

Pengaruh Insentif Pajak pada Hubungan antara Digitalisasi, Sosialisasi, Kompleksitas dan Kepatuhan Wajib Pajak

Ni Made Resita Purnama Dewi¹

Made Gede Wirakusuma²

Eka Ardhani Sisdyani³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences: resitapurnama28@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh digitalisasi layanan pajak, sosialisasi perpajakan dan kompleksitas pajak pada kepatuhan wajib pajak dengan insentif pajak sebagai variabel pemoderasi. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 384 responden dengan menggunakan teknik penentuan sampel proportional stratified sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode survei kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS). Berdasarkan hasil penelitian, digitalisasi layanan pajak, kompleksitas pajak dan insentif pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku Usaha Mikro, Kecil & Menengah (UMKM), namun sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM. Insentif pajak memperlemah pengaruh dari digitalisasi layanan pajak pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM. Insentif pajak memperkuat pengaruh dari sosialisasi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM. Insentif pajak belum dapat berperan sebagai variabel memoderasi pengaruh dari kompleksitas pajak pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM.

Kata Kunci: Digitalisasi Layanan Pajak; Sosialisasi Perpajakan; Kompleksitas Pajak; Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku UMKM; Insentif Pajak

The Effect of Tax Incentives on the Relationship between Digitalization, Socialization, Complexity and Taxpayer Compliance

ABSTRACT

The research objective is to determine the effect of digitizing tax services, tax socialization and tax complexity on taxpayer compliance with tax incentives as a moderating variable. The number of samples obtained was 384 respondents using the proportional stratified sampling technique. Data collection was carried out using a questionnaire survey method. The data analysis technique used is Partial Least Square (PLS). Based on the research results, digitization of tax services, tax complexity and tax incentives have a positive effect on individual taxpayer compliance for Micro, Small & Medium Enterprises (MSMEs), but tax socialization has no significant effect on individual taxpayer compliance for MSME actors. Tax incentives weaken the effect of digitizing tax services on individual taxpayer compliance of MSME actors. Tax incentives strengthen the effect of tax socialization on individual taxpayer compliance of MSME actors. Tax incentives have not been able to play a role as a variable moderating the effect of tax complexity on individual taxpayer compliance of MSME actors.

Keywords: Digitalization Of Tax Services; Tax Socialization; Tax Complexity; Individual Taxpayer Compliance Of MSME, Tax Incentives

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



e-ISSN 2302-8556

Vol. 33 No. 5
Denpasar, 26 Mei 2023
Hal. 1406-1418

DOI:
10.24843/EJA.2023.v33.i05.p19

PENGUTIPAN:
Dewi, N. M. R. P.,
Wirakusuma, M. G., &
Sisdyani, E. A. (2023).
Pengaruh Insentif Pajak pada
Hubungan antara
Digitalisasi, Sosialisasi,
Kompleksitas dan Kepatuhan
Wajib Pajak. *E-Jurnal
Akuntansi*, 33(5), 1406-1418

RIWAYAT ARTIKEL:
Artikel Masuk:
26 Juli 2022
Artikel Diterima:
3 November 2022

PENDAHULUAN

Pada saat ini seluruh negara dibelahan dunia manapun tengah dilanda wabah Corona Virus Disease 19 (COVID-19). Wabah yang telah melanda seluruh belahan negara ini disebut dengan pandemi. Pandemi ini dinyatakan belum diketahui kapan akan berakhir. Menurut data yang berasal dari Kementerian Keuangan, pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2020 lebih lambat jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan tingkat pertumbuhan ekonomi tersebut sangat terasa pada triwulan II dan III. Selain itu, *social distancing* sebagai sebuah upaya untuk memutus rantai menyebarnya COVID-19 telah membuat penurunan pada aktivitas ekonomi dan produktivitas pelaku usaha yang menimbulkan penurunan pada penerimaan pajak. Pajak adalah sumber penerimaan suatu negara yang dapat menentukan tingkat kepatuhan wajib pajak (Oktaviani *et al.*, 2020). Kepatuhan wajib pajak merupakan suatu perilaku ketaatan, kesadaran, terhadap fungsi pajak secara formal dengan ketentuan dalam Undang-undang perpajakan (Alshira'h *et al.*, 2021). Wajib pajak yaitu orang pribadi atau badan yang membayar dan melaporkan pajak yang wajib memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dalam menjalankan hak dan kewajiban perpajakan menurut ketentuan peraturan perundang-undangan (Nugroho & Kurnia, 2020). Berikut ini merupakan data rasio kepatuhan penyampaian SPT Tahunan PPh di Indonesia dari tahun 2016-2020.

Tabel 1. Rasio Kepatuhan Penyampaian SPT Tahunan PPh Tahun 2016-2020

Uraian	Tahun				
	2020	2019	2018	2017	2016
Wajib Pajak Terdaftar (Aktif secara Administrasi Perpajakan)					
a. Badan	1.482.500	1.472.217	1.451.512	1.188.488	1.215.417
Orang Pribadi					
b. Karyawan	14.172.999	13.819.918	13.748.881	13.446.068	16.817.086
Orang Pribadi Non					
c. Karyawan	3.351.295	3.042.548	2.452.653	1.964.331	2.133.215
	19.006.794	18.334.683	17.653.046	16.598.887	20.165.718
SPT Tahunan PPh					
a. Badan	991.877	963.814	854.354	774.188	706.798
Orang Pribadi					
b. Karyawan	12.105.833	11.120.426	10.875.321	10.065.056	10.607.940
Orang Pribadi Non					
c. Karyawan	1.757.545	2.310.262	1.821.769	1.208.723	935.055
	14.855.255	14.394.502	13.551.444	12.047.967	12.249.793
Rasio Kepatuhan					
a. Badan	66,91%	65,47%	58,86%	65,14%	58,15%
Orang Pribadi					
b. Karyawan	85,41%	80,47%	79,10%	74,86%	63,08%
Orang Pribadi Non					
c. Karyawan	52,44%	75,93%	74,28%	61,53%	43,83%
	78,16%	78,51%	76,77%	72,58%	60,75%

Sumber: Laporan Tahunan DJP (www.pajak.go.id), 2020

Tabel 1 menunjukkan bahwa terjadi penurunan rasio kepatuhan penyampaian SPT Tahunan PPh wajib pajak orang pribadi non karyawan di Indonesia pada tahun 2019 hingga 2020. Pada tahun 2019 wajib pajak non karyawan yang menyampaikan SPT Tahunan sebanyak 2.310.262 wajib pajak atau

sebesar 75,93 persen. Kemudian pada tahun 2020 tingkat kepatuhan wajib pajak non karyawan mengalami penurunan menjadi sebanyak 1.757.545 atau sebesar 52,44% (Kementerian Keuangan Republik Indonesia., n.d.).

Pariwisata Bali terkenal di seluruh mancanegara. Namun ketika pandemi pada tahun 2020 mengakibatkan kunjungan wisatawan di pulau Bali merosot sangat dalam hingga 95 persen. Imbas pandemi ini tidak hanya berdampak terhadap pariwisata Bali, namun juga berdampak terhadap pelaku usaha khususnya pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Bali. Ketika masa pandemi tahun 2020, demi mencegah penyebaran COVID 19 ini pemerintah menerapkan PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala besar. Hampir semua perusahaan atau pelaku usaha menutup usahanya. Penutupan usaha ini berdampak kepada pendapatan pelaku usaha dan menyebabkan penerimaan pajak dan kepatuhan wajib pajak menjadi menurun pada tahun pajak 2020 dan 2021. Pada tahun pajak 2020 menunjukkan tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi sebanyak 343.758 wajib pajak atau sebesar 33,15 persen. Kemudian pada tahun pajak 2021 tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi mengalami penurunan menjadi sebanyak 258.305 wajib pajak atau sebesar 22,85 persen.

Kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya menjadi persoalan yang sangat penting di Indonesia. Karena wajib pajak yang tidak patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya akan berdampak negatif terhadap negara yaitu berkurangnya penerimaan kas Negara (Amah *et al.*, 2021). Penerimaan dari sektor pajak yang berpotensi untuk negara Indonesia berasal dari UMKM. Tingkat penjualan UMKM yang mengalami penurunan, dapat menyebabkan UMKM menurunkan tingkat biaya yang menjadi beban perusahaan yaitu beban pajak (Dewi & Susanto, 2021).

DJP Online adalah layanan pajak online yang disediakan oleh DJP melalui laman dan/atau aplikasi untuk perangkat bergerak (*mobile device*) (Inasius, 2019). Dengan memberikan akses administrasi digitalisasi pajak, wajib pajak diberikan keringanan, kemampuan biaya, dan waktu nyata dalam melakukan pendaftaran, pembayaran, dan pemberitahuan pajak. Kelonggaran dalam mengakses administrasi digitalisasi perpajakan diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak dalam menjalankan pemenuhan peran perpajakannya. Dengan meningkatnya kepatuhan wajib pajak diharapkan dapat memaksimalkan penerimaan pajak (Ramadhani, S., Y Sitorus, 2021). Dalam Laporan Kinerja 2020 Direktorat Jenderal Pajak (DJP), dinyatakan bahwa pengelolaan layanan TIK yang andal salah satunya melalui penyediaan dan pemenuhan serta penyelesaian gangguan layanan TIK kepada pengguna sesuai dengan ketentuan yang disepakati. Namun masih ada permasalahan terkait digitalisasi layanan pajak, dimana selama tahun 2020 tingkat *downtime* sistem TIK sebesar 0,0087% dimana terjadi kenaikan persentase tingkat *downtime* sebesar 0,0056% dibandingkan tahun 2019 yang hanya sebesar 0,0031%. Kenaikan tersebut menunjukkan adanya penurunan kualitas sistem manajemen informasi pada tahun 2020 (Laporan Kinerja 2020). Menurut (Ramadhani, S., Y Sitorus, 2021) semakin baik digitalisasi layanan pajak yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam menunaikan kewajiban perpajakannya.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) selalu berusaha memberikan pelayanan prima agar salah satunya dengan memberikan sosialisasi perpajakan (Cahyani & Noviyari, 2019). Jika wajib pajak diberikan pemahaman yang baik dan benar melalui sosialisasi, maka wajib pajak akan memiliki pengetahuan tentang pentingnya membayar pajak, sehingga kepatuhan wajib pajak akan meningkat (Listiyowati *et al.*, 2021). Penelitian (Nugroho & Kurnia, 2020) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Susanto, 2021) dan (Listiyowati *et al.*, 2021) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kurangnya sosialisasi perpajakan menyebabkan terjadi kompleksitas pajak (*tax complexity*) dikalangan wajib pajak (James Alm, Kirchler, 2020). Ketika sistem perpajakan menjadi lebih kompleks, maka biaya kepatuhan juga menjadi tinggi. Sistem perpajakan yang kompleks mengharuskan wajib pajak untuk mendapatkan sosialisasi perpajakan (Musimenta, 2020). Kompleksitas perpajakan merupakan kerumitan sistem perpajakan sehingga menyebabkan wajib pajak mengalami kesulitan dalam membaca, memahami dan mematuhi peraturan perpajakan di suatu negara. Dalam hal ini teori atribusi mengarah pada motif wajib pajak dalam mempresepsikan atau menilai bentuk peraturan perpajakan (Nguyen *et al.*, 2020). Dalam penelitian ini kompleksitas pajak dianggap sebagai pengaruh eksternal yang mendasari perilaku kepatuhan wajib pajak karena kompleksitas pajak berkaitan dengan fenomena penambahan komponen peraturan pajak dan frekuensi perubahan (pembaharuan) peraturan (KHUSNUL & PRASTIWI, 2019). Perbedaan kemampuan dalam memproses suatu informasi menyebabkan tiap-tiap wajib pajak memiliki tingkat pengetahuan pajak yang berbeda, hal ini mempengaruhi perbedaan pola pikir serta perilaku wajib pajak dengan kata lain tidak seluruhnya wajib pajak menggunakan pengetahuannya untuk meningkatkan kepatuhan melainkan ada yang justru menggunakan pengetahuannya untuk memunculkan niat dalam mencari celah dari peraturan perpajakan demi meningkatkan keuntungan (Taing & Chang, 2021). Kondisi tersebut mendasari tindakan DJP dan kementerian keuangan untuk melakukan peninjauan, penambahan komponen peraturan dan pembaruan peraturan perpajakan secara berkelanjutan yang disebut dengan kompleksitas pajak. Namun kompleksitas pajak yang dilakukan otoritas pajak tersebut justru menyebabkan munculnya persepsi masyarakat yang menyebutkan bahwa peraturan pajak menjadi semakin rumit (Taing & Chang, 2021).

Menurut survei yang telah dilakukan oleh Asian Pasific Tax Complexity Survey pada tahun 2021 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki tingkat kompleksitas pajak paling tinggi dibanding Negara lainnya di Asia Tenggara. Ketika seorang wajib pajak dihadapkan dalam situasi tingginya frekuensi perubahan peraturan pajak, kesulitan untuk memahami peraturan, terlebih munculnya persepsi bahwa peraturan yang lebih berpihak ke fiskus daripada wajib pajak, maka perilaku kepatuhan wajib pajak juga akan ikut terpengaruh walaupun wajib pajak tersebut sebenarnya telah memiliki pengetahuan perpajakan yang cukup (Newman & Nokhu, 2018). Pernyataan tersebut cukup relevan jika dikaitkan dengan teori atribusi yang berpendapat bahwa perilaku seorang individu dipengaruhi oleh faktor internal atau eksternal. Penelitian (Taing

& Chang, 2021) menunjukkan bahwa kompleksitas pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Khusnul & Prastiwi, 2019) yang menunjukkan bahwa kompleksitas pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian terdahulu terkait dengan faktor-faktor kepatuhan wajib pajak menunjukkan kesimpulan yang tidak padu (inkonsisten), sehingga diduga ada faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Insentif pajak menjadi penting untuk dipertimbangkan sebagai variabel moderasi. Pemberian insentif perpajakan diharapkan dapat memberikan angin segar bagi wajib pajak untuk dapat bertahan melalui masa krisis yang terjadi selama pandemi. Selain itu, wajib pajak juga diharapkan tetap patuh terhadap kewajiban perpajakannya, tidak berusaha menunggak atau menghindari pajak.

Sistem pelayanan pajak online yang juga dikenal dengan *digital tax management* adalah sistem yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada wajib pajak, dengan harapan dapat meningkatkan kedisiplinan wajib pajak. Pengelolaan pajak digital yang sudah berjalan meliputi *e-registration, e-billing, e-filing, e-form, dan e invoice* (Ramadhani & Sitorus, 2021). Layanan pajak berbasis online memberikan masyarakat atau wajib pajak kemudahan untuk melakukan pelaporan dan pembayaran pajak selama masa pandemi COVID-19. Hal ini tentunya meningkatkan kepatuhan pajak masyarakat karena layanan yang mudah diakses yang diberikan pemerintah. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah.

H₁: Digitalisasi layanan pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM.

Sosialisasi perpajakan merupakan usaha dalam memberikan pengertian, informasi dan pembinaan kepada masyarakat umum dan wajib khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan (Nugroho & Kurnia, 2020). Berdasarkan teori atribusi, dinyatakan bahwa sosialisasi perpajakan adalah penyebab eksternal karena dilaksanakan oleh petugas pajak yang dapat mempengaruhi persepsi wajib pajak dalam melaksanakan tindakan untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah.

H₂: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM.

Sebuah sistem pajak yang kompleks dapat membatasi kemungkinan wajib pajak untuk mematuhi kewajiban pajak dengan menghasilkan biaya kepatuhan yang lebih tinggi dan hambatan bagi wajib pajak, yang menurunkan preferensi kepatuhan. (Taing & Chang, 2021) meninjau literatur kompleksitas pajak dan mengkategorikan kompleksitas sistem pajak ke dalam jenis "komputasi, formulir pajak, biaya kepatuhan, aturan dan prosedural". Kompleksitas pajak sebagai kesulitan, waktu dan biaya dalam menginterpretasi dan memenuhi regulasi pajak. Kompleksitas pajak dapat memberikan gambaran mengenai kesulitan dalam membaca, memahami dan mematuhi peraturan pajak (Kiconco *et al.*, 2019). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah.

H₃: Kompleksitas pajak berpengaruh negatif pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM.

Insentif perpajakan merupakan kebijakan di bidang perpajakan untuk mendukung Pemulihan Ekonomi Nasional. Kebijakan ini bertujuan untuk membantu menggerakkan pertumbuhan ekonomi negara yang sedang lesu akibat pandemi COVID-19. Kebijakan fiskal memiliki sifat sebagai *automatic stabilizer* perekonomian. Artinya, dalam kondisi perekonomian sedang mengalami ekspansi, maka pengeluaran pemerintah seharusnya berkurang atau penerimaan pajak yang bertambah (Nik Amah *et al.*, 2021). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

H₄: Insentif pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM.

Teori kepatuhan (*compliance theory*) merupakan teori yang menjelaskan suatu kondisi dimana seseorang taat terhadap perintah atau aturan yang diberikan. Salah satu cara yang dilakukan pemerintah DJP dengan melakukan reformasi modernisasi sistem administrasi perpajakan berupa perbaikan pelayanan bagi Wajib Pajak melalui pelayanan yang berbasis *e-system* seperti *e-registration*, *e-filing*, *e-SPT*, dan *e-billing*. Hal tersebut dilakukan agar Wajib Pajak dapat melakukan pendaftaran diri, melaksanakan penyeteroran SPT, menghitung dan membayar perpajakan dengan mudah dan cepat secara online. Hal ini sesuai dengan teori kepatuhan (*Compliance Theory*). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

H₅: Insentif pajak memperkuat pengaruh dari digitalisasi layanan pajak pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM.

Sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak melalui berbagai metode guna memberikan informasi terkait peraturan dan kegiatan yang berhubungan dengan perpajakan agar bisa dilakukan oleh masyarakat pada umumnya khususnya wajib pajak, baik orang pribadi maupun badan usaha. Berdasarkan teori atribusi, dinyatakan bahwa sosialisasi perpajakan adalah penyebab eksternal karena dilaksanakan oleh petugas pajak yang dapat mempengaruhi persepsi wajib pajak dalam melaksanakan tindakan untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Semakin sering petugas pajak mensosialisasikan tentang pentingnya kepatuhan untuk membayar pajak maka wajib pajak akan mengetahui dan memahami hak dan kewajiban terkait perpajakannya (Dewi & Susanto, 2021). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

H₆: Insentif pajak memperkuat pengaruh dari sosialisasi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM.

Sebuah sistem pajak yang kompleks dapat membatasi kemungkinan wajib pajak untuk mematuhi kewajiban pajak. Kompleksitas pajak sebagai kesulitan, waktu dan biaya dalam menginterpretasi dan memenuhi regulasi pajak. Kompleksitas pajak dapat memberikan gambaran mengenai kesulitan dalam membaca, memahami dan mematuhi peraturan pajak. Teori atribusi cukup relevan untuk menjelaskan perilaku kepatuhan wajib pajak. Dalam hal ini teori atribusi mengarah pada motif wajib pajak dalam mempresepsikan atau menilai bentuk peraturan perpajakan. Kompleksitas pajak berdampak pada kesulitan wajib pajak dalam menjalankan masalah perpajakannya walau mereka telah memiliki pengetahuan pajak yang cukup sebelumnya dan keadaan ini dapat

mempengaruhi perilaku kepatuhan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

H₇: Insentif Pajak memperl lemah pengaruh dari kompleksitas pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di pada wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama di Provinsi Bali. Populasi penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM, penerima insentif pajak PPh Final UMKM atas kegiatan usaha atau pekerjaan bebas yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama di Provinsi Bali yang berjumlah 9.516 wajib pajak orang pribadi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *proportional stratified sampling*, yaitu teknik penentuan sampel pada populasi yang heterogen dan berstrata dengan mengambil sampel dari tiap-tiap sub populasi yang jumlahnya disesuaikan dengan jumlah anggota dari masing-masing sub populasi (Sugiyono, 2017:82). Perhitungan jumlah sample dengan rumus Slovin adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots\dots\dots (1)$$

$$n = \frac{9.516}{1+9.516(0,05)^2}$$

$$n = \frac{9.516}{24,79}$$

n = 383,86

n = 384 (dibulatkan)

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian sebanyak 384 orang dari seluruh total wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM di seluruh kantor pelayanan pajak pratama Provinsi Bali. Daftar sampel disajikan pada Tabel 4 dan ditentukan proporsional berdasarkan jumlah populasi.

Tabel 2. Daftar Sampel Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku UMKM Penerima Insentif Pajak PPh Final UMKM di KPP Pratama Provinsi Bali Tahun 2020-2021

No	KPP Pratama	WP OP Pelaku UMKM Penerima Insentif Pajak PPh Final UMKM
1	Denpasar Barat	87
2	Denpasar Timur	77
3	Badung Selatan	59
4	Badung Utara	60
5	Gianyar	50
6	Singaraja	21
7	Tabanan	29
	Jumlah	384

Sumber: Data Penelitian, 2022

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Partial Least Square* (PLS). Analisis PLS digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel mediasi. PLS

merupakan metode analisis yang sering disebut juga sebagai *soft modelling*, karena meniadakan asumsi-asumsi regresi OLS (*Ordinal Least Square*) yang tidak mengharuskan data terdistribusi normal secara multivariate dan tidak adanya masalah multikolonieritas antar variabel bebas. PLS juga disebut dapat menguji teori maupun data yang lemah seperti jumlah sampel yang kecil atau terdapat masalah dalam normalitas data (Wold dalam Ghozali, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pre-test adalah tes atau uji untuk meyakinkan bahwa item-item pernyataan awal dapat dimengerti oleh calon partisipan atau responden survei. Seluruh pernyataan dan indikator dinyatakan valid dari hasil *pre-test* karena memiliki skor validitas diatas 0,3 dan reliabilitas diatas 0,7 sehingga tidak ada pernyataan dan indikator yang dihapus. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2018). Hasil analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini menunjukkan rata-rata skor jawaban dari variabel digitalisasi layanan pajak (X_1), sosialisasi perpajakan (X_2), kompleksitas pajak (X_3), kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM (Y) dan insentif pajak (Z) memiliki nilai rata-rata yang cenderung tinggi dan mendekati nilai maksimum. Kemudian didukung distribusi data yang baik pada standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-ratanya.

Pengujian *outer model* merupakan suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap verifikasi dalam model pengukuran. Pengujian *outer model* yang terdiri atas dua bagian yaitu uji validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian *convergent validity* menunjukkan bahwa seluruh *outer loading* indikator variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi persyaratan *convergent validity*. Hasil pengujian menunjukkan nilai *Fornell-Larcker* untuk setiap konstruk pada korelasi antar variabel laten memiliki nilai $>0,50$, berarti seluruh variabel telah memenuhi kelayakan model evaluasi *Fornell-Larcker*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dalam penelitian ini memiliki hasil yang bagus dalam setiap nilai indikator yaitu berada di atas 0,5. Dengan demikian nilai *Average Variance Extracted* (AVE) memenuhi kriteria. Hasil semua uji validitas di dalam *outer model* dengan menilai *convergent validity*, *discriminant validity*, dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) memperlihatkan bahwa semua indikator telah valid. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen menunjukkan bahwa *composite reliability* dan *cronbachs alpha* variabel digitalisasi layanan pajak, sosialisasi perpajakan, kompleksitas pajak, insentif pajak dan kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM semuanya diatas 0,70. Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel memiliki reliabilitas yang baik.

Pengujian model struktural bertujuan untuk memenuhi kontribusi dari variabel-variabel independen (X) terhadap variabel-variabel dependen (Y). Berikut ini kriteria pengujian model struktural yang harus dipenuhi dalam penelitian ini yaitu nilai dari *Goodness of Fit* (GoF) dan koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil perhitungan *Goodness of Fit* (GoF) di atas diperoleh nilai GoF sebesar 0,79215, sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang dapat digunakan

dalam penelitian ini mempunyai kecocokan model penelitian yang tergolong besar (Hair *et al.*, 2017) menunjukkan bahwa model pengaruh digitalisasi layanan pajak (X1), sosialisasi perpajakan (X2), kompleksitas pajak (X3), insentif pajak (Z), interaksi interaksi X1.Z, interaksi X2.Z, interaksi X3.Z terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) memberikan nilai *R-square* sebesar 0,769 yang dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas variabel kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel digitalisasi layanan pajak (X1), sosialisasi perpajakan (X2), kompleksitas pajak (X3), insentif pajak (Z), interaksi interaksi X1.Z, interaksi X2.Z, interaksi X3.Z sebesar 76,9 persen, sedangkan 23,1 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti. Nilai Q2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Hasil perhitungan tersebut didapat nilai Q2 adalah sebesar 0,769, sehingga dapat disimpulkan bahwa model memiliki *predictive relevance* yang baik.

Pengujian hipotesis menggunakan *path analysis* (analisis jalur) dengan menggunakan *Smart PLS*. *Path analysis* menunjukkan efek langsung maupun tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan variabel moderasi. Pengujian pengaruh langsung antar variabel juga dapat dilihat dari hasil uji validasi koefisien path pada setiap jalur untuk pengaruh langsung dalam Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
X1 (Digitalisasi Layanan Pajak) -> Y (Kepatuhan Wajib Pajak)	0,659	7,743	0,000	Signifikan
X2 (Sosialisasi Perpajakan) -> Y (Kepatuhan Wajib Pajak)	0,135	1,515	0,130	Tidak Signifikan
X3 (kompleksitas pajak) -> Y (Kepatuhan Wajib Pajak)	0,229	2,035	0,042	Signifikan
Z (Insentif Pajak) -> Y (Kepatuhan Wajib Pajak)	0,207	3,294	0,001	Signifikan
Interaksi_X1.Z -> Y (Kepatuhan Wajib Pajak)	-0,282	2,500	0,012	Signifikan
Interaksi_X2.Z -> Y (Kepatuhan Wajib Pajak)	0,240	2,060	0,039	Signifikan
Interaksi_X3.Z -> Y (Kepatuhan Wajib Pajak)	-0,160	1,317	0,188	Tidak Signifikan

Sumber: Data Penelitian, 2022

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *T-Statistics* dan nilai *P-Values*. Hipotesis penelitian dinyatakan dapat diterima apabila nilai-nilai t-statistik lebih besar dari 1,65 dan nilai *P-Values* < 0,05. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada Tabel 3 maka dapat ditentukan hasil pengujian hipotesis yang dipaparkan pada uraian berikut:

Pengujian hipotesis pada pengaruh digitalisasi layanan pajak (X₁) pada kepatuhan wajib pajak menghasilkan nilai koefisien korelasi (*Original Sample*) sebesar 0,659. Nilai *t Statistics* didapat sebesar 7,743 (> t-kritis 1,65) dengan *p value*

0,000 < 0,050, maka pengaruh digitalisasi layanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak adalah positif signifikan. Dengan demikian, maka hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan bahwa digitalisasi layanan pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik digitalisasi layanan pajak, maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat.

Pengujian hipotesis pada pengaruh sosialisasi perpajakan (X_2) pada kepatuhan wajib pajak menghasilkan nilai koefisien korelasi (*Original Sample*) sebesar 0,135. Nilai *t Statistics* didapat sebesar 1,515 (> t-kritis 1,65) dengan *p value* 0,130 > 0,050, maka pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak adalah tidak signifikan. Dengan demikian, maka hipotesis 2 (H_2) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak tidak diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas sosialisasi perpajakan yang diberikan oleh petugas pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori atribusi yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan adalah penyebab eksternal karena dilaksanakan oleh petugas pajak yang dapat mempengaruhi persepsi wajib pajak dalam melaksanakan tindakan untuk melakukan kewajiban perpajakannya (Listiyowati *et al.*, 2021).

Pengujian hipotesis pada pengaruh kompleksitas pajak (X_3) pada kepatuhan wajib pajak menghasilkan nilai koefisien korelasi (*Original Sample*) sebesar 0,229. Nilai *t Statistics* didapat sebesar 2,035 (> t-kritis 1,65) dengan *p value* 0,042 < 0,050, maka pengaruh kompleksitas pajak pada kepatuhan wajib pajak adalah positif signifikan. Dengan demikian, maka hipotesis 3 (H_3) yang menyatakan bahwa kompleksitas pajak berpengaruh negatif pada kepatuhan wajib pajak tidak diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kerumitan peraturan perundang-undangan perpajakan, maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori atribusi yang menyatakan bahwa teori atribusi mengarah pada motif wajib pajak dalam mempresepsikan atau menilai bentuk peraturan perpajakan. Pengaruh eksternal seperti digitalisasi layanan pajak dan pengaruh internal seperti pengetahuan wajib pajak, memiliki pengaruh yang lebih kuat dalam membentuk sikap kepatuhan sehingga munculnya kompleksitas pajak tidak terlalu dihiraukan karena wajib pajak merasa memiliki kemampuan yang baik sehingga mampu memenuhi kewajiban pajak mereka ditengah kompleksnya peraturan pajak di Indonesia (Khusnul *et al.*, 2019).

Pengujian hipotesis pada pengaruh insentif pajak (Z) pada kepatuhan wajib pajak menghasilkan nilai koefisien korelasi (*Original Sample*) sebesar 0,207. Nilai *t Statistics* didapat sebesar 3,294 (> t-kritis 1,65) dengan *p value* 0,001 < 0,050, maka pengaruh insentif pajak pada kepatuhan wajib pajak adalah positif signifikan. Dengan demikian, maka hipotesis 4 (H_4) yang menyatakan bahwa insentif pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tarif insentif pajak di masa pandemi COVID-19 yang diberikan oleh pemerintah, maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat.

Pengujian hipotesis pada pengaruh interaksi digitalisasi layanan pajak dengan insentif pajak ($X_1.Z$) pada kepatuhan wajib pajak menghasilkan nilai koefisien korelasi (*Original Sample*) sebesar -0,282. Nilai *t Statistics* didapat sebesar

2,500 ($> t$ -kritis 1,65) dengan p value $0,012 < 0,050$, maka digitalisasi layanan pajak dengan insentif pajak ($X_1.Z$) pada kepatuhan wajib pajak negatif signifikan. Dengan demikian, maka hipotesis 5 (H_5) yang menyatakan bahwa insentif pajak memperkuat pengaruh dari digitalisasi layanan pajak pada kepatuhan wajib pajak tidak diterima. Moderasi yang terjadi merupakan tipe *quasi moderasi* (moderasi semu), dimana variabel moderasi dan variabel interaksi sama-sama memiliki pengaruh signifikan pada variabel dependen. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori kepatuhan (*compliance theory*). Insentif pajak merupakan peraturan baru di masa pandemi COVID-19 dan ditetapkan dalam Peraturan Menteri Keuangan. Wajib pajak yang melaporkan pajaknya secara online cenderung enggan melaporkan insentif pajak. Hal ini karena proses pelaporan insentif pajak secara online yang tergolong cukup rumit. Kecenderungan wajib pajak memanfaatkan digitalisasi layanan pajak untuk memenuhi kepatuhannya tanpa memperhatikan insentif pajak.

Pengujian hipotesis pada pengaruh interaksi sosialisasi perpajakan dengan insentif pajak ($X_1.Z$) pada kepatuhan wajib pajak menghasilkan nilai koefisien korelasi (*Original Sample*) sebesar 0,240. Nilai t Statistics didapat sebesar 2,060 ($> t$ -kritis 1,65) dengan p value $0,039 < 0,050$, maka sosialisasi perpajakan dengan insentif pajak ($X_2.Z$) pada kepatuhan wajib pajak positif signifikan. Dengan demikian, maka hipotesis 6 (H_6) yang menyatakan bahwa insentif pajak memperkuat pengaruh dari sosialisasi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak diterima. Moderasi yang terjadi merupakan tipe *predictor moderasi*, dimana variabel moderasi berpengaruh signifikan sedangkan variabel interaksi tidak signifikan pada variabel dependen. Hasil ini sejalan dengan teori atribusi yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan adalah penyebab eksternal karena dilaksanakan oleh petugas pajak yang dapat mempengaruhi persepsi wajib pajak dalam melaksanakan tindakan untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Semakin sering petugas pajak mensosialisasikan tentang pentingnya kepatuhan untuk membayar pajak maka wajib pajak akan mengetahui dan memahami hak dan kewajiban terkait perpajakannya.

Pengujian hipotesis pada pengaruh interaksi kompleksitas pajak dengan insentif pajak ($X_3.Z$) pada kepatuhan wajib pajak menghasilkan nilai koefisien korelasi (*Original Sample*) sebesar -0,160. Nilai t Statistics didapat sebesar 1,317 ($> t$ -kritis 1,65) dengan p value $0,188 > 0,050$, maka kompleksitas pajak dengan insentif pajak ($X_3.Z$) pada kepatuhan wajib pajak positif signifikan. Dengan demikian, maka hipotesis 7 (H_7) yang menyatakan bahwa insentif pajak memperlemah pengaruh dari kompleksitas pajak pada kepatuhan wajib pajak tidak diterima. Moderasi yang terjadi merupakan tipe *predictor moderasi*, dimana variabel moderasi berpengaruh signifikan sedangkan variabel interaksi tidak signifikan pada variabel dependen. Moderasi yang terjadi merupakan tipe *pure moderasi*, dimana variabel moderasi berpengaruh tidak signifikan sedangkan variabel interaksi berpengaruh signifikan pada variabel dependen. Hasil ini tidak sejalan dengan teori atribusi, dimana teori atribusi mengatakan bahwa ketika individu hendak menilai perilaku seseorang mereka akan mencoba menganalisis apakah perilaku tersebut timbul atas pengaruh internal atau eksternal. Hal tersebut terjadi karena wajib pajak harus kembali menggalih lebih banyak informasi terkait

peraturan insentif pajak yang berubah-ubah dan untuk menambah pengetahuan pajak mereka agar mereka dapat menyesuaikan diri terhadap fenomena kompleksitas pajak. Wajib pajak cenderung memilih memahami peraturan yang tidak berubah-ubah.

SIMPULAN

Digitalisasi layanan pajak, kompleksitas pajak dan insentif pajak memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM. Namun sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Insentif pajak memperlemah pengaruh digitalisasi layanan pajak pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM. Insentif pajak memperkuat pengaruh sosialisasi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM. Insentif pajak belum dapat berperan sebagai variabel yang memoderasi pengaruh kompleksitas pajak pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM. Meskipun insentif pajak tidak dapat memoderasi pengaruh kompleksitas pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, insentif pajak tetap diperlukan untuk pemulihan ekonomi di masa pandemi COVID-19 dan sebagai upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini memberikan masukan kepada peneliti selanjutnya, terutama meneliti terkait efektivitas pemberian insentif pajak, karena masih banyak responden atau wajib pajak yang tidak melaporkan insentif pajak. Penelitian ini juga memberikan masukan kepada Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mengenai pentingnya meningkatkan layanan berbasis online dan sosialisasi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Menyusun peraturan perpajakan dan mensosialisasikan peraturan tersebut, akan memberikan pemahaman yang lebih kepada wajib pajak, sehingga wajib pajak akan mematuhi kewajiban perpajakannya.

REFERENSI

- Alshira'h, A. F., Magablih, A. M., & Alsqour, M. (2021). The effect of tax rate on sales tax compliance among Jordanian public shareholding corporations. *Accounting*, 7(4), 883–892. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2021.1.020>
- Amah, N., Rustiarini, N. W., & Hatmawan, A. A. (2021). Tax compliance option during the pandemic: Moral, sanction, and tax relaxation (case study of Indonesian msme taxpayers). *Review of Applied Socio-Economic Research*, 22(2), 21–36. <https://doi.org/10.54609/reaser.v22i2.108>
- Cahyani, L. P. G., & Noviari, N. (2019). Pengaruh Tarif Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 1885. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p08>
- Dewi, A. P., & Susanto, B. (2021). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada KPP Pratama Temanggung). *The 4th Beneficium (Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology)*, 19, 376–390.
- Ghozali, I. H. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Edisi 9*.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) 2nd Edition*. Sage Publications.

- Inasius, F. (2019). Factors Influencing SME Tax Compliance: Evidence from Indonesia. *International Journal of Public Administration*, 42(5), 367-379. <https://doi.org/10.1080/01900692.2018.1464578>
- James Alm, Kay Blaufus, Martin Fochmann, Erich Kirchler, P. N. C. M. (2020). Tax policy measures to combat the SARS-CoV-2 pandemic and considerations to improve tax compliance: A Behavioral Perspective. *Journal of Econpapers*, 76(4), 396-428.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (n.d.). *Laporan Tahunan Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2020*.
- KHUSNUL, E., & PRASTIWI, D. (2019). Pengaruh Pengetahuan Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Tax Complexity Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 6(3), 1-21.
- Kiconco, R. I., Gwokyalya, W., Sserwanga, A., & Balunywa, W. (2019). Tax compliance behaviour of small business enterprises in Uganda. *Journal of Financial Crime*, 26(4), 1117-1132. <https://doi.org/10.1108/JFC-03-2018-0031>
- Listiyowati, L., Indarti, I., Setiawan, F. A., Wijayanti, F., & Setiawan, F. A. (2021). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 10(1), 41. <https://doi.org/10.30659/jai.10.1.41-59>
- Musimenta, D. (2020). Knowledge requirements, tax complexity, compliance costs and tax compliance in Uganda. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1812220>
- Newman, W., & Nokhu, M. (2018). Evaluating the impact of tax knowledge on tax compliance among small medium enterprises in a developing country. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(6), 1-14.
- Nguyen, T. T. D., Pham, T. M. L., Le, T. T., Truong, T. H. L., & Tran, M. D. (2020). Determinants influencing tax compliance: The case of Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(2), 65-73. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no2.65>
- Nugroho, V. Q., & Kurnia. (2020). Pengaruh sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9, 19.
- 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>
- Ramadhani, S., Y Sitorus, R. S. (2021). Tax Digitalization and Tax Service Quality's Effects on Taxpayer Obligation During the Pandemic Era. *Interdisciplinary Social Studies*, 1(4), 1-8. <https://iss.internationaljournalallabs.com/index.php/iss>
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Taing, H. B., & Chang, Y. (2021). Determinants of Tax Compliance Intention: Focus on the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Public Administration*, 44(1), 62-73. <https://doi.org/10.1080/01900692.2020.1728313>