pengaruh positif antara variabel kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

H₂: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan WPOP UMKM

Pada *Theory of Planned Behaviour* (TPB), sanksi sesuatu yang dapat mengontrol tindakan yang menyimpang, hal ini selaras dengan faktor *control beliefs* yang menyatakan terdapat beberapa hal yang dapat mendorong dan memperlambat perilaku seseorang. Sanksi perpajakan merupakan faktor eksternal dari teori atribusi, dimana dibuat dengan tujuan mendukung wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakannya. Berdasarkan penelitian oleh Anto (2021), Handoko dkk. (2018), dan Dewi & Supadmi (2021) variabel sanksi pajak signifikan memiliki pengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak.

H₃: Sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan WPOP UMKM

METODE PENELITIAN

Riset ini dilakukan di KPP Pratama Denpasar Barat dengan meneliti sosialisasi perpajakan, kesadaran pajak, dan sanksi pajak pada kepatuhan WPOP UMKM. Data primer diperoleh dari kuisioner yang disebarluaskan dengan sampel sebanyak 98 WPOP UMKM yang tercatat aktif di KPP Pratama Denpasar Barat. Analisis regresi linear berganda dipilih menjadi teknik analisis yang digunakan.

Kepatuhan pajak dimaknai sebagai tindakan pemenuhan kewajiban perpajakan berdasarkan ketentuan yang berlaku di wilayah tersebut. Indikator yang digunakan dalam mengukur variable selaras dengan penelitian Artiryani (2019) yang meliputi kepatuhan wajib pajak dalam ketepatan pengisian formulir, perhitungan besaran pajak, ketepatan pembayaran pajak, ada tidaknya tunggakan pajak, dan tidak dijatuhi hukuman pidana terkait kasus perpajakan.

Sosialisasi perpajakan dimaknai sebagai sebuah tindakan yang dilakkan sebagai bentuk upaya pemberian pengetahuan kepada masyarakat untuk mengetahui segala hal mengenai perpajakan Megantara dkk. (2017). Indikator yang digunakan dalam mengukur variable selaras dengan penelitian Artiryani (2019) yang meliputi pengetahuan terkait adanya peraturan perpajakan bagi UMKM, pengetahuan terkait adanya sosialisasi dan tersedianya sarana publikasi yang membantu pemahaman peraturan perpajakan.

Kesadaran wajib pajak diaknai sebagai kondisi pemahaman tentang kewajiban perpajakan baik dalam bentuk pelaporan dan penyetoran pajak yang

dilakukan dengan mandiri (Maghriby & Ramdani, 2020). Indikator yang digunakan dalam mengukur variabel ini meliputi pengertian dan pemahaman wajib pajak, kesadaran akan fungsi pajak, dan tujuan pembayaran pajak (Rahayu, 2017:191).

Sanksi perpajakan dimaknai sebagai sarana pencegah pelanggaran aturan terkait kepatuhan pajak (Mardiasmo, 2016 : 62). Variabel ini dinilai dengan indikator sanksi pidana, sanksi administrasi, sanksi pajak, dan sanksi atas pelanggaran pajak yang bisa dinegoisasikan (Machmudah & Putra, 2020).

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e \dots \dots \dots (1)$$

Penjelasan:

- Y = Kepatuhan wajib pajak
- α = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \text{ dan } \beta_3$ = Koefisien regresi
- X_1 = Variabel sosialisasi perpajakan
- X_2 = Variabel kesadaran pajak
- X_3 = Variabel sanksi pajak
- e = Standard error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh antara variabel terikat terhadap variabel dependen dapat diketahui berdasarkan hasil analisis pada tabel berikut.

Tabel 1. Temuan Pengujian Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	7,194	1,401		5,135	0,000
X_1	0,236	0,093	0,232	2,543	0,013
X_2	0,299	0,135	0,264	2,211	0,029
X_3	0,327	0,121	0,344	2,703	0,008

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan nilai tingkat signifikansi variabel sosialisasi perpajakan memiliki nilai 0,013 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_1 diterima. Dengan ini membuktikan variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Peningkatan sosialisasi perpajakan akan memberikan informasi yang lebih banyak mengenai perpajakan, sehingga terjadi peningkatan kepatuhan. Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep dari *Theory of Planned Behavior* (TPB) khususnya pada *Normative beliefs* yang menjadi bagian penentu niat seseorang untuk berperilaku. Temuan riset ini sepadan dengan yang dilakukan oleh Angelia & Fajriana (2018) dan Suardana & Gayatri (2020).

Kesadaran wajib pajak memiliki nilai 0,029 sehingga H_2 diterima. Ini dimaknai adanya pengaruh positif antara kesadaran wajib pajak dengan variabel dependen. Tingginya tingkat kesadaran pajak akan diiringi pula dengan tingginya kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan teori atribusi, kesadaran wajib pajak disebabkan oleh dorongan dari dalam diri. Temuan riset ini selaras dengan penelitian dari Perdana & Dwirandra (2020), Hartana & Merkusiwati (2018),

Nurkhin (2018) Tulenan dkkk (2017), Bernard *et al* (2018) dan Lisa & Hermanto (2018).

H₃ diterima, dilihat berdasarkan nilai signifikansi 0,008. Ini menandakan variabel sanksi pajak memiliki pengaruh signifikan positif dengan variabel dependen. Semakin tinggi sanksi pajak maka akan mempengaruhi peningkatan kepatuhan membayar pajak. Temuan riset sejalan dengan konsep dari *Theory of Planned Behaviour* (TPB), sanksi sebagai sarana mengontrol terjadinya perilaku yang menyimpang dimana sanksi perpajakan yang merupakan bagian faktor eksternal dari teori atribusi. Hasil penelitian selaras dengan yang dilakukan oleh Anto (2021), Handoko dkk. (2018), dan Dewi & Supadmi (2021)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data ketiga variabel dependen memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan WPOP UMKM di wilayah Denpasar Barat. Berdasarkan temuan yang diperoleh terdapat saran yang dapat diberikan dimana kegiatan sosialisasi perpajakan penting dilakukan sebagai upaya menambah wawasan serta informasi dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Bagi wajib pajak diharapkan untuk lebih meningkatkan kesadaran dan memahami fungsi serta manfaat pajak dengan langkah awal mengikuti kegiatan sosialisasi perpajakan

REFERENSI

- Angelia, D. C., & Fajriana, I. (2018). *Pengaruh Sosialisasi dan Tingkat Pemahaman Terhadap Kepatuhan Setelah Penerapan Peraturan Pemerintah No 23 Tahun 2018 Pada Pelaku UMKM di Kota Palembang*. 23, 1-15.
- Anto, L. O. (2021). Taxpayer Awareness, Tax Knowledge, Tax Sanctions, Public Service Account Ability And Taxpayer Compliance. *Accounting*, 7(1), 49-58.
- Ariyanto, D., Andayani, G. W., & Putri, I. G. A. P. (2020). Influence of Justice, Culture and Love of Money Towards Ethical Perception on Tax Evasion with Gender as Moderating Variable. *Journal of Money Laundering Control*, 23(1), 245-266.
- Artiryani, D. (2019). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sosialisasi Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan UMKM. *Universitas Sumatra Utara*.
- Bernard, O. M., Memba, F. S., & Oluoch, O. (2018). Influence of cost of tax compliance on tax compliance among investors in the export processing zones in Kenya. *International Journal of Scientific Research and Management*, 6(10), 89-96.
- Dewi, N. G., & Supadmi, N. L. (2021). Tax Socialization Moderate The Effect of Tax Knowledge and Tax Sanctions on The Compliance of Motor Vehicle Taxpayers. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 34-42.
- Handoko, Y., Toni, N., & Simorangkir, E. N. (2018). The Influence Of Tax Understanding, Tax Awareness and Tax Amnesty Toward Taxpayer Compliance. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 240-255.
- Hapsari, A., & Kholis, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Karanganyar. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*,

- 4(1), 56-67.
- Hartana, I. M. G., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2018). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 25(2), 1506-1533.
- Kartikasari, N. L. G. ., & Yadnyana, I. K. (2021). Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak Kesadaran Wajib Pajak dan Kepatuhan WPOP Sektor UMKM. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 31(4), 925-936.
- Lestari, I. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Wilayah Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta. *Universitas Muhammadiyah*.
- Lisa, O., & Hermanto, B. (2018). The effect of tax amnesty and taxpayer awareness to taxpayer compliance with financial condition as intervening variable. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 5(2), 227-236.
- Machmudah, N., & Putra, U. Y. (2020). Pengaruh Tarif Pajak, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM. *Thesis. Universitas Ahmad Dahlan*.
- Maghriby, B., & Ramdani, D. (2020). Pengaruh Dari Kesadaran Diri Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakannya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Entitas Usaha Kecil (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perbankan*, 14(1), 288-300.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan, Edisi Revisi*.
- Maxuel, A., & Primastiwi. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-Commerce. *JRMB*, 16(1), 21-29.
- Megantara, K., Purnamawati, G. A., & Sinarwati, N. K. (2017). Pengaruh Penghasilan Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan Kemauan Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usahawan Atas Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singaraja). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 7(1).
- Nurkhin, A. (2018). The Influence Of Tax Understanding, Tax Awareness and Tax Amnesty Toward Taxpayer Compliance. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 240-255.
- Oktaviani, R., Kurnia, H., Sunarto, S., & Udin, U. (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.
- Perdana, E. S., & Dwirandra, A. A. N. B. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 30(6), 1458-1469.
- Rahayu, S. K. (2017). *Perpajakan: Konsep dan Aspek Formal*. Rekayasa Sains.
- Siahaan, S., & Halimatusyadiah, H. (2018). Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi*, 8(1), 1-14.
- Suardana, K. P., & Gayatri. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan

- Perpajakan dan Perhitungan Tarif Pajak pada Kepatuhan Pajak Mahasiswa Pelaku UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(9), 2311-2322.
- Tulenan, R. A., Sondakh, J. J., & Pinatik, S. (2017). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di KPP Pratama Bitung. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 12(2), 296-303.
- Ulfa, F., & Mildawati, T. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(4), 1-23.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Nominal*, 7(1), 33-54.