

**PENGARUH E-FISKUS DAN SOSIALISASI INSENTIF PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DENGAN
KESADARAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA MASA PANDEMI COVID-19
DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Fatma Kumala Sania

NIM : 31402000215

PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

2022

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH E-FISKUS DAN SOSIALISASI INSENTIF PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DENGAN
KESADARAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL MODERASI
PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA SEMARANG**

Disusun oleh :

Fatma Kumala Sania

NIM : 31402000215

Telah disetujui oleh pembimbing selanjutnya
dapat diajukan ujian Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 17 Februari 2022

Pembimbing,



Dr. Hj. Luluk Muhimatul Ifada, SE, M.Si., Akt, CA
NIDN. 0604108003

**PENGARUH E-FISKUS DAN SOSIALISASI INSENTIF PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DENGAN
KESADARAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL MODERASI
PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA SEMARAN**

**Disusun oleh :
Fatma Kumala Sania
NIM : 31402000215**

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 4 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Dr. Hj. Luluk Muhimatul Ifada, SE, M.Si., Akt, CA
NIDN. 0604108003

Penguji I



Dr. Chrisna Suhendi, SE, MBA, Ak., CA
NIDN. 0603046301

Penguji II



Provita Wijayanti, SE, M.Si, Ak., CA
NIDN. 0611088001

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi tanggal 4 Maret 2022.

Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. Dra. Hj. Winarsih, M.Si
NIDN. 06130862404

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fatma Kumala Sania

NIM : 31402000215

Program Studi : S1 Akuntansi

Angkatan : 2020

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang diajukan asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana Ekonomi baik di Unissula Semarang maupun perguruan tinggi lainnya).
2. Skripsi berisi rumusan dan gagasan dari penelitian penulis sendiri tanpa bantuan dari orang lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing.
3. Skripsi tidak terdapat karya-karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain atau penulis sendiri kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan nama pengarang atau dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila terbukti bahwa pernyataan di atas tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Semarang, 21 Februari 2022

Penulis,

D6AJX615921055

(Fatma Kumala Sania)

ABSTRAK

UMKM merupakan bentuk usaha kerakyatan untuk menopang perekonomian negara dimana di dalam masa pandemi Covid-19, UMKM merupakan usaha yang paling terdampak. Masalah klasik yang sering muncul adalah rendahnya tingkat pembayaran pajak oleh UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menguji determinan kepatuhan wajib pajak UMKM dengan kesadaran wajib pajak sebagai variabel moderasi. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah e-fiskus dan sosialisasi insentif pajak. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS. Data penelitian didapatkan dari menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada wajib pajak UMKM di Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* sebanyak 100 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa e-fiskus dan sosialisasi insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Sedangkan interaksi e-fiskus dan sosialisasi insentif pajak dengan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Kata Kunci: E-Fiskus, Sosialisasi Insentif Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

ABSTRACT

MSMEs are a form of populist to support the country's economy where during the Covid-19 pandemic. MSMEs are the most affected businesses. The classic problem that often arises is the low level of tax payments by MSMEs. This study aims to examine the determinants of MSMEs taxpayer compliance with taxpayer awareness as a moderating variable. The independent variables used in this research are e-fiscus and socialization of tax incentives. The regression model use in this study is multiple linier analysis using the SPSS application. The research data was obtained from distributing offline questionnaires addressed to MSMEs taxpayer in the city of Semarang. The sampling technique used in this study was convenience sampling with 100 respondents. The results show that e-fiscus and socialization of tax incentives have a positif and significant effect on MSMEs taxpayer compliance. While the interaction of e-fiscus and socialization of tax incentive with taxpayer awareness has no effect on MSMEs taxpayer compliance.

Keyword: *E-Fiscus, Socialization of Tax Incentives, Taxpayer Awareness, and MSMEs Taxpayer Compliance.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbi'l'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Sholawat serta salam tak lupa penulis junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman yang telah membawa dan menyebarkan ajaran Islam sebagai rahmatan lil'alamin.

Penelitian berjudul “Pengaruh E-Fiskus dan Sosialisasi Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Moderasi Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Semarang” disusun untuk memenuhi tugas akhir yaitu skripsi sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Program Sarjana pada Program Studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA).

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan pihak-pihak terdekat penulis. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih pada kesempatan kali ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan hamba-Nya dalam segala urusan.
2. Kedua orang tua yang sangat saya cintai dan sayangi. Bapak A.Nabhan dan Ibu Muzdalifah. Tiada daya upaya jika tanpa dukungan serta restu dan doa mereka sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas skripsi ini.
3. Drs. H. Bedjo Santoso, M.T., Ph.D, Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan studi S1 Akuntansi di kampus UNISSULA.
4. Pof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan mengikuti kuliah program S1 di Fakultas Ekonomi.
5. Dr. Dra. Hj. Winarsih., M.Si, Kepala Program Studi S1 Akuntansi yang telah memberikan kemudahan dalam perizinan melakukan penelitian.

6. Dr. Hj. Luluk Muhimatul Ifada, SE, M.Si., Akt, CA, Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Dr. Chrisna Suhendi, SE,MBA, Ak., CA dan Provita Wijayanti, SE, M.Si, Ak., CA, Penguji skripsi yang telah memberikan saran dan masukan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
8. Bapak/Ibu dosen dan staf administrasi prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
9. Pihak eksternal (KPP Kota Semarang) yang telah memberikan kesempatan dan perijinannya bagi penulis untuk melakukan penelitian.
10. Rekan-rekan prodi Akuntansi angkatan 2020 terima kasih atas kerjasamanya selama perkuliahan dan memberikan warna selama kuliah online ini.
11. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga bantuan yang telah diberikan kepada penulis senantiasa mendapatkan balasan dari Allah SWT. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

Semarang, 4 Maret 2022

Penulis



(Fatma Kumala Sania)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.2 Teori Atribusi (<i>Attribution Theory</i>)	8
2.2 Variabel Penelitian	9
2.3 Penelitian Terdahulu	9
2.4 Teori Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	13
2.4.1 Pengaruh E-Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	13
2.4.2 Pengaruh Sosialisasi Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	14

2.4.3	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dalam Memoderasi Pengaruh E-Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	15
2.4.4	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dalam Memoderasi Pengaruh Sosialisasi Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	16
2.5	Kerangka Penelitian	17

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	19
3.2	Populasi dan Sampel	19
3.2.1	Populasi	20
3.2.2	Sampel	20
3.3	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	21
3.4	Variabel dan Indikator	22
3.4.1	E-Fiskus	22
3.4.2	Sosialisasi Insentif Pajak	22
3.4.3	Kepatuhan Wajib Pajak	23
3.4.4	Kesadaran Wajib Pajak	24
3.5	Teknik Analisis Data	28
3.5.1	Uji Statistik Deskriptif	28
3.5.2	Uji Kualitas Data	28
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	29
3.5.4	Uji Hipotesis	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.2	Uji Statistik Deskriptif	38
4.3	Uji Kualitas Data	
4.3.1	Uji Validitas	40

4.3.2 Uji Reliabilitas	41
4.4 Uji Asumsi Klasik	
4.4.1 Uji Normalitas	42
4.4.2 Uji Multikolonieritas	43
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	45
4.5 Uji Hipotesis	
4.5.1 Uji Hipotesis <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	46
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan	50
5.2 Implikasi	50
5.3 Keterbatasan Penelitian	51
5.4 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	
DAFTAR TABEL	
Tabel 2.3 Peneliti Terdahulu	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional, Indikator dan Pernyataan Kuesioner	25
Tabel 4.1.1 Distribusi Sampel	33
Tabel 4.1.2 Wajib Pajak UMKM	34
Tabel 4.1.3 Jenis Wajib Pajak	34
Tabel 4.1.4 Jenis Kelamin	35
Tabel 4.1.5 Usia Wajib Pajak	35
Tabel 4.1.6 Pendidikan Terakhir	36
Tabel 4.1.7 Jenis Usaha Wajib Pajak	36
Tabel 4.1.8 Lama Usaha Berjalan	37
Tabel 4.1.9 Omzet Usaha Per Tahun	37
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif	38
Tabel 4.3.1 Hasil Uji Validitas	40

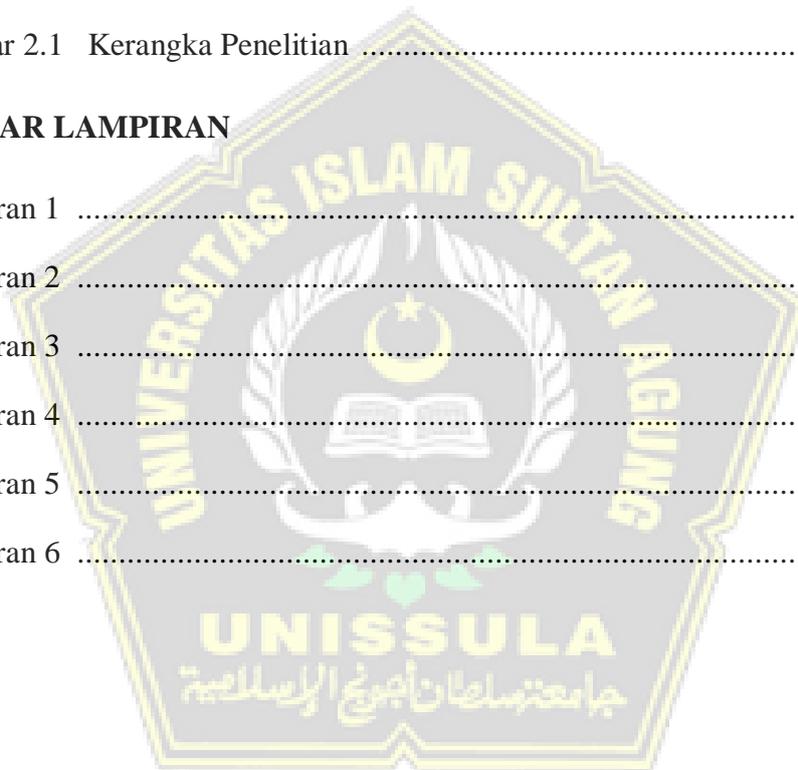
Tabel 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.4.1 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.4.2 Hasil Uji Multikolonieritas	44
Tabel 4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	45
Tabel 4.5.1 Hasil Uji Regresi Moderasi	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Realisasi Rasio Kepatuhan Wajib Pajak Penghasilan	2
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	58
Lampiran 2	65
Lampiran 3	71
Lampiran 4	73
Lampiran 5	82
Lampiran 6	84



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi kemakmuran rakyat. Pembiayaan belanja negara yang semakin lama semakin bertambah besar memerlukan penerimaan negara yang berasal dari dalam negeri tanpa harus bergantung pada bantuan dan pinjaman dari luar negeri. Hal ini berarti bahwa semua pembelanjaan negara harus dibiayai dari pendapatan negara, yaitu penerimaan dari pajak dan penerimaan bukan pajak (Jatmiko, 2006).

Semenjak tahun 2019 akhir hingga saat ini seluruh negara dibelahan dunia tengah dilanda wabah *Novel 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. Dengan adanya pandemi ini seluruh negara dilanda berbagai dampak yang mempengaruhi sistem ketatanegaraan. Secara makro, dampak dari pandemi ini akan mengganggu jalannya roda pemerintahan. Seperti yang kita ketahui pandemi ini mempengaruhi perekonomian secara global, tidak hanya di Indonesia saja. Dalam mengatasi hal ini pemerintah telah sigap untuk mengeluarkan berbagai kebijakan. Menurut data yang berasal dari Kementerian Keuangan, pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2020 diperkirakan akan menjadi lebih lambat jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. *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. (www.pajak.go.id).

Gambar 1.1
Target Realisasi Rasio Kepatuhan Wajib Pajak Penghasilan



Sumber : Kementerian Keuangan (Kemenkeu), Januari 2020

Rasio Kepatuhan Wajib Pajak pada tahun 2020 meningkat. Jumlah Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) Pajak Penghasilan (PPh) yang diterima pada 2020 sebanyak 14,76 juta. Angka realisasi hanya mencapai 78%, naik dari tahun sebelumnya yang sebesar 73%. Namun, rasio Kepatuhan Wajib Pajak meleset dari yang ditargetkan sebesar 80%. Realisasi penerimaan pajak pada 2020 sebesar Rp 1.069,98 triliun atau 89,25% dari target 2020 yang sebesar Rp 1.198,82 triliun. Selain itu realisasi ini turun 19,71% dari tahun sebelumnya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu yang memberikan kontribusi dalam penerimaan pajak penghasilan dan merupakan bagian terpenting dalam perekonomian kerakyatan yang terdampak adanya penyebaran pandemi Covid-19. Diantaranya penurunan permintaan, pemasaran produk, akses bahan baku dan masih rendahnya SDM. Sehingga hal ini berdampak terhadap turunnya tingkat penjualan bahkan banyak UMKM yang terancam gulung tikar. Ketika hal ini terjadi, maka secara langsung akan membuat UMKM akan menurunkan tingkat biaya yang menjadi beban perusahaan. Salah

satunya adalah beban pajak. Sehingga hal ini mendorong pemerintah untuk mengeluarkan kebijakan stimulus untuk mendongkrak UMKM untuk tetap *going concern* melalui penurunan nilai tarif pajak UMKM. Sehingga tingkat kepatuhan UMKM untuk membayar pajak tetap terjaga. Efek dari pandemi Covid-19 adalah banyak sektor industri yang melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) karyawannya. Hal ini justru membuat pelaku UMKM baru semakin bermunculan. UMKM di Indonesia kini telah mencapai 52,9 juta pelaku dan menjadi penyumbang terbesar perekonomian Indonesia di saat hampir semua sektor mengalami keterpurukan akibat pandemi Covid-19. Pemerintah perlu memberikan perhatian khusus terhadap sektor ini karena kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional yang cukup besar.

Dinas koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Kota Semarang setiap tahunnya mencatat pertumbuhan sekitar 2000 UMKM, hal ini mencerminkan bahwa peningkatan UMKM di Kota Semarang dapat membantu perekonomian di Ibu Kota Jawa Tengah. Peningkatan UMKM di Kota Semarang ini terlihat dari kuantitas dan kualitasnya terbukti adanya peningkatan omzet. Dinas koperasi dan UMKM pun ikut melakukan pendampingan dalam setiap berkembangnya UMKM tersebut baik dari segi penataan administrasinya hingga manajemen pemasaran. Dengan adanya peningkatan UMKM setiap tahunnya, banyak kemajuan positif dalam pembangunan perekonomian, terutama dalam penerimaan pajak dari sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dari tahun ke tahun, UMKM di Jawa Tengah banyak mengalami peningkatan, terutama di Kota Semarang, di kutip dari (www.jateng.antaranews.com). Sehingga untuk mencapai hal itu, DJP akan berupaya untuk mengoptimalkan sosialisasi kepada masyarakat dengan meningkatkan pelayanan kepada wajib pajak. Selain bisa meningkatkan kepatuhan, skema kebijakan tersebut diharapkan dalam jangka menengah panjang bisa ikut mendorong perekonomian karena penurunan tarif pajak bisa dimanfaatkan UMKM untuk menambah modal usahanya serta dapat mendorong kepada UMKM agar usahanya bisa lebih berkembang lagi (www.republika.co.id).

Tiga tahun terakhir pelaku UMKM di kota Semarang selalu mengalami peningkatan. Tercatat dari tahun 2018 pelaku UMKM sebanyak 16.500, tahun 2019 sebanyak 17.010, dan tahun 2020 akhir meningkat sebanyak 17.603 (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang). Dari jumlah tersebut tercatat ada 2.129 yang berstatus Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang tahun 2020. Kesadaran wajib pajak menjadi salah satu faktor penting untuk mewujudkan sasaran penerimaan pajak. Semakin pesat pertumbuhan UMKM di Indonesia, maka akan semakin besar kepatuhan wajib pajak UMKM, sehingga semakin besar penerimaan pajak di sektor UMKM.

Salah satu upaya yang dapat ditempuh untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM selama pandemi Covid-19 adalah meningkatkan kualitas *e-fiskus*. Dengan adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat maka pemerintah memanfaatkan hal itu guna mempermudah pengaksesan, salah satu pemanfaatan dengan adanya perkembangan teknologi tersebut adalah pengurusan pajak secara online yang diciptakan oleh pemerintah guna mempermudah dalam pelaksanaan perpajakan yang akan dilakukan oleh wajib pajak. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak dan tentunya meningkatkan pendapatan pemerintah dalam sektor perpajakan dan tentunya meningkatkan mutu pelayanan wajib pajak. Muthmaina (2017) *e-registration*, *e-spt*, *e-filling* dan *e-billing* berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Menurut Gunawan, et al (2014) kegunaan *e-filling* berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurul (2017), Wahyuningsih (2019) dan Naddor (2020).

Faktor lain yang dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM adalah sosialisasi perpajakan. Menurut Sudrajat (2015:194), sosialisasi perpajakan adalah upaya yang harus dilakukan oleh pemerintah dalam memberikan informasi kepada wajib pajak, mengenai peraturan perpajakan tertentu agar wajib pajak baik dapat memahami mengenai perpajakan. Sosialisasi perpajakan mengenai insentif pajak UMKM salah satunya adalah menurunkan tarif PPh Final. Dalam penurunan tarif PPh Final UMKM yang tertera dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018 tentang PPh atas penghasilan dari usaha yang diterima atau

diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu sebagaimana aturan itu merupakan pengganti PP Nomor 46 Tahun 2013, Pemerintah berupaya untuk lebih meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Kebijakan ini diberikan demi mempercepat pemulihan ekonomi skala nasional, yang mana saat ini perekonomian Indonesia mulai naik sehingga dengan adanya insentif pajak ini diharapkan ekonomi masyarakat mulai bergerak kembali. Penelitian yang dilakukan oleh Asih Machfuzhoh dan Refi Pratiwi (2021) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Lianty, dkk (2018) bahwa sosialisasi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan.

Penelitian mengenai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM sudah banyak dilakukan salah satunya adalah penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fustine J. Masunga, Harun J. Mapesa, dan Mwakibete Anwilile Nyalle dari Universitas Mzumbe, Tanzania (2020) Pengaruh Kualitas Sistem E-pajak dan terhadap Kepatuhan Pajak (Bukti dari Pembayaran Pajak Besar di Tanzania). Dalam penelitian ini menggunakan variabel kualitas sistem E-Pajak. Hasilnya menunjukkan bahwa kepuasan pengguna dan niat perilaku atas penggunaan sistem e-pajak memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap perilaku kepatuhan pajak. Pengaruh positif yang kuat dari BI dan USERSAT terhadap perilaku kepatuhan pajak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas informasi yang berarti sistem *e-tax* membantu wajib pajak dalam mengatasi masalah tingginya biaya pembayaran pajak, waktu yang digunakan wajib pajak untuk mengajukan dokumen pajak dan membayar. pajak. Namun kualitas sistem untuk mempengaruhi niat berperilaku menggunakan sistem pajak elektronik menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan, artinya niat wajib pajak untuk menggunakan dan mematuhi pajak tidak dipengaruhi oleh kualitas sistem pajak elektronik.

Yang membedakan penelitian yang sekarang dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini dilakukan selama masa pandemi Covid-19, lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Semarang, variabel penelitiannya adalah pelayanan fiskus dan sosialisasi insentif pajak, serta kesadaran wajib pajak sebagai variabel moderasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh E-Fiskus dan Sosialisasi Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Moderasi Selama Masa Pandemi Covid-19”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang dibahas adalah:

1. Bagaimana pengaruh e-fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM?
2. Bagaimana pengaruh sosialisasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM?
3. Apakah kesadaran wajib pajak dapat memoderasi e-fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM?
4. Apakah kesadaran wajib pajak dapat memoderasi sosialisasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh e-fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh sosialisasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
3. Mengetahui dan menganalisis hubungan kesadaran wajib pajak dalam memoderasi e-fiskus terhadap pengaruh kepatuhan wajib pajak UMKM.
4. Mengetahui dan menganalisis hubungan kesadaran wajib pajak dalam memoderasi sosialisasi insentif pajak terhadap pengaruh kepatuhan wajib pajak UMKM.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dan referensi serta sebagai sarana untuk membangkitkan minat, kreatifitas dan daya pemikiran ilmiah dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dibangku kuliah khususnya yang berkaitan dengan pengaruh e-fiskus, dan sosialisasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan kesadaran wajib pajak sebagai variabel moderasi selama masa pandemi Covid-19.

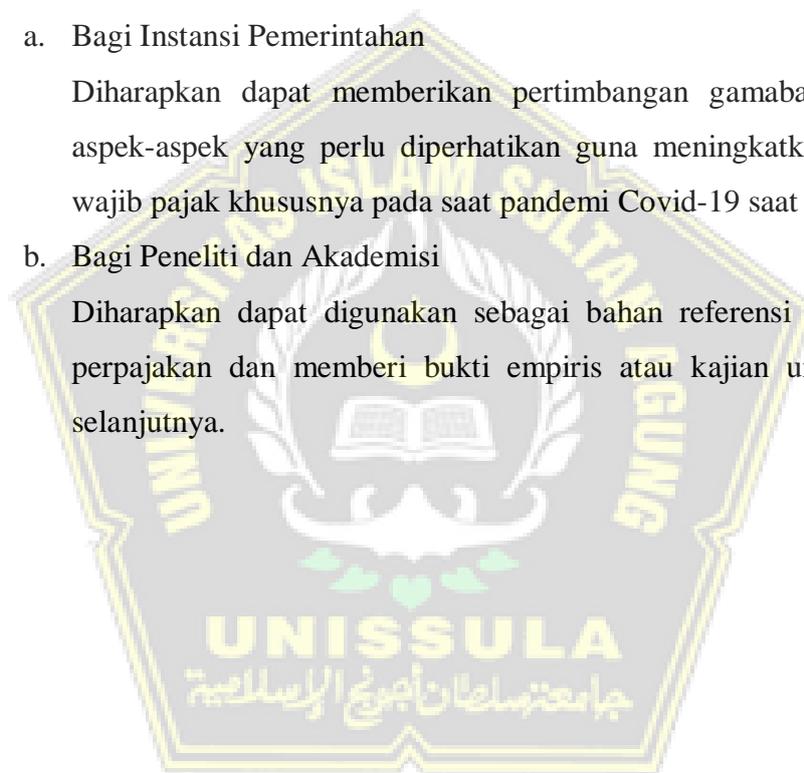
2. Manfaat Praktis

a. Bagi Instansi Pemerintahan

Diharapkan dapat memberikan pertimbangan gambaran terhadap aspek-aspek yang perlu diperhatikan guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak khususnya pada saat pandemi Covid-19 saat ini.

b. Bagi Peneliti dan Akademisi

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam sektor perpajakan dan memberi bukti empiris atau kajian untuk evaluasi selanjutnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Teori atribusi pertama kali dikemukakan oleh Fritz Heider (1958) dan dikembangkan lebih lanjut oleh Edward Jones dan Keith Davis (1965), Harold Kelley (1967, 1972), dan Benard Weiner (1974). Teori atribusi menyuguhkan sebuah kerangka kerja untuk memahami bagaimana setiap individu menafsirkan perilaku mereka sendiri dan perilaku orang lain. Teori atribusi menekankan pada bagaimana individu menafsirkan berbagai kejadian dan bagaimana hal ini berkaitan dengan pemikiran dan perilaku mereka. Penentuan internal atau eksternal menurut Robbins (2002) tergantung pada tiga faktor yaitu sebagai berikut :

1. Kekhususan (kesendirian atau *distinctiveness*), berarti seseorang akan mempersepsikan perilaku individu lain secara berbeda dalam situasi yang berlainan. Apabila perilaku seseorang dianggap sebagai suatu hal yang luar biasa, maka individu lain yang bertindak sebagai pengamat akan memberikan atribusi eksternal terhadap perilaku tersebut. Sebaliknya jika hal tersebut dianggap sebagai hal yang biasa, maka akan dinilai sebagai atribusi eksternal.
2. Konsensus, artinya jika semua orang mempunyai kesamaan pandangan dalam merespon perilaku seseorang dalam situasi yang sama. Apabila konsensusnya tinggi, maka termasuk atribusi internal. Sebaliknya jika konsensusnya rendah, maka termasuk atribusi eksternal.
3. Konsistensi, yaitu jika seorang menilai perilaku-perilaku orang lain dengan respon sama dari waktu ke waktu. Semakin konsisten perilaku itu, orang akan menghubungkan hal tersebut dengan sebab-sebab internal.

Penggunaan teori atribusi dalam penelitian ini adalah sebagai dasar untuk melihat sikap wajib pajak dalam membuat penilaian terhadap pajak. Teori ini relevan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak juga dapat dikaitkan dengan sikap wajib pajak

dalam membuat penilaian terhadap pajak itu sendiri. Persepsi atau pemikiran seseorang untuk membuat penilaian mengenai individu lain dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal individu lain tersebut (Jatmiko, 2006). Faktor internal berasal dari diri wajib pajak itu sendiri sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan sekitar mereka. Dalam penelitian ini variabel yang termasuk dalam faktor internal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah kesadaran wajib pajak. Sedangkan variabel yang termasuk dalam faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah e-fiskus dan sosialisasi insentif pajak.

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 E-Fiskus

2.2.2 Sosialisasi Insentif Pajak

2.2.3 Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

2.2.4 Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Moderasi

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3

No	Nama dan Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Nurul Aisyah Rachmawati dan Rizka Ramayanti (2016). Manfaat Pemberian Insentif Pajak Penghasilan dalam Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.	- Insentif Pajak Penghasilan	Insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.
2	Ni Putu Debby Widyantari, Made Arie Wahyuni, dan Ni Luh	- Pemahaman Peraturan Perpajakan	- Pemahaman peraturan perpajakan dan kesadaran wajib pajak berpengaruh

	Gede Sulindawati (2017). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Formal Wajib Pajak dengan Kondisi Keuangan sebagai Variabel Moderasi.	- Kesadaran Wajib Pajak	positif dan signifikan terhadap kepatuhan formal wajib pajak. - Kondisi keuangan dapat memoderasi (memperkuat) hubungan pemahaman peraturan perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan formal wajib pajak.
3	Bima Perdana Putra, Henri Agustin, dan Mia Angelina Setiawan (2020). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Preferen Risiko sebagai Variabel Moderasi	- Pemahaman Peraturan Perpajakan	Pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dan preferen risiko mampu memoderasi hubungan pemahaman peraturan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak secara negatif.
4	Siti Dewi Yulianti dan Nina Dwi Setyaningsih (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Perpajakan sebagai Variabel Moderating.	- Persepsi Keadilan - Pemahaman Perpajakan	- Persepsi keadilan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. - Pemahaman perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. - Perubahan tarif pajak tidak berpengaruh terhadap

			<p>kepatuhan wajib pajak UMKM.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kesadaran perpajakan tidak memoderasi persepsi keadilan pajak, pemahaman perpajakan, dan perubahan tarif.
5	<p>Faustine J. Masunga, Harun J. Mapesa, dan Mwakibete Andwilile Nyalle (2020). Pengaruh Sistem E-Pajak dan Pengaruhnya terhadap Kepatuhan Pajak (Bukti dari Pembayar Pajak Besar di Tanzania).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Sistem Pajak Elektronik 	<p>Kepuasan pengguna pada sistem pajak elektronik memiliki pengaruh paling kuat terhadap perilaku kepatuhan pajak meskipun tidak memberikan kinerja yang sangat baik seperti layanan yang diberikan oleh sistem seperti pembayaran mudah, pengarsipan mudah, dan mengurangi biaya kepatuhan.</p>
6	<p>Listiyowati, Iin Indarti, Fitri Wijayati, dan Freddy Aldo Setiawan (2021). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di masa Pandemi Covid-19.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi Perpajakan - Pelayanan Fiskus - Pelaksanaan <i>Self Assessment System</i> 	<p>Sosialisasi perpajakan dan pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM. Sedangkan pelaksanaan <i>Self Assessment System</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM.</p>
7	<p>Syanti Dewi, Widyasari, dan Nataherwin (2020). Pengaruh Insentif Pajak,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Insentif Pajak - Tarif Pajak - Sanksi Pajak 	<ul style="list-style-type: none"> - Insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

	Tarif Pajak, Sanksi Pajak dan Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Selama Masa Pandemi Covid-19.	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan Pajak 	<p>dalam bidang perpajakan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tarif pajak dan sanksi pajak dapat berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan - Pelayanan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
8	Khaerun Nadhor, Nur Fatoni, Nurudin dan Faris Shalahuddin Zakiy (2020). Pengaruh Penurunan Tarif Pajak UMKM dan Sistem Pelayanan Online terhadap Persepsi Wajib Pajak UMKM.	<ul style="list-style-type: none"> - Penurunan Tarif Pajak - Sistem Pelayanan Online 	Penurunan tarif pajak dan pelayanan online berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi wajib pajak mengenai kepatuhan wajib pajak UMKM.
9	Firda Novi Antika, Nita Andriyani Budiman, dan Sri Mulyani (2020). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Kudus Selama Pandemi Covid-19.	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan Petugas Pajak - Sanksi Perpajakan - Biaya Kepatuhan Pajak - Sosialisasi Perpajakan - Kondisi Keuangan 	<p>Kualitas pelayanan petugas pajak dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Kudus, sedangkan variabel Sanksi perpajakan, Biaya kepatuhan pajak, dan Kondisi keuangan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten</p>

			Kudus.
10	Richard Andrew dan Dian Purnama Sari (2021). Insentif PMK 86/2020 di Tengah Pandemi Covid 19 : Apakah Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Surabaya?	<ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi Insentif PMK 86/2020 - Tarif Pajak - Pelayanan Fiskus - Batas Waktu PP 23/2018 - Sanksi Perpajakan 	Sosialisasi insentif PMK 86/2020, tarif pajak, pelayanan fiskus, batas waktu PP 23/2018, dan sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Sumber : Nurul Aisyah Rachmawati dan Rizka Ramayanti (2016), Bima Perdana, Henri Agustin, dan Mia Angelina (2020), Siti Dewi dan Nina Dwi (2020), Faustine J, Harun J, dan Mwakibete (2020), Listiyowati, dkk (2021), Syanti Dewi, dan Widyasari, dan Nataherwin (2020), Khaerun Nadhor, dkk (2020), Firda, Nita, dan Sri Mulyani (2020), Asih Machfuzhoh dan Refi Pratiwi (2021), Richard Andrew dan Dian Purnama (2021).

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh E-Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Fiskus merupakan petugas pajak. Sehingga E-fiskus dapat diartikan sebagai cara petugas pajak dalam membantu, mengurus, atau menyiapkan segala sesuatu keperluan yang dibutuhkan wajib pajak yang dilakukan secara online atau daring. Di tengah pandemi Covid-19 ini tentu saja E-fiskus sangatlah bermanfaat khususnya bagi wajib pajak UMKM dalam mengakses, melaporkan dan menanyakan seputar pajak itu sendiri, sehingga memudahkan bagi wajib pajak dalam menjalankan kewajibannya. Upaya dari DJP tetap diperlukan dalam mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanan pajak bagi UMKM.

Berdasarkan Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Asfa dan Meiranto (2017) mendapatkan hasil penelitian yang sama-sama menunjukkan bahwa pelayanan fiskus memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

kepatuhan wajib pajak. Dari beberapa uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil yaitu :

H1 : E-Fiskus Berpengaruh Positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

2.4.2 Pengaruh Sosialisasi Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Menurut Surat Edaran Dirjen Pajak No. SE-98/PJ/2011 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Kerja dan Laporan Kegiatan Penyuluhan Perpajakan Unit Vertikal di Lingkungan Direktorat Jenderal Pajak, bahwa Sosialisasi atau Penyuluhan Perpajakan adalah suatu upaya dan proses memberikan informasi perpajakan untuk menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat, dunia usaha, aparat, serta lembaga pemerintah maupun non pemerintah agar terdorong untuk paham, sadar, peduli dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Sosialisasi perpajakan adalah alat yang digunakan oleh DJP untuk membuka pengetahuan wajib pajak dengan tujuan agar wajib pajak paham akan program-program yang diadakan oleh pemerintah, misalnya program insentif pajak. Menurut Wardana, dkk (2020) insentif pajak adalah tindakan pemerintah untuk mendorong individu dan bisnis (pengusaha) membelanjakan uang atau menghemat uang dengan mengurangi jumlah pajak yang harus mereka bayar (*Collinsdictionary*). Insentif pajak diberikan oleh pemerintah dalam mendukung pemulihan perekonomian nasional pada saat Covid-19 dan respon pemerintah terhadap penurunan produktivitas perusahaan.

Terkait kebijakan insentif pajak bagi pelaku UMKM, Menteri Keuangan telah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) PMK-44/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi *Corona Virus Disease 2019*. Hal yang harus dipastikan terlebih dahulu oleh wajib pajak yang ingin memanfaatkan kebijakan ini adalah yang memiliki peredaran bruto tertentu dan dikenakan Pajak Penghasilan (PPh) final berdasarkan PP nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.

Tarif 0,5% yang diatur oleh PP 23/2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu diperuntukkan bagi UMKM dengan peredaran bruto selama setahun tidak lebih dari Rp4,8 miliar. Subjeknya adalah orang pribadi, badan usaha berbentuk PT, CV, Firma, dan koperasi. Dengan ketentuan tersebut, PPh final 0,5% untuk pelaku UMKM, ditanggung pemerintah (DTP) atau dibebaskan. Wajib pajak UMKM tidak perlu melakukan setoran pajak dan pemotong pajak tidak melakukan pemotongan pajak pada saat melakukan pembayaran kepada pelaku UMKM. Insentif ini diberikan untuk masa pajak April 2020 hingga September 2020. Pengajuan permohonan insentif dapat dilakukan secara online melalui www.pajak.go.id (Kemenkeu,2020).

Sosialisasi mengenai insentif pajak diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman perpajakan kepada masyarakat, khususnya wajib pajak UMKM. Dan dengan adanya sosialisasi insentif pajak diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, penerimaan Negara yang berasal dari sektor pajak semakin meningkat (Direktorat Jenderal Pajak, 2013).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Listiyowati, Iin Indarti, Fitri Wijayati, dan Freddy Aldo Setiawan (2021) menjelaskan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Richard Andrew dan Dian Purnama Sari (2021) menjelaskan bahwa sosialisasi insentif PMK 86/2020 berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Dari beberapa uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H2 : Sosialisasi Insentif Pajak Berpengaruh Positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

2.4.3 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dalam Memoderasi Pengaruh antara E-Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Kesadaran pajak adalah suatu kondisi dimana wajib pajak mengetahui, memahami dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela (Muliari dan Setiawan, 2010) diikuti oleh Brata, dkk (2017). Timbulnya kesadaran

di dalam diri wajib pajak bisa disebabkan oleh wajib pajak yang telah mengamati dan merasakan secara langsung manfaat dari pajak yang telah mereka bayar kepada Negara di lingkungannya, maka wajib pajak akan memahami bahwa pajak yang mereka setorkan pada Negara bukan merupakan suatu beban yang harus dihindari, melainkan sebuah kontribusi nyata sebagai warga Negara yang baik dalam pembangunan Negara.

Selama ini upaya e-fiskus yang diberikan oleh petugas pajak sudah memberikan yang semaksimal mungkin, hal tersebut akan jauh lebih baik apabila e-fiskus didorong atau didukung dengan adanya kesadaran wajib pajak, maka dalam hal ini, tingkat kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat. Namun apabila tidak didukung adanya kesadaran dalam diri masing-masing wajib pajak akan pentingnya kewajiban dalam membayar atau melaporkan pajak, maka tingkat kepatuhan yang dimiliki wajib pajak cenderung rendah.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yois Nelsari dan Malau (2021) menunjukkan hasil bahwa kesadaran pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil yang sama ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Nurul Faiza (2017) yang menyatakan bahwa kesadaran berpengaruh signifikan terhadap wajib pajak. Dari beberapa uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil yaitu :

H3 : Kesadaran Wajib Pajak dapat Memperkuat Hubungan antara E-Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

2.4.4 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dalam Memoderasi Pengaruh antara Sosialisasi Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sosialisasi perpajakan adalah alat yang digunakan oleh DJP untuk membuka pengetahuan wajib pajak dengan tujuan agar wajib pajak paham akan program-program yang diadakan oleh pemerintah, salah satunya adalah program insentif pajak. Insentif pajak bagi UMKM yang diberikan pemerintah berupa PPh Final Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebesar 0,5% yang akan ditanggung oleh pemerintah daerah dan tidak perlu mengajukan surat keterangan

PP 23, tetapi cukup menyampaikan laporan realisasi setiap bulannya melalui laman www.pajak.go.id. Kebijakan tersebut bertujuan agar wajib pajak banyak yang mengetahui dan memanfaatkan insentif pajak tersebut agar dapat lebih meringankan para wajib pajak UMKM terutama pada pandemi Covid-19 saat ini. Selanjutnya, diharapkan para pelaku UMKM menjadi taat pajak dan secara continue melaporkan kondisi keuangan dan pelaporan pajak dengan kondisi usaha apapun.

Penerapan sosialisasi insentif pajak tersebut akan semakin efektif apabila kesadaran akan pajak yang dimiliki wajib pajak tinggi. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak, maka pemahaman akan pentingnya sosialisasi mengenai insentif pajak semakin baik sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sebaliknya, meskipun sosialisasi insentif pajak telah diterapkan, kepatuhan pajak dari wajib pajak tidak akan meningkat apabila di dalam diri wajib pajak tidak memiliki kesadaran yang tinggi akan kepatuhan wajib pajak.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurvita (2016) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Yuli Agustin, Amaliah Rahman, dan Filianti (2021) yang menyatakan bahwa sosialisasi tentang insentif pajak berpengaruh positif terhadap wajib pajak UMKM. Dari beberapa uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil yaitu :

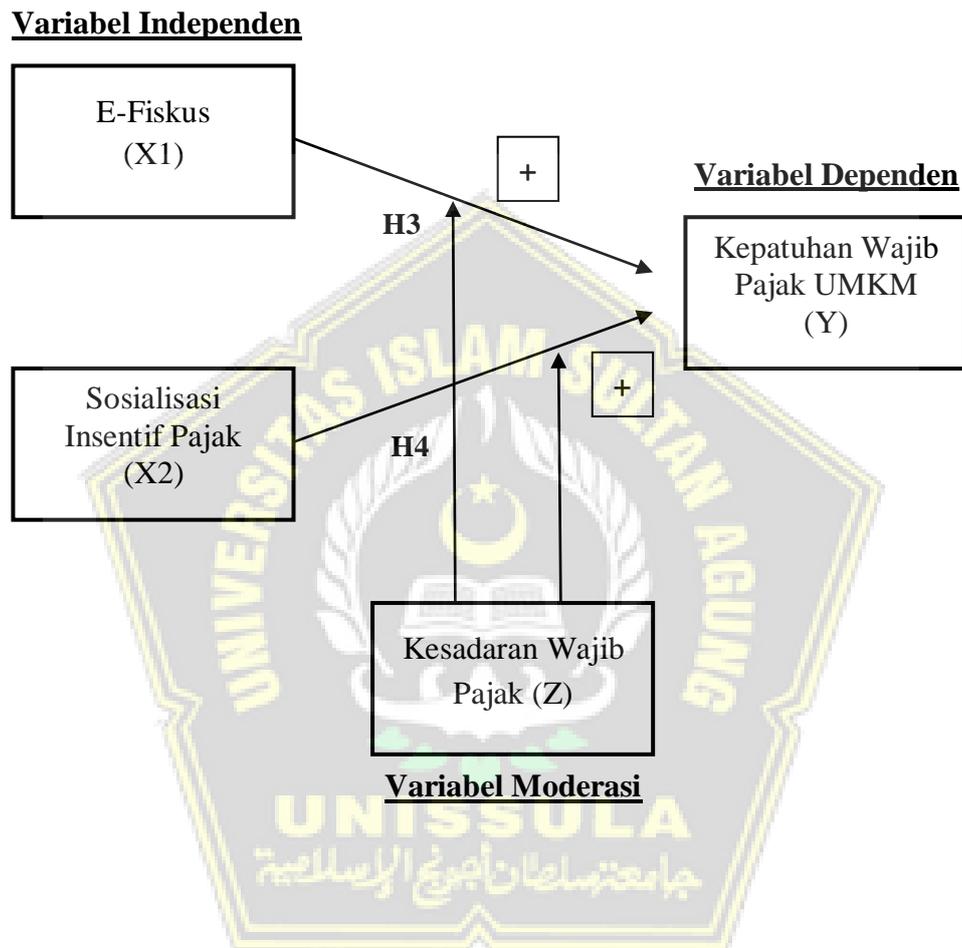
H4 : Kesadaran Wajib Pajak dapat Memperkuat Hubungan antara Sosialisasi Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

2.5 Kerangka Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti bermaksud untuk menjelaskan pengaruh antara pelayanan fiskus dan sosialisasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dan apakah kesadaran dapat memperkuat pengaruh antara pelayanan fiskus dan sosialisasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berikut ini kerangka konseptual dalam penelitian :

Gambar 2.5
Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian diatas, maka penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Ghozali (2016) pendekatan kuantitatif memiliki karakteristik yaitu pendekatan yang menjelaskan mengenai hubungan antar variabel, selain itu data yang digunakan dalam penelitian dengan pendekatan kuantitatif berupa data numerik dari banyak orang melalui pertanyaan yang telah disiapkan.

Sifat penelitian ini adalah *explanatory research*. Menurut (Sugiyono, 2004), penelitian *explanatory* merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel X dan variabel Y dengan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan serta berfokus pada penjelasan hubungan antara variabel. Penelitian ini menjelaskan pengaruh e-fiskus dan sosialisasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib UMKM selama pandemi Covid-19 di Kota Semarang.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Sugiyono (2009:115) menyatakan bahwa populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh karakteristik yang berhubungan dengan penelitian. Jadi, populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak wajib pajak UMKM Kota Semarang. Peneliti mengambil populasi wajib pajak UMKM di Kota Semarang karena pertumbuhan pajib pajak UMKM termasuk relatif tinggi setiap tahunnya, selain itu Kota Semarang mempunyai Pendapatan Asli Daerah terbesar di Jawa Tengah. Jumlah populasi wajib pajak UMKM di Kota Semarang mencapai 17.603 pada tahun 2020 (dinas koperasi dan UMKM kota Semarang).

3.2.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah secara non probabilitas yaitu *convenience sampling*. Menurut Sugiyono (2015), *convenience sampling* merupakan metode penentuan sampel dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti.

Convenience sampling adalah pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel diambil atau terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Cara ini nyaris tidak dapat diandalkan, tapi paling murah dan cepat dilakukan karena peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang mereka temui. Penarikan sampel ini bermanfaat penggunaannya pada tahap awal penelitian eksploratif yang ditujukan untuk mencari petunjuk awal tentang suatu kondisi yang menarik perhatian. Hasil yang diperoleh dengan cara ini seringkali dapat menyediakan bukti-bukti yang cukup melimpah sehingga terkadang pengambilan sampel yang lebih canggih tidak diperlukan lagi.

Sugiyono (2009:116) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Tetapi guna efisiensi waktu dan biaya, maka tidak semua dari wewenang tersebut menjadi objek dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dilakukan pengambilan sampel. Penentuan jumlah sampel minimal pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin adalah sebuah metode statistik yang digunakan untuk menentukan minimal sampel dari sebuah penelitian. Rumus Slovin dapat dinotasikan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan (10% = 0,1)

Dengan rumus tersebut dapat dihitung sampel dari populasi dengan jumlah populasi sebanyak 17.603 dan *margin eror* yang ditetapkan sebesar 10% atau 0,1.

$$n = \frac{17.603}{1 + 17.603 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{17.603}{1 + 176,03}$$

$$n = \frac{17.603}{177.03}$$

$$n = 100$$

Berdasarkan dari perhitungan diatas, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu 100 Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dari angket dan kuesioner yang disebarakan kepada wajib pajak UMKM Kota Semarang yang sudah memenuhi kualifikasi khusus sesuai yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan membagikan kuesioner secara offline yaitu membagikan ke wajib pajak yang datang ke Kantor Pajak sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan yang berisi pernyataan-pernyataan tertulis kepada responden separt variabel-variabel yang akan diuji dalam penelitian. Kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert dengan karakteristik jawaban digunakan dalam penelitian ini yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-Ragu (RR), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

3.4 Variabel dan Indikator

3.4.1 E-Fiskus

Dalam penelitian ini, variabel e-fiskus adalah variabel independen atau variabel bebas. Variabel independen merupakan variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel dependen.

Pelayanan fiskus dapat diartikan sebagai cara petugas pajak dalam membantu, mengurus, atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang yang dalam hal ini adalah wajib pajak (Septia Mory, 2015). Menurut Nasution (2006:47) petugas pajak (fiskus) adalah mereka yang harus menegakkan aturan permainan sistem perpajakan. Petugas pajak diharapkan simpatik, bersikap membantu, mudah dihubungi dan bekerja dengan jujur. Terutama dalam kondisi pandemi seperti ini tentu sangatlah diperlukan karena secara teknis pelayanan tatap muka secara langsung untuk saat ini lebih dibatasi dan hanya melayani secara *online*, hal itu juga salah satu tantangan tersendiri bagi pelayanan fiskus perpajakan. Bagaimana caranya agar wajib pajak khususnya pelaku UMKM agar dapat meningkatkan kepatuhan dalam pelaporan perpajakan.

Pada indikator atau ukuran kualitas pelayanan terdapat empat dimensi yang digunakan dalam kualitas pelayanan menurut (Zeithaml dalam Albari, 2009) antara lain keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*). Jika kualitas pelayanan yang diberikan dan dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan, maka pelayanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

3.4.2 Sosialisasi Insentif Pajak

Dalam penelitian ini, variabel sosialisasi insentif pajak adalah variabel independen atau variabel bebas. Variabel independen merupakan variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel dependen.

Sosialisasi perpajakan adalah alat yang digunakan oleh DJP untuk membuka pengetahuan wajib pajak dengan tujuan agar wajib pajak paham akan program-program yang diadakan oleh pemerintah, misalnya program insentif pajak. Sosialisasi perpajakan dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya

melalui penyuluhan baik secara online maupun tatap muka dan media massa. Kedalaman materi dalam penyampaian sosialisasi harus sesuai wadah atau porsinya. Sosialisasi menjadi hal yang penting karena dengan adanya sosialisasi, maka akan membuat wajib pajak paham tentang manfaat dan kegunaan membayar pajak. Semakin banyak sosialisasi yang dilakukan oleh DJP, maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak. Penelitian Nurvita (2016) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Melalui insentif pajak diharapkan dapat meringankan para pelaku UMKM yang terkena dampak pandemi Covid-19 dan untuk kedepannya agar lebih sadar dan patuh terhadap pajak khususnya pajak UMKM. Sosialisasi insentif pajak dapat diukur dari pemahaman, kesadaran dan penerapan wajib pajak terhadap insentif pajak yang telah diberikan oleh pemerintah.

3.4.3 Kepatuhan Wajib Pajak

Dalam penelitian ini, variabel kepatuhan wajib pajak merupakan variabel dependen atau variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel bebas.

Kepatuhan wajib pajak adalah kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan aturan yang berlaku tanpa perlu adanya pemeriksaan, investigasi, peringatan dan pengancaman, dan penerapan sanksi baik hukuman maupun administrasi (Ernawati, 2014). Gunadi (2013:94) menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak menggambarkan keadaan dimana wajib pajak dapat melaksanakan semua kewajibannya dan memenuhi hak dan kaitannya dengan perpajakan. Menurut penjelasan dari berbagai sumber, dapat disimpulkan bahwa kepatuhan pajak adalah dimana wajib pajak membayarkan pajak yang ditanggungnya dengan ikhlas tanpa rasa terbebani sesuai dengan batas waktu yang diberikan karena merupakan suatu kewajiban bagi wajib pajak agar kepatuhan pajak semakin meningkat.

Indikator kepatuhan pajak menurut Siti Kurnia Rahayu (2010:139) yaitu wajib pajak yang mengisi dengan jujur, lengkap dan benar Surat Pemberitahuan (SPT) sesuai ketentuan dan melaporkan sebelum batas waktu yang ditentukan.

Menurut E. Eliyani (dalam Jatmiko, 2006), menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak didefinisikan sebagai memasukkan dan melaporkan kepada waktunya informasi yang diperlukan, mengisi secara benar jumlah pajak yang terutang dan membayar pajak pada waktunya tanpa tindakan pemaksaan.

3.4.4 Kesadaran Wajib Pajak

Dalam penelitian ini, variabel kesadaran wajib pajak merupakan variabel moderasi. Variabel moderasi merupakan variabel yang mempengaruhi baik memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara variabel dependen dengan independen (Sugiyono, 2014:39).

Kesadaran wajib pajak merupakan sikap wajib pajak yang memahami dan mau melaksanakan kewajibannya untuk membayar pajak dan telah melaporkan semua penghasilannya tanpa ada yang disembunyikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Nasution, 2006:7). Kesadaran wajib pajak sangat diperlukan dalam membayar pajak. Soemarno (1998) dalam Jatmiko (2006:23) menyatakan bahwa kesadaran perpajakan masyarakat yang rendah seringkali menjadi salah satu sebab banyaknya potensi pajak yang tidak dapat dijarah. Dari sisi lain rendahnya partisipasi masyarakat dalam membayar pajak membuat semua perencanaan pembangunan juga menjadi terhambat. Menurut Hardiningsih dan Nilla (2011:130) kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak akan meningkat bilamana dalam masyarakat muncul persepsi positif terhadap pajak. Apabila masyarakat sudah mengetahui pengelolaan pajak secara baik, maka tidak akan sulit bagi wajib pajak sadar akan pentingnya bayar pajak.

Kesadaran wajib pajak dapat diukur melalui pemahaman bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Mengacu pada definisi operasional dan indikator pengukuran variabel Penulisan yang dilakukan oleh Syamsu Alam (2014) dan Febriyanto *et al* (2019) maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator untuk variabel kesadaran wajib pajak yaitu adanya Undang-Undang dan ketentuan perpajakan, memahami fungsi pajak untuk pembiayaan Negara, kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, menghitung, membayar, dan melaporkan pajak

dengan suka rela. Sedangkan menurut Manik (2009) wajib pajak yang mempunyai kesadaran perpajakannya apabila dapat menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan benar.

Tabel 3.1
Definisi Operasional, Indikator dan Pernyataan Kuesioner

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan Kuesioner
E-Fiskus	E-Fiskus adalah cara petugas pajak dalam membantu, mengurus, atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan wajib pajak yang dilaksanakan secara online.	Kehandalan (<i>reliability</i>)	Petugas pajak memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat serta dapat dipercaya selama pandemi Covid-19.
		Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Memberikan pelayanan yang dibutuhkan WP selama pandemi Covid-19.
		Jaminan (<i>assurance</i>)	Berkaitan dengan pengetahuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari petugas pajak yang diterimanya selama pandemi Covid-19.
		Empati (<i>empathy</i>)	Memahami masalah WP dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada WP dan memiliki jam operasi yang aman selama pandemi Covid-19.
Sosialisasi	Sosialisasi perpajakan	Pemahaman	Pelaku UMKM memahami

Insentif Pajak	adalah alat yang digunakan oleh DJP untuk membuka pengetahuan wajib pajak dengan tujuan agar wajib pajak paham akan program-program yang diadakan oleh pemerintah. Insentif pajak adalah tindakan pemerintah untuk mengurangi jumlah pajak yang harus mereka bayar Wardana, dkk (2020).	insentif pajak	adanya sosialisasi tentang insentif pajak yang diberikan selama pandemi Covid-19.
		Penerapan insentif pajak	Pemberian insentif pajak sudah diberikan secara adil dan sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Pelaku UMKM sudah menerapkan insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah yang berlaku selama pandemi Covid-19.
		Manfaat dari insentif pajak	Pelaku UMKM sangat terbantu dan puas karena insentif pajak dapat meringankan beban pajak terutang selama pandemi Covid-19.
Kepatuhan Wajib Pajak	Kepatuhan wajib pajak dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakannya dan melaksanakan hak perpajakannya. (Siti Kurnia Rahayu, 2010:138).	Kepatuhan wajib pajak mendaftarkan diri ke Kantor Pajak	Sebagai WP yang sudah mempunyai kewajiban perpajakan sudah seharusnya mendaftarkan diri ke kantor pajak setempat.
		Penyampaian dan	Tepat waktu dalam

		pelaporan SPT dengan jujur, tepat waktu dan memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan tertentu	penyampaian SPT ke kantor pajak dan dilaporkan dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku khususnya selama masa pandemi Covid-19.
Kesadaran Wajb Pajak	Kesadaran pajak adalah suatu kondisi dimanan wajib pajak mengetahui, memahami dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela (Muliari dan Setiawan, 2010).	Undang-undang dan ketentuan perpajakan	Memahami dan mengetahui ketentuan perpajakan yang berlaku selama pandemi Covid-19.
		Fungsi pajak untuk pembiayaan Negara	Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan di bidang sosial atau ekonomi, pajak sebagai sumber pembiayaan pembangunan, pajak sebagai alat pendapatan.
		Menghitung dan melaporkan pajak dengan sukarela	Pelaku UMKM melaksanakan perhitungan, dan pelaporan pajak dengan jujur apa adanya dan tanpa adanya paksaan.

Sumber : (Siti Kurnia Rahayu, 2010:138), (Muliari dan Setiawan, 2010), (Zeithaml dalam Albari, 2009).

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif (*descriptive statistics*) merupakan statistik yang menggambarkan fenomena atau karakteristik dari data. Menurut Ghazali (2005:19) penggunaan metode statistik deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data.

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006:45). Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Hasil korelasi *bivariate* dapat diketahui dengan melihat output *Cronbach's Alpha* yang ada pada kolom *Correlated Item – Total Correlation*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan kriteria pengujian yang dibuktikan oleh perhitungan apabila nilai *pearson correlation* (R hitung) < R tabel maka butir pertanyaan dikatakan tidak valid, sedangkan apabila nilai *pearson correlation* (R hitung) > R tabel maka butir pertanyaan dapat dikatakan valid. Pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji statistik yang digunakan untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang digunakan dapat diandalkan atau tidak. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana penelitian tanpa adanya praduga sehingga pengukuran penelitian konsisten sepanjang waktu (Kothari, 2004 dalam Osano & Languitone, 2015).

Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pengukuran *one shot* atau pengukuran sekali saja. *One shot* atau pengukuran sekali adalah pengukuran hanya sekali dan hasilnya

dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dengan teknik *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* adalah tolak ukur yang digunakan untuk menghubungkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$. Pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi mempunyai nilai residu yang berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Uji *Kolmogorov Smirnov* digunakan karena memiliki beberapa keunggulan diantaranya digunakan untuk penelitian kuantitatif dan dapat digunakan untuk menguji dengan jumlah data yang banyak. Dengan Uji *Kolmogorov Smirnov* jika nilai probabilitas ≥ 0.05 maka data residual berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai probabilitas < 0.05 maka data residual tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS.

3.5.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan adanya korelasi atau hubungan kuat antara variabel bebas. Dikatakan tidak adanya multikolonieritas dalam model regresi berganda apabila nilai Tolerance $> 0,1$ dan *Variance Inflating Factor* (VIF) < 10 (Ghozali, 2013). Pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu pengujian asumsi klasik yang harus ada dalam model regresi linear. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan *variance* residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas maka dilakukan Uji *Glejser*. Dalam Uji *Glejser* akan dihasilkan nilai signifikansi dari masing-masing variabel.

Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel tersebut tidak heteroskedastisitas. Pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS.

3.5.4 Uji Model

3.5.4.1 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel satu dengan variabel lainnya. Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan variabel independen (pelayanan fiskus dan sosialisasi insentif pajak) dalam menjelaskan variabel dependen (kepatuhan wajib pajak UMKM). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati 1, artinya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tinggi. Peneliti menggunakan alat uji SPSS dalam menganalisis atau menguji uji koefisien determinasi (R^2).

3.5.4.2 Uji Kesesuaian Model (F)

Uji signifikansi simultan (*F test*) digunakan untuk menguji apakah variabel independen atau variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian signifikansi simultan (*F test*) dalam Penulisan ini menggunakan alat uji SPSS. Rumus hipotesis dalam pengujian ini adalah :

- H_0 : jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka hipotesis diterima. Artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- H_1 : jika nilai signifikansi $F \leq 0,05$ maka hipotesis ditolak. Artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.5.4.3 Uji Signifikansi Individual (uji t)

Uji statistik signifikansi individual atau uji t digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh pelayanan fiskus dan sosialisasi insentif pajak (sebagai variabel independen) terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (sebagai variabel dependen). Dalam uji signifikansi individual (*t test*) digunakan SPSS sebagai alat untuk

menganalisis atau menguji *t test*. Adapun kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen dan arah koefisien variabel tidak sesuai dengan arah H_a , maka H_a ditolak.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen dan arah koefisien variabel sesuai dengan arah H_a , maka H_a diterima (Ghozali, 2013).

3.5.4.4 Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

MRA merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi atau perkalian antara dua atau lebih variabel independen. Uji MRA memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel moderating.

Berikut kriteria terjadinya moderasi:

1. Jika hasil uji variabel moderasi hasilnya sig. $< 0,05$ dan uji variabel independen * variabel moderasi hasilnya sig. $< 0,05$ maka terjadi moderasi semu (*Quasi Moderator*).
2. Jika hasil uji variabel moderasi hasilnya sig. $> 0,05$ dan uji variabel independen * variabel moderasi hasilnya sig $< 0,05$ maka terjadi moderasi murni (*Purei Moderator*).
3. Jika hasil uji variabel moderasi hasilnya sig. $< 0,05$ dan uji variabel independen * variabel moderasi hasilnya sig $> 0,05$ maka terjadi prediktor moderasi (*Predictor Modersi Variabel*).
4. Jika uji variabel moderasi hasilnya sig. $> 0,05$ dan uji variabel independen * variabel moderasi hasilnya sig $> 0,05$ maka terjadi moderasi potensial (*Homologiser Moderator*).

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis

pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang akan diperkuat dengan variabel moderasi (Z). Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda di uji menggunakan alat uji SPSS. Model analisis dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

Determinan Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Pemoderasi.

Purei Moderasi (Moderasi Murni)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 Z + \beta_4 X_2 Z$$

Keterangan :

Y : Kepatuhan wajib pajak

α : Konstanta

β : Angka arah atau koefisien regresi

X_1 : E-Fiskus

X_2 : Sosialisasi insentif pajak

Z : Kesadaran wajib pajak



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah wajib pajak yang ada di Kota Semarang yang memiliki kewajiban untuk membayar pajak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sudah terdaftar di KPP Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Convenience Sampling*. Terdapat 100 sampel kuesioner yang disebar kepada responden. Sampel ini yang digunakan untuk analisis data dan pengujian hipotesis. Distribusi sampel dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1.1
Distribusi Sampel

Keterangan	Jumlah	Presentase
kuesioner yang disebar	100	100%
Kuesioner yang tidak layak	69	69%
kuesioner yang lengkap	31	31%
kuesioner yang digunakan	31	31%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel 4.1.1 menunjukkan bahwa sebanyak 100 kuesioner disebar kepada responden dengan 31 kuesioner yang lengkap dan layak digunakan menjadi sampel untuk dianalisis dalam penelitian ini. Sisanya tidak layak digunakan karena tidak sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan, yaitu bukan wajib pajak UMKM dan bukan wajib pajak UMKM Badan, selain itu responden tidak mengisi kuesioner dengan lengkap. Sehingga kuesioner tersebut tidak dapat digunakan untuk penelitian ini.

Deskripsi responden digunakan untuk mengetahui latar belakang responden. Salah satu deskripsi responden yang digunakan adalah responden

merupakan wajib pajak UMKM. Deskripsi responden yang lain diantaranya : jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, jenis wajib pajak, jenis usaha, lama usaha dan omzet per tahun.

Tabel 4.1.2
Wajib Pajak UMKM

Keterangan	Jumlah	Presentase
Ya	31	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel 4.1.2 menunjukkan bahwa 31 responden merupakan wajib pajak UMKM dengan presentase 100%.

Tabel 4.1.3
Jenis Wajib Pajak

Keterangan	Jumlah	Presentase
Wajib Pajak Badan	31	100%
Jumlah	31	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel 4.1.3 menunjukkan bahwa responden yang berstatus Wajib Pajak Badan dengan presentase 100%.

Tabel 4.1.4
Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki-laki	25	80,6%
Perempuan	6	19,4%
Jumlah	31	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel 4.1.4 menunjukkan bahwa responden yang akan dianalisa dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 6 dengan presentase 19,4% dari keseluruhan responden yang diteliti. Hanya selisih satu angka dengan responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 25 dengan presentase sebesar 80,6%.

Tabel 4.1.5
Usia Respoden

Keterangan	Jumlah	Presentase
< 25 tahun	1	3,2%
25 – 35 tahun	8	25,8%
35 – 45 tahun	11	35,5%
45 – 55 tahun	11	35,5%
> 55 tahun	0	0%
Jumlah	31	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari Tabel 4.1.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini dibawah usia 25 tahun yaitu sebanyak 1 responden atau sebesar 3,2%, responden yang berusia 25 - 35 tahun sebanyak 8 responden atau sebesar 25,8%, responden yang berusia 35 - 45 tahun sebanyak 11 responden atau sebesar 35,5%, dan responden yang berusia 45 - 55 tahun sebanyak 11 responden atau sebesar 35,5%.

Tabel 4.1.6
Pendidikan Terakhir

Keterangan	Jumlah	Presentase
SLTA	1	3,2%
Diploma	5	16,1%
Sarjana	25	80,6%
Magister	0	0%
Jumlah	31	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel 4.1.6 menunjukkan bahwa jumlah responden yang memiliki tingkat pendidikan SLTA berjumlah 1 responden atau sebesar 3,2%, yang memiliki tingkat pendidikan Diploma berjumlah 5 responden atau sebesar 16,1%, dan tingkat pendidikan Sarjana berjumlah 25 responden atau sebesar 80,6%.

Tabel 4.1.7
Jenis Usaha

Keterangan	Jumlah	Presentase
Dagang	9	29%
Jasa	12	38,7%
Industri	10	32,3%
Jumlah	31	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel 4.1.7 menunjukkan bahwa jenis usaha dagang sebanyak 9 responden dengan tingkat presentase 29%, pada usaha jasa sebanyak 12 responden dengan tingkat presentase 38,7%, dan pada usaha industri sebanyak 10 responden dengan tingkat presentase 32,3%.

Tabel 4.1.8
Lama Usaha Berjalan

Keterangan	Jumlah	Presentase
< 1 tahun	3	9,7%
1 – 5 tahun	14	45,2%
5 – 10 tahun	9	29%
> 10 tahun	5	16,1%
Jumlah	31	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel 4.1.8 menunjukkan bahwa lama usaha berjalan dari wajib pajak umkm kurang dari satu tahun sebanyak 3 responden dengan tingkat presentase 9,7%, usaha berjalan 1 - 5 tahun sebanyak 14 responden dengan tingkat presentase 45,2%, usaha berjalan 5 - 10 tahun sebanyak 9 responden dengan presentase 29%, dan usaha berjalan lebih dari 10 tahun sebanyak 5 responden dengan tingkat presentase 16,1%.

Tabel 4.1.9
Omzet Usaha Per Tahun

Keterangan	Jumlah	Presentase
≤ 300 juta	5	16,1%
300 juta – 2,5 miliar	16	51,6%
2,5 miliar – 4,8 miliar	10	32,3%
Jumlah	31	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel 4.1.9 menunjukkan bahwa omzet usaha per satu tahun untuk dibawah 300 juta sebanyak 5 responden dengan tingkat presentase 16,1%, omzet antara 300 juta – 2,5 miliar sebanyak 16 responden dengan tingkat presentase 51,6%, dan omzet antara 2,5 miliar – 4,8 miliar sebanyak 10 responden dengan tingkat presentase 32,3%.

4.2 Uji Statistik Deskriptif

Analisis ini menggunakan nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi atas jawaban responden setiap variabel. Penilaian analisis deskriptif memberikan penilaian tentang tinggi rendahnya persepsi Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang. Hasil Uji analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOTAL_EF	31	16	20	17,13	1,544
TOTAL_SOS	31	26	40	32,55	2,541
TOTAL_KPT	31	16	20	17,90	1,777
TOTAL_KSD	31	20	30	23,81	2,257
Valid N (listwise)	31				

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa N merupakan jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 31 responden. Nilai minimum adalah skor terendah dalam penilaian kuesioner, sedangkan nilai maksimum adalah skor tertinggi dari penilaian kuesioner. Nilai mean adalah penjumlahan antara nilai minimum dan nilai maksimum dibagi 2. Nilai standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai rata dengan rata-rata dibagi dengan banyaknya data. Semakin besar nilai standar deviasi berarti bahwa jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner semakin bervariasi, sebaliknya semakin kecil nilai standar deviasi maka variasi jawaban responden semakin kecil.

Dari tabel 4.2 dapat disimpulkan statistik dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Variabel e-fiskus memiliki nilai minimum sebesar 16 dan nilai maksimum sebesar 20. Nilai rata-rata (mean) jawaban responden mengenai variabel e-fiskus adalah sebesar 17,13. Hal ini menunjukkan rata-rata pelayanan e-fiskus pajak UMKM di Kota Semarang sangat baik. Standar deviasi variabel e-fiskus memiliki nilai 1,544 yang berarti jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner bervariasi.
2. Variabel sosialisasi insentif pajak memiliki nilai minimum sebesar 26 dan nilai maksimum sebesar 40. Nilai rata-rata (mean) jawaban responden mengenai variabel sosialisasi insentif pajak adalah sebesar 32,55. Hal ini berarti bahwa rata-rata penilaian mengenai sosialisasi yang diberikan kepada wajib pajak UMKM di Kota Semarang sangat baik. Standar deviasi variabel sosialisasi insentif pajak memiliki nilai 2,541 yang berarti jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner bervariasi.
3. Variabel kepatuhan wajib pajak memiliki nilai minimum sebesar 16 dan nilai maksimum sebesar 20. Nilai rata-rata (mean) jawaban responden mengenai variabel kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 17,90. Hal ini berarti bahwa rata-rata kepatuhan wajib pajak yang dimiliki oleh wajib pajak UMKM di Kota Semarang sangat baik. Standar deviasi variabel kepatuhan wajib pajak memiliki nilai 1,777 yang berarti jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner bervariasi.
4. Variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai minimum sebesar 20 dan nilai maksimum sebesar 30. Nilai rata-rata (mean) jawaban responden mengenai variabel kesadaran adalah sebesar 23,81. Hal ini berarti bahwa rata-rata kesadaran wajib pajak yang dimiliki oleh wajib pajak UMKM di Kota Semarang sangat baik. Standar deviasi variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai 2,257 yang berarti jawaban responden mengenai pernyataan kuesioner bervariasi.

4.3 Uji Kualitas Data

4.3.1 Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Hasil korelasi *bivariate* dapat diketahui dengan melihat output *Cronbach's Alpha* yang ada pada kolom *Correlated Item – Total Correlation*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan kriteria pengujian yang dibuktikan oleh perhitungan apabila nilai *pearson correlation* (R hitung) < R tabel maka butir pertanyaan dikatakan tidak valid, sedangkan apabila nilai *pearson correlation* (R hitung) > R tabel maka butir pertanyaan dapat dikatakan valid.

Uji validitas pada penelitian ini dari e-fiskus, sosialisasi insentif pajak, kesadaran wajib pajak, dan kepatuhan wajib pajak yang dapat dilihat pada tabel 4.3.1 berikut ini:

Tabel 4.3.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
E-Fiskus	EF.1	0,869	0,344	Valid
	EF.2	0,892	0,344	Valid
	EF.3	0,8080	0,344	Valid
	EF.4	0,630	0,344	Valid
Sosialisasi Insentif Pajak	SOS.1	0,638	0,344	Valid
	SOS.2	0,376	0,344	Valid
	SOS.3	0,559	0,344	Valid
	SOS.4	0,428	0,344	Valid
	SOS.5	0,743	0,344	Valid
	SOS.6	0,748	0,344	Valid
	SOS.7	0,635	0,344	Valid
	SOS.8	0,600	0,344	Valid

Kesadaran Wajib Pajak	KSD.1	0,859	0,344	Valid
	KSD.2	0,943	0,344	Valid
	KSD.3	0,825	0,344	Valid
	KSD.4	0,888	0,344	Valid
	KSD.5	0,815	0,344	Valid
	KSD.6	0,573	0,344	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak	KPT.1	0,925	0,344	Valid
	KPT.2	0,907	0,344	Valid
	KPT.3	0,903	0,344	Valid
	KPT.4	0,813	0,344	Valid

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari data tabel 4.3.1 menunjukkan bahwa nilai R Hitung dari semua butir pernyataan pada tiap variabel menunjukkan hasil yang lebih besar dari R Tabel yaitu sebesar 0,344. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan mengenai e-fiskus, sosialisasi insentif pajak, kesadaran wajib pajak, dan kepatuhan wajib pajak adalah valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pengukuran *one shot* atau pengukuran sekali saja. *One shot* atau pengukuran sekali adalah pengukuran hanya sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dengan teknik *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* adalah tolak ukur yang digunakan untuk menghubungkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70.

Tabel 4.3.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
E-Fiskus	0,836	Reliabel
Sosialisasi Insentif Pajak	0,710	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak	0,898	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,910	Reliabel

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari data tabel 4.3.2 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha semua variable menunjukkan hasil yang lebih besar dari 0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel e-fiskus, sosialisasi insentif pajak, kesadaran wajib pajak, dan kepatuhan wajib pajak reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi mempunyai nilai residu yang berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Uji *Kolmogorov Smirnov* digunakan karena memiliki beberapa keunggulan diantaranya digunakan untuk penelitian kuantitatif dan dapat digunakan untuk menguji dengan jumlah data yang banyak. Dengan Uji *Kolmogorov Smirnov* jika nilai probabilitas ≥ 0.05 maka data residual berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai probabilitas < 0.05 maka data residual tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2013).

Tabel 4.4.1
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		31	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,36521054	
Most Extreme Differences	Absolute	,192	
	Positive	,192	
	Negative	-,089	
Test Statistic		,192	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,005 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,185 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,175
		Upper Bound	,195

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari data tabel 4.4.1 menunjukkan bahwa nilai Monte Carlo. Sig. (2-tailed) sebesar 0.185 yang lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan adanya korelasi atau hubungan kuat antara variabel bebas. Dikatakan tidak adanya multikolonieritas dalam model regresi berganda apabila nilai Tolerance $> 0,1$ dan *Variance Inflating Factor* (VIF) < 10 (Ghozali, 2013).

Tabel 4.4.2
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
E-Fiskus	,769	1,301
Sosialisasi Insentif Pajak	,598	1,671
Kesadaran Wajib Pajak	,719	1,391

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari data tabel 4.4.2 menunjukkan bahwa semua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas dan tidak terjadi multikolonieritas, sehingga seluruh variabel bebas tersebut dikatakan baik dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu pengujian asumsi klasik yang harus ada dalam model regresi linear. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan *variance* residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas maka dilakukan Uji *Glejser*. Dalam Uji *Glejser* akan dihasilkan nilai signifikansi dari masing-masing variabel. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel tersebut tidak heteroskedastisitas.

Tabel 4.4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Sig.
(Constant)	,057
E-Fiskus	,298
Sosialisasi Insentif Pajak	,799
Kesadaran Wajib Pajak	,927

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Dari data tabel 4.4.3 menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai signifikansi $>$ dari tingkat signifikansi 5% atau $>$ 0,05 oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dan tergolong data yang baik.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Hipotesis *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Dalam pengujian hipotesis tanpa variabel moderasi dilakukan dengan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5.1
Hasil Uji Regresi Moderasi

Variabel	Koefisien Regresi	Sig	R Square	Sig. F
Konstanta	2,186	0,598	0,431	0,004
E-Fiskus	0,434	0,031		
Sosialisasi Insentif	0,231	0,037		
E-Fiskus*Kesadaran	-0,093	0,349		
Sosialisasi Insentif*Kesadaran	0,047	0,370		

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

4.5.1.1 Hasil Uji Model

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.5.1 diketahui nilai R Square (R^2) sebesar 0,431 yang berarti bahwa 43,1% variasi perubahan kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan oleh variabel e-fiskus dan sosialisasi insentif pajak, sisanya dijelaskan variabel lain diluar model. Nilai signifikan F sebesar $0,004 < 0,05$ maka model penelitian ini layak digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4.5.1.2 Hasil Uji Hipotesis

H1 : E-fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai koefisien yang positif sebesar 0,434 dan signifikan sebesar $0,031 < 0,05$. Artinya e-fiskus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa

semakin baik tingkat pelayanan petugas pajak maka akan semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam kewajiban membayar pajak UMKM di Kota Semarang. Kepatuhan wajib pajak meningkat berarti pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak sudah baik.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Intan Puspanita, Asih Machfuzhoh, dan Refi Pratiwi, 2020), (Ni Nyoman Sulistya, I Nyoman Kusuma, dan I Made Sudiarta, 2021), menyatakan bahwa pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

H2 : Sosialisasi Insentif Pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan sosialisasi insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai koefisien yang positif sebesar 0,231 dan signifikan sebesar $0,037 < 0,05$. Artinya sosialisasi insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kegiatan sosialisasi insentif pajak yang diberikan kepada wajib pajak sudah tersampaikan dengan baik. Dengan tingkat sosialisasi insentif pajak yang tinggi akan berakibat pada meningkatnya penerimaan dalam membayar pajak UMKM di Kabupaten Kota Semarang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Nurul Aisyah Rachmawati dan Rizka Ramayanti, 2016), (Richard Andrew dan Dian Purnama Sari, 2021), menyatakan bahwa sosialisasi insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

H3 : Kesadaran WP Memoderasi Pengaruh Hubungan antara E-Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan kesadaran wajib pajak memperkuat hubungan antara e-fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini dikarenakan nilai koefisien regresi interaksi antara e-fiskus dengan kesadaran yang negatif sebesar -0,093 dan signifikansi sebesar $0,349 > 0,05$. Artinya interaksi e-fiskus dan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini berarti bahwa

dengan adanya kesadaran wajib pajak memperlemah atau tidak memperkuat hubungan antara e-fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Semarang. Pelayanan fiskus yang diberikan oleh petugas pajak tidak mempengaruhi kesadaran kepada wajib pajak akan pentingnya pajak UMKM.

Tidak adanya interaksi atau moderasi antara kesadaran wajib pajak dengan e-fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM kemungkinan dikarenakan pelayanan dari petugas pajak terbatas dan hanya banyak dilakukan secara online. Sehingga pada situasi saat ini wajib pajak sering lebih sering mengabaikan untuk melaksanakan kewajibannya, ditambah lagi karena kurang memiliki pemahaman terhadap perundang-undangan secara keseluruhan karena beberapa usaha dari wajib pajak masih dikategorikan baru, yang menyebabkan tidak adanya kesadaran wajib pajak dan berperilaku tidak patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Selvia Utami dan Lailatul Amanah, 2018) menemukan bahwa kesadaran wajib pajak tidak memperkuat hubungan antara pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

H4 : Kesadaran WP Memoderasi Pengaruh Hubungan antara Sosialisasi Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis keempat yang menyatakan kesadaran wajib pajak memperkuat hubungan antara sosialisasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini dikarenakan nilai koefisien regresi interaksi antara sosialisasi insentif pajak dengan kesadaran wajib pajak yang positif sebesar 0,047 namun signifikansi sebesar $0,370 > 0,05$. Artinya interaksi sosialisasi insentif pajak dan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal ini berarti dengan adanya kesadaran wajib pajak memperlemah atau tidak memperkuat hubungan antara sosialisasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Semarang.

Tidak adanya interaksi atau moderasi antara kesadaran wajib pajak dengan sosialisasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM kemungkinan dikarenakan pemberian sosialisasi terkait kebijakan Penurunan tarif pajak UMKM

PP No. 23 Tahun 2018 masih belum mampu membuat wajib pajak patuh untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Pemberlakuan aturan baru ini tidak mampu untuk mendorong masyarakat berperan serta dalam kegiatan kewajiban perpajakan, karena wajib pajak menganggap penurunan tarif pajak UMKM PP No. 23 Tahun 2018 tidak dapat memberikan keuntungan. Sehingga pada situasi saat ini menyebabkan tidak adanya kesadaran wajib pajak dan berperilaku tidak patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Intan Karunia Sari dan Saryadi, 2018) yang menemukan bahwa kesadaran wajib pajak memperlemah kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, karena hasil yang diperoleh tidak berpengaruh signifikan dan interaksi moderasi yang hasilnya adalah bukan memoderasi.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data peneliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. E-fiskus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Semarang. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak sudah baik sehingga kepatuhan wajib pajak akan pentingnya membayar pajak UMKM di Kota Semarang meningkat.
2. Sosialisasi insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi mengenai insentif pajak UMKM kepada wajib pajak sudah tersampaikan dengan baik sehingga tingkat kepatuhan akan pentingnya membayar pajak UMKM di Kota Semarang semakin meningkat.
3. Interaksi e-fiskus dan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Semarang. Hal ini berarti bahwa kesadaran wajib pajak memperlemah atau tidak memperkuat hubungan antara e-fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak akan pentingnya membayar pajak UMKM di Kota Semarang.
4. Interaksi sosialisasi insentif pajak dan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Semarang. Hal ini berarti bahwa kesadaran wajib pajak memperlemah atau tidak memperkuat hubungan antara sosialisasi insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak akan pentingnya membayar pajak UMKM di Kota Semarang.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan yang telah disajikan diatas maka implikasi yang diperoleh berdasarkan penelitian ini

diharapkan bagi masyarakat sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya membayar pajak, masyarakat harus mengetahui bahwa pajak yang dibayarkan langsung masuk ke kas negara dan dipergunakan negara untuk kepentingan umum, pembangunan, dan biaya penyelenggaraan negara. Selain itu, masyarakat juga perlu diberi kewenangan untuk mengawasi pajak yang telah dibayarkan, apakah telah disalurkan dengan benar atau tidak. Jika terjadi penyimpangan, maka harus dilaporkan kepada pihak yang berwenang. Selain itu dalam penelitian ini dapat memberikan masukan kepada Dinas Pendapatan Daerah Kota Semarang, ketika dalam pembuatan peraturan sosialisasi mampu mencakup seluruh elemen yang ada di masyarakat agar kepatuhan wajib pajak UMKM dapat mengalami peningkatan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

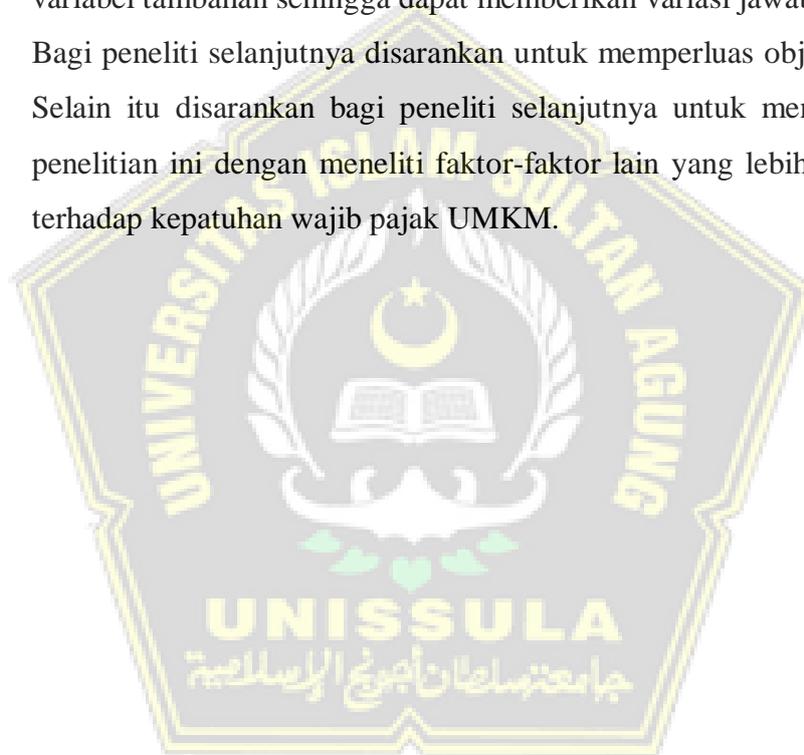
Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini. Keterbatasan penelitian tersebut antara lain:

1. Penelitian ini terkendala dalam pengambilan sampel dan pengumpulan data menggunakan kuesioner ada kemungkinan jawaban responden yang kurang objektif sehingga menimbulkan hasil yang kurang menunjukkan hasil yang sebenarnya.
2. Pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada masa pandemi Covid-19 sehingga menyebabkan dalam penyebaran kuesioner kepada responden terbatas dan membutuhkan waktu cukup lama.
3. Peneliti menggunakan beberapa variabel saja sehingga variabel-variabel tersebut belum dapat menjelaskan secara maksimal mengenai faktor-faktor yang menyebabkan patuh tidaknya wajib pajak dalam membayar pajak UMKM.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang dihadapi peneliti, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lain atau menambah metode lain dalam pengambilan sampel dan pengumpulan data sehingga data yang diperoleh lebih akurat seperti menggunakan metode wawancara dan bukan kuisioner. Bisa juga memberikan beberapa variabel tambahan sehingga dapat memberikan variasi jawaban.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian. Selain itu disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.





DAFTAR PUSTAKA

- 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).
- Antika, F. N., Budiman, N. A., & Mulyani, S. (2020, September). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Kudus Selama Pandemi Covid-19. In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 5, No. 1, pp. 408-417).
- ASRIANTI, Asrianti. *Pengaruh Pemahaman dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Preferensi Risiko sebagai Variabel Moderasi (Studi pada KPP Pratama Makassar Selatan)*. 2018. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Dewi, S., Widyasari, W., & Nataherwin, N. (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).
- FAIZA, Nurul. *Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. 2017. STIE Perbanas Surabaya.
- HS, Suardi. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Penduduk Miskin Di Kota Makassar*. 2015. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Listiyowati, L., Indarti, I., Wijayanti, F., & Setiawan, F. A. (2021). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 10(1), 41-59.
- MALAU, Yois Nelsari, et al. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib

Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Medan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 2021, 5.2: 551-557.

Masunga, F. J., Mapesa, H. J., & Nyalle, M. A. (2020). Quality of e-tax system and its effect on tax compliance (evidence from large taxpayers in Tanzania). *International Journal of Commerce and Finance*, 6(2), 145-158.

Megawangi, C. A. M., & Setiawan, P. E. (2017). Sosialisasi perpajakan memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak dan kualitas pelayanan pada kepatuhan wajib pajak badan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(3), 2348-2377.

MEIRANTO, Wahyu, et al. Pengaruh Sanksi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Pengetahuan dan Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2017, 6.3: 136-148.

Nadhor, K., Fatoni, N., Nurudin, N., & Zakiy, F. S. (2020). PENGARUH PENURUNAN TARIF PAJAK UMKM DAN SISTEM PELAYANAN ONLINE TERHADAP PERSEPSI WAJIB PAJAK (STUDI KASUS PADA UMKM YANG TERDAFTAR DI KPP SEMARANG BARAT). *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 11(1), 88-113.

RAMDAN, Andi Nurmansyah. *Pengaruh Perubahan Tarif, Metode Penghitungan dan Modernisasi Sistem Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Keadilan Pajak Sebagai Variabel Moderasi pada UMKM di Kota Makassar*. 2017. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

YUNIA, Ni Nyoman Sulistya; MAHAPUTRA, I. Nyoman Kusuma Adnyana; SUDIARTANA, I. Made. PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK KUALITAS PELAYANAN FISKUS, SANKSI PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK DAN PENURUNAN TARIF PAJAK UMKM PP NO. 23 TAHUN 2018 TERHADAP KEPATUHAN WAJIB

DENGAN PREFERENSI RISIKO SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 2021, 3.1: 106-116.

PEBRIYANTI, Pebriyanti. *PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SOSIALISASI PERPAJAKAN, DAN PEMBERIAN INSENTIF PPH FINAL UMKM TERHADAP KESADARAN WAJIB PAJAK UMKM DI KOTA PALEMBANG (Studi pada KPP Pratama Palembang Ilir Timur)*. 2021. STIE Multi Data Palembang.

Pratiwi, R. (2021). The Effect Of Understanding Taxation Regulations, Tax Rates, Tax Sanctions, Tax Socialization, Fiscus Services And Online Services On The Level Of Compliance With MSME Taxpayers. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 14(1).

Putra, B. P., Agustin, H., & Setiawan, M. A. (2020). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Preferensi Risiko Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(2), 2613-2619.

Rachmawati, N. A., & Ramayanti, R. (2016). Manfaat Pemberian Insentif Pajak Penghasilan dalam Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 176-185.

SARI, Intan Karunia; SARYADI, Saryadi. PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK MELALUI KESADARAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pelaku UMKM yang Terdaftar di KPP Pratama Semarang Timur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2019, 8.3: 126-135.

SYAFA'AT, Miftahus, et al. DETERMINAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR DENGAN SOSIALISASI SEBAGAI

VARIABEL MODERASI (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Cilacap). 2019. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

UTAMI, Selvia; AMANAH, Lailatul. Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Pajak, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 2018, 7.4.

Widyantari, N. P. D., Wahyuni, M. A., & Sulindawati, N. L. G. E. (2017). Pengaruh pemahaman peraturan perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan formal wajib pajak dengan kondisi keuangan sebagai variabel moderasi (studi kasus pada wajib pajak orang pribadi (WPOP) yang Terdaftar di KPP Pratama Singaraja). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 8(2).

Yuliani, S. D., & Setyaningsih, N. D. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dengan kesadaran perpajakan sebagai variabel moderating. *El Muhasaba Jurnal Akuntansi*, 11(1), 1-16.

