



PENGARUH INSENTIF PAJAK, PEMAHAMAN PERPAJAKAN, SOSIALISASI PAJAK PADA KEPATUHAN WPOP UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19

Ni Ketut Wida Asri Mastari¹ I Ketut Jati²

Abstract

Keywords:

Incentives;
Understanding of Taxation;
Socialization;
MSMEs Compliance.

Weakening MSMEs economic conditions affect MSMEs taxpayer compliance during the Covid-19 pandemic. The increase in the number of MSMEs at KPP Pratama Gianyar which is not matched by the compliance of MSMEs Individual Taxpayers (WPOP) to carry out their obligations indicates that MSMEs WPOP compliance is still low. The population in this study is MSME WPOP registered at KPP Pratama Gianyar. The sampling technique used is purposive sampling method. The number of samples determined is 100 samples. Data collection is done by distributing questionnaires directly and indirectly (via Google form). The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that tax incentives, understanding of taxation, and tax socialization have a positive effect on MSMEs WPOP compliance during the Covid-19 pandemic. The results of the study support the attribution theory in explaining internal and external factors that can influence a person's behavior. Tax compliance is a taxpayer's behavior that is influenced by the understanding of taxation that comes from within the taxpayer (internally), as well as the existence of tax incentives and tax socialization are external factors that influence taxpayer behavior.

Kata Kunci:

Insentif;
Pemahaman Perpajakan;
Sosialisasi;
Kepatuhan UMKM.

Abstrak

Kondisi perekonomian UMKM yang melemah memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM di masa pandemi Covid-19. Peningkatan jumlah UMKM di KPP Pratama Gianyar yang tidak diimbangi dengan kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) UMKM untuk melaksanakan kewajibannya mengindikasikan bahwa kepatuhan WPOP UMKM masih rendah. Populasi dalam penelitian ini adalah WPOP UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Gianyar. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 100 sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung dan tidak langsung (melalui *Google form*). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan insentif pajak, pemahaman perpajakan, dan sosialisasi pajak berpengaruh positif pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19. Hasil penelitian mendukung teori atribusi dalam menjelaskan faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi perilaku seseorang. Kepatuhan pajak merupakan suatu perilaku wajib pajak yang dipengaruhi oleh pemahaman perpajakan yang berasal dari dalam diri wajib pajak (internal), serta adanya insentif pajak dan sosialisasi pajak merupakan faktor eksternal yang memengaruhi perilaku wajib pajak.

Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Bali,
Indonesia
Email:
widaasrimastari@gmail.com

PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber penerimaan negara terbesar yang berasal dari dalam negeri (Wiryadana & Merkusiwati, 2018). Upaya memaksimalkan penerimaan pajak tidak hanya memerlukan peranan dari DJP dan aparat pajak, tetapi juga peran wajib pajak yang terlibat (Suari & Rasmini, 2018). Berdasarkan laporan kinerja DJP diketahui bahwa target penerimaan pajak belum tercapai secara maksimal setiap tahunnya. Hal tersebut dikarenakan realisasi penerimaan pajak masih mengalami kontraksi. Pada tahun 2020 realisasi penerimaan pajak mencapai Rp1.019,56 triliun atau 85,65% dari target Rp1.198,8 triliun. Hal ini disebabkan karena adanya penurunan aktivitas perekonomian yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 (Kemenkeu, 2021). Pandemi Covid-19 memberikan tekanan pada pertumbuhan ekonomi yang pada akhirnya menyebabkan kontraksi pada penerimaan pajak sehingga memengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Salah satu sektor yang berperan penting dalam meningkatkan devisa atau pendapatan negara adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Fenomena penurunan penjualan menjadi dampak terbesar bagi UMKM pada periode awal pandemi (Sugiri, 2020). Situasi ini menjadikan sebagian UMKM gulung tikar karena tidak mampu menahan beban selama pandemi terjadi (IDX, 2021). Provinsi Bali merupakan salah satu provinsi dengan tingkat pertumbuhan UMKM yang cukup tinggi. Menurut informasi yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Bali (2021) tercatat sebanyak 412.265 unit usaha yang tersebar di seluruh kabupaten dan kota di Bali pada tahun 2020, dengan jumlah UMKM terbanyak terdapat di Kabupaten Gianyar, yaitu 75.542 unit. Meskipun memiliki UMKM terbanyak, namun penerimaan pajak di KPP Pratama Gianyar belum mencapai 100%. Pada tahun 2019 nilai realisasi penerimaan pajak Rp757,059,593,797 atau 93,83% dari target Rp806,823,050,000, sedangkan pada tahun 2020 nilai realisasi penerimaan pajak Rp544,533,725,931 atau 89,39% dari target Rp609,159,950,000. Hal ini menunjukkan adanya penurunan realisasi penerimaan pajak pada tahun 2020 yang salah satunya disebabkan masih rendahnya tingkat kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) UMKM terdaftar di KPP Pratama Gianyar.

Pada tahun 2018-2020 tingkat kepatuhan WPOP UMKM dalam melaporkan SPT mengalami penurunan yang cukup signifikan. Pada tahun 2018, tingkat kepatuhan WPOP UMKM dalam melaporkan SPT turun menjadi 68,16% kemudian pada tahun 2019 tingkat kepatuhan WPOP UMKM dalam melaporkan SPT kembali turun menjadi 46,81% hingga pada tahun 2020 tingkat kepatuhan WPOP UMKM dalam melaporkan SPT hanya sebesar 34,84%. Penurunan tingkat kepatuhan WPOP UMKM dalam melaporkan SPT selama tiga tahun terakhir mengindikasikan bahwa tingkat kepatuhan WPOP UMKM dalam melaporkan SPT rendah. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh teori atribusi mengenai perilaku kepatuhan wajib pajak. Teori ini menjelaskan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk mengamati perilaku individu lain, kemudian menyimpulkan apakah perilaku tersebut disebabkan oleh faktor yang timbul secara internal atau eksternal (Nisa, 2019). Selain itu, didukung pula oleh *theory of planned behavior* (TPB) bahwa faktor utama yang menyebabkan munculnya perilaku individu adalah niat untuk melakukan perilaku tersebut (Novianti & Dewi, 2018).

Dalam penelitian ini, faktor yang diduga memengaruhi kepatuhan wajib pajak yaitu insentif pajak, pemahaman perpajakan, dan sosialisasi pajak. Insentif pajak merupakan upaya pemerintah membantu wajib pajak untuk mengurangi beban pajak perusahaan sebagai penanganan dampak pandemi Covid-19. Didukung oleh studi empiris dari Daniel & Faustin (2019), Latief dkk. (2020), dan Walidain (2021) yang menyatakan bahwa insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Demikian pula pada penelitian Afif *et al.* (2022), Jawa dkk. (2021) yang menyatakan bahwa insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

H₁ : Insentif pajak berpengaruh positif pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19

Pengaruh Insentif Pajak, Pemahaman Perpajakan, Sosialisasi Pajak pada Kepatuhan WPOP UMKM di Masa Pandemi Covid-19,

Ni Ketut Wida Asri Mastari dan I Ketut Jati

Rendahnya pemahaman wajib pajak mengenai peraturan perpajakan menjadi salah satu pemicu rendahnya kepatuhan wajib pajak. Pemahaman aturan perpajakan penting untuk menumbuhkan perilaku patuh dan dapat menyampaikan SPT tepat waktu (Wicaksono & Lestari, 2017). Wajib pajak dengan pengetahuan yang baik, akan memiliki persepsi positif terhadap sistem perpajakan yang berakibat pada tingkat kepatuhan pajak yang lebih tinggi (Masari & Suartana, 2019). Pernyataan tersebut diperkuat oleh studi empiris dari Fitria & Supriyono (2019), Indrawan & Binemas (2018), dan Trihatmoko & Mubaraq (2020) menunjukkan bahwa pemahaman pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Selaras dengan penelitian Ma'ruf & Supatminingsih (2020) yang menyatakan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak

H₂ : Pemahaman perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19

Faktor lain yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak yaitu sosialisasi. Dalam hal ini menekankan peran interaksi antara petugas pajak dan wajib pajak berupa sosialisasi untuk peningkatan pemahaman perpajakan wajib pajak (Pradana & Firmansyah, 2020). Sosialisasi pajak bertujuan untuk memberikan informasi terbaru mengenai perpajakan agar masyarakat paham mengenai peraturan perpajakan serta manfaat dalam membayar pajak, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan realisasi penerimaan pajak (Kopong dkk., 2017). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sukesi & Yunaidah (2020), Wicaksono & Lestari (2017), dan Yudianto (2021) yang menemukan hasil bahwa sosialisasi pajak yang intensif berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

H₃ : Sosialisasi pajak berpengaruh positif pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh insentif pajak, pemahaman perpajakan, dan sosialisasi pajak pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di KPP Pratama Gianyar dengan alamat di Jalan By Pass Dharma Giri, Kabupaten Gianyar, karena jumlah UMKM terdaftar mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun tingkat kepatuhan WPOP UMKM justru cenderung menurun khususnya di masa pandemi Covid-19. Variabel yang diteliti pada penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu insentif pajak, pemahaman perpajakan, dan sosialisasi pajak serta variabel dependen yaitu kepatuhan WPOP UMKM. Populasi dalam penelitian ini adalah WPOP UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Gianyar yang berjumlah 17.717 WPOP UMKM. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang dihitung menggunakan rumus slovin dan didapatkan sampel sebanyak 100 sampel WPOP UMKM. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan membagikan tautan *Google form*. Kuesioner penelitian ini diukur dengan skala *likert* sehingga perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui layak atau tidaknya data yang akan digunakan. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun persamaan regresi yang digunakan sebagai berikut.

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

Keterangan :

Y = Kepatuhan WPOP UMKM

α = Konstanta

β = Koefisien regresi variabel X₁, X₂, dan X₃

X₁ = Insentif pajak

X2 = Pemahaman perpajakan

X3 = Sosialisasi pajak

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.
Karakteristik Responden

No	Kriteria	Klasifikasi	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	58	58
		Perempuan	42	42
		Jumlah	100	100
2	Omzet per tahun	≤ Rp4,8 Miliar	100	100
		≥ Rp4,8 Miliar	0	0
		Jumlah	100	100
3	Pendidikan Terakhir	SD	0	0
		SMP	3	3
		SMA/Sederajat	39	39
		Diploma	6	6
		S1	48	48
		S2	4	4
	Jumlah	100	100	
4	Tujuan ke KPP	Untuk diri sendiri	100	100
		Untuk perusahaan	0	0
Jumlah			100	100

Sumber: Data primer diolah, 2022

Mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 58 orang, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sejumlah 42 orang. Mayoritas responden memiliki omzet ≤ Rp4,8 Miliar sejumlah 100 orang (100 %), sedangkan tidak terdapat responden yang memiliki omzet ≥ Rp4,8 Miliar. Kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki omzet tidak melebihi Rp4,8 Miliar dalam satu tahun pajak. Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan Strata 1 (S1), yaitu sebanyak 48 orang. Responden dengan tingkat pendidikan SMA/Sederajat menempati posisi kedua sebanyak 39 orang, disusul dengan responden dengan tingkat Diploma sebanyak 6 orang, kemudian disusul dengan tingkat pendidikan Magister (S2) sebanyak 4 orang, dan yang terakhir responden dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 3 orang. Mayoritas responden bertujuan ke KPP untuk diri sendiri sejumlah 100 orang, sedangkan tidak terdapat responden yang mempunyai tujuan ke KPP untuk perusahaan.

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pernyataan	Nilai Pearson Correlation	Keterangan
1.	Insentif Pajak (X_1)	X1.1	0,474	Valid
		X1.2	0,811	Valid
		X1.3	0,835	Valid
		X1.4	0,839	Valid
		X1.5	0,696	Valid
2.	Pemahaman Perpajakan (X_2)	X2.1	0,558	Valid
		X2.2	0,674	Valid
		X2.3	0,630	Valid
		X2.4	0,606	Valid
		X2.5	0,699	Valid
		X2.6	0,636	Valid
3.	Sosialisasi Pajak (X_3)	X3.1	0,740	Valid
		X3.2	0,611	Valid
		X3.3	0,680	Valid
		X3.4	0,568	Valid
		X3.5	0,547	Valid
4.	Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y1	0,631	Valid
		Y2	0,644	Valid
		Y3	0,598	Valid
		Y4	0,508	Valid
		Y5	0,441	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Seluruh instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,30. Hal ini mengindikasikan bahwa butir-butir pernyataan dalam instrumen penelitian valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Tabel 3.
Hasil Uji Reabilitas

	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Insentif Pajak (X_1)	0,789	Reliabel
2.	Pemahaman Perpajakan (X_2)	0,754	Reliabel
3.	Sosialisasi Pajak (X_3)	0,749	Reliabel
4.	Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,713	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel lebih besar dari 0,70 yang mengindikasikan bahwa instrumen penelitian reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.
Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari *level of significant* 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa data yang diuji dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 5.
Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Insentif Pajak (X_1)	0,924	1,082	Bebas multikolinieritas
Pemahaman Perpajakan (X_2)	0,920	1,087	Bebas multikolinieritas
Sosialisasi Pajak (X_3)	0,971	1,030	Bebas multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah, 2022

Nilai *tolerance* seluruh variabel independen $> 0,10$ artinya tidak ada korelasi antar variabel bebas. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama, tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat dikatakan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 6.
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Insentif Pajak (X_1)	0,490	Bebas heteroskedastisitas
Pemahaman Perpajakan (X_2)	0,196	Bebas heteroskedastisitas
Sosialisasi Pajak (X_3)	0,461	Bebas heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2022

Nilai signifikansi dari variabel insentif pajak, pemahaman perpajakan, dan sosialisasi pajak memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 5% atau 0,05, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap *absolute residual*. Dengan demikian, model penelitian yang dibuat tidak mengandung gejala heteroskedastisitas pada variabel bebas.

Tabel 7.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	5,747	0,993		5,787	0,000
	Insentif Pajak	0,310	0,035	0,566	8,798	0,000
	Pemahaman Perpajakan	0,196	0,035	0,364	5,648	0,000
	Sosialisasi Pajak	0,166	0,036	0,291	4,634	0,000
	F sig.	: 0,000				
	Adjusted R Square	: 0,622				

a. Dependent Variable: Niat beli ulang

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil uji kelayakan model diperoleh nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 5% atau ($0,000 < 0,05$) mengindikasikan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepatuhan WPOP UMKM atau dapat dikatakan bahwa insentif pajak, pemahaman perpajakan, dan sosialisasi pajak secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19. Diperkuat oleh hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,622 atau 62,2% yang memiliki arti bahwa

sebesar 62,2% variasi kepatuhan WPOP UMKM dapat dijelaskan oleh variasi variabel insentif pajak, pemahaman perpajakan, dan sosialisasi pajak. Sisanya sebesar 36,8% dijelaskan oleh faktor-faktor di luar model penelitian.

Pengaruh insentif pajak pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa insentif pajak berpengaruh positif pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19. Artinya semakin besar manfaat insentif pajak yang dirasakan oleh wajib pajak, maka kepatuhan wajib pajak juga semakin meningkat. Hasil penelitian ini mendukung teori atribusi dalam menjelaskan mengenai adanya faktor-faktor yang memengaruhi perilaku seseorang baik secara internal maupun eksternal, dalam hal ini insentif pajak merupakan faktor eksternal yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya. Serta mendukung *theory of planned behavior* yang menjelaskan bahwa niat wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya muncul karena adanya keyakinan akan hasil yang didapatkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afif *et al.* (2022), Jawa dkk. (2021), dan Latief dkk. (2020) yang menyimpulkan bahwa insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh pemahaman perpajakan pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19. Artinya semakin tinggi pemahaman perpajakan yang dimiliki oleh wajib pajak, maka kepatuhan wajib pajak juga semakin meningkat. Hasil penelitian ini mendukung teori atribusi dan *theory of planned behavior* yang menjelaskan bahwa niat wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya muncul karena adanya keyakinan akan hasil yang didapatkan dan pemahaman perpajakan merupakan faktor internal yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hazmi dkk. (2020), Ma'ruf & Supatminingsih (2020), dan Trihatmoko & Mubaraq (2020) yang memperoleh kesimpulan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh sosialisasi pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19. Artinya semakin intens sosialisasi pajak yang diberikan oleh pemerintah, maka kepatuhan wajib pajak juga akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini mendukung teori atribusi dan *theory of planned behavior* yang menjelaskan bahwa niat wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya muncul karena adanya keyakinan terhadap perilaku orang lain yang dapat memberikan motivasi untuk memenuhi harapan yang dimiliki. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviana & Hariri (2020), Nugroho & Kurnia (2020), dan Sukesi & Yunaidah (2020) yang menemukan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Secara teoritis penelitian ini menjelaskan bahwa kepatuhan wajib pajak merupakan suatu perilaku yang dipengaruhi oleh pemahaman perpajakan sebagai faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri wajib pajak itu sendiri serta dipengaruhi juga oleh faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari lingkungan sekitar wajib pajak berupa adanya insentif pajak dan sosialisasi pajak. Hasil penelitian ini juga mendukung *theory of planned behavior* yaitu kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh niat wajib pajak itu sendiri dalam mengambil tindakan untuk patuh atau tidak terhadap kewajiban perpajakannya. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan informasi instansi pajak khususnya KPP Pratama Gianyar bahwa sosialisasi pajak belum dilaksanakan secara intens. Kurangnya pelaksanaan sosialisasi pajak membuat pemahaman perpajakan yang dimiliki wajib pajak menjadi rendah sehingga wajib pajak cenderung menilai bahwa kebijakan perpajakan seperti salah

satunya insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah di masa pandemi Covid-19 ini kurang adil. Informasi tersebut diharapkan dapat menjadi suatu bahan pertimbangan bagi pemerintah, Direktorat Jenderal Pajak, dan KPP Pratama Gianyar dalam upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui pelaksanaan sosialisasi pajak secara intens agar penerimaan pajak semakin meningkat.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Insentif pajak berpengaruh positif pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19. Semakin besar manfaat insentif pajak yang dirasakan oleh wajib pajak, maka kepatuhan WPOP UMKM juga semakin meningkat. Pemahaman perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19. Semakin tinggi pemahaman perpajakan yang dimiliki oleh wajib pajak, maka kepatuhan WPOP UMKM dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya juga semakin meningkat. Sosialisasi pajak berpengaruh positif pada kepatuhan WPOP UMKM di masa pandemi Covid-19. Semakin intens sosialisasi pajak yang dilakukan oleh pemerintah atau aparat pajak, maka kepatuhan WPOP UMKM dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya juga semakin meningkat.

Pemerintah khususnya KPP Pratama Gianyar sebaiknya lebih meningkatkan perannya dalam memberikan sosialisasi pajak secara intens kepada wajib pajak. Sosialisasi pajak yang intens akan meningkatkan pemahaman wajib pajak mengenai pemahaman perpajakan yang pada akhirnya akan membuat wajib pajak memiliki kesadaran akan pentingnya melaksanakan kewajiban perpajakannya. Wajib pajak sebaiknya lebih meningkatkan pemahamannya mengenai sistem perpajakan yang berlaku di Indonesia, sehingga akan dapat meningkatkan kesadaran untuk melaksanakan kewajiban perpajakan.

REFERENSI

- Afif, M., Mursalim, Y., & Su, M. (2022). The Effect of Giving MSME Final Income Tax Incentives and Taxpayer Awareness on the Level of Taxpayer Compliance. *Point of View Research Accounting and Auditing*, 3, pp. 1–14.
- 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), pp. 89–98.
- Fitria, P. A., & Supriyono, E. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Persepsi Tarif Pajak, dan Keadilan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal STIE Bank BPD*, 1(1), hal. 47–54.
- Hazmi, M. Z., Suhendro, S., & Dewi, R. R. (2020). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kpp Pratama Surakarta. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 18(1), hal. 28.
- IDX. (2021). 40 Persen Pelaku UMKM Putuskan Gulung Tikar Akibat Terdampak Pandemi. *IDX Channel*.
- Indrawan, R., & Binekas, B. (2018). Pemahaman Pajak dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UKM. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 6(3), hal. 419–428.
- Jawa, H. A., Afifudin, & Anwar, S. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak dan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Pemilik UMKM di Kabupaten Malang). *E-Jra*, 10(07), hal. 13–24.
- Kementerian Keuangan. (2021). Menakar Penerimaan Pajak di Tahun Pandemi. <https://www.kemenkeu.go.id>.
- Kopong, Yeny & Widyaningrum, I. (2017). Pengaruh Reformasi Perpajakan Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Penerimaan Pajak Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Moderating Pada KPP Pratama Sunter Jakarta Utara. *Media Akuntansi Perpajakan*.
- 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), hal. 271–289.

- Ma'ruf, M. H., & Supatminingsih, S. (2020). The Effect Of Tax Rate Perception, Tax Understanding, And Tax Sanctions On Tax Compliance With Small And Medium Enterprises (Msme) In Sukoharjo. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(4), pp. 363–370.
- Masari, N. M. G., & Suartana, I. W. (2019). Effect of tax knowledge, service quality, tax examination, and technology of compliance regional tax mandatory. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(5), pp. 175–183.
- Nisa, I.C., Suwandi, M., & Juardi, M. S. (2019). pengaruh Sistem Pemungutan Pajak, Pelayanan Fiskus Dan Efektifitas Sistem Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Layanan Drive Thru Sebagai Variabel Moderating. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Noviana, R., & Hariri, D. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Sampang). *E-Jra: Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 09(04), hal. 51–67.
- Nugroho, V. Q., & Kurnia. (2020). Pengaruh sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9, hal. 19.
- Pradana, R. F., & Firmansyah, A. (2020). The role of prevention efforts in association between interactional fairness and taxpayer compliances intentions. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), pp. 3176–3186.
- Suari & Rasmini. (2018). Pemahaman Peraturan , Efektivitas Sistem , Kewajiban Moral , Kualitas Pelayanan , Sanksi Perpajakan Pada Kemauan Ikut Tax Amnesty. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 22(1), hal. 108–137.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19, hal. 76–86.
- Sukei, Sukei; Yunaidah, I. (2020). The Effect of Tax Socialization, Superior Service, and Service Quality on Taxpayers' Satisfaction and Compliance. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 22(3), pp. 347– 359.
- Trihatmoko, H., & Mubaraq, M. R. (2020). Pengaruh Pemahaman Akuntansi dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Madiun. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 30(9), hal. 2231.
- Walidain, M. B. (2021). Pengaruh Insentif Pajak, Sosialisasi Pajak dan Self Assesment System terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Saat Pandemi Covid-19. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2), hal.2021.
- Wicaksono, M., & Lestari, T. (2017). Effect of Awareness, Knowledge and Attitude of Taxpayers Tax Compliance for Taxpayers in Tax Service Office Boyolali. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 1(01), pp. 12–25.
- Wiryadana, I. B. K., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi Pajak, Biaya Kepatuhan Pajak, dan E-filling Pada Kepatuhan WPOP Non PNS. *E-Jurnal Akuntansi Univeristas Udayana*, 25, hal. 1773.
- Yudianto, S. R. L. M. S. I. (2021). The Effect of Tax Fairness, Tax Socialization and Tax Understanding on Tax Compliance: A Study on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *Journal of Accounting Auditing and Business*, 4(1), pp. 87–99.