

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. *Theory of Planned Behaviour*

Teori ini merupakan teori yang diperluas dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Di dalam teori perilaku terencana menekankan atas rasionalitas pada berperilaku manusia serta adanya keyakinan bahwa perilaku manusia dikendalikan oleh kesadaran mereka. Menurut Nugraheni & Purwanto (2015) teori ini menjelaskan bagaimana manusia berkelakuan dan beraksi. Model TPB menyatakan bahwa niat individu dapat mempengaruhi perilaku individu untuk menjadi patuh atau tidak patuh terhadap peraturan perpajakan. Artinya, teori tersebut dapat mempengaruhi wajib pajak UMKM baik secara individu maupun kelompok dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Terdapat 3 bagian penting yang mempengaruhi kepatuhan. Pertama adalah sikap (*attitude*), dimana wajib pajak akan menentukan sikap taat atau tidak taat dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Kedua yaitu norma subjektif (*subjective norm*), menjelaskan keyakinan terhadap norma subjektif yang ada akan mempengaruhi manusia dalam berperilaku. Ketiga yaitu persepsi untuk mengendalikan perilaku (*Perceived Behavioral Control*), menjelaskan perilaku wajib pajak memiliki kendali dari diri sendiri atau dari pihak luar.

Dikaitkan dengan penelitian, Wajib Pajak akan meyakinkan diri dahulu dengan hasil yang didapatkan nantinya baru akan menentukan sikap atau perilaku kalau mereka mematuhi kewajiban perpajakan dengan sosialisasi dan pengetahuan yang diberikan mengenai insentif pajak tersebut. Sedangkan *subjective norm* dalam hal ini merupakan harapan normatif dengan adanya pemberian motivasi atas pemberlakuan kebijakan perpajakan baru mengenai insentif pajak yang disampaikan pemerintah sehingga diharapkan Wajib Pajak akan mematuhi kewajiban perpajakannya. *Control Beliefs*, kendali perilaku dari Wajib Pajak baik dari sendiri maupun dari luar yang akan menimbulkan Wajib Pajak untuk patuh menjalankan kewajiban perpajakannya.

2.1.2. Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Teori kepatuhan (*Compliance Theory*) merupakan teori yang dicetuskan oleh Stanley Milgram (1963). Kepatuhan adalah motivasi seseorang, kelompok atau organisasi untuk

melakukan atau tidak melakukan sesuatu terhadap perintah atau aturan yang diberikan. Teori kepatuhan ini diteliti dalam ilmu sosial khususnya psikologi dan sosiologi yang lebih menekankan pada pentingnya sosialisasi dalam mempengaruhi perilaku kepatuhan individu.

Tahar dan Rachman (2014) menjelaskan kepatuhan mengenai pajak merupakan kewajiban kepada Tuhan, baik bagi negara maupun masyarakat sebagai seorang wajib pajak untuk memenuhi segala aktivitas kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Kepatuhan wajib pajak didasari dengan kesadaran yang dimiliki oleh seorang wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya tetapi tetap berlandaskan dengan peraturan undang-undang yang berlaku.

Jika dikaitkan dengan penelitian, kesadaran wajib pajak itu merupakan motivasi yang datang dari dalam diri individu atau dari luar seperti sosialisasi dari Dirjen Pajak yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan serta tingkat kepatuhan wajib pajak.

2.1.3. Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Kepatuhan wajib pajak adalah semua hak dan kewajiban telah terpenuhi oleh wajib pajak sesuai dengan regulasi perundang-undangan pajak. Adapun kepatuhan wajib pajak dibagi menjadi dua yaitu :

1. Kepatuhan Pajak Formal

Fokus dalam mengarahkan wajib pajak agar patuh dengan undang-undang pajak seperti memiliki NPWP untuk orang yang sudah memiliki penghasilan, melaporkan SPT, tidak menunggak membayar pajak, dll.

2. Kepatuhan Pajak Material

Wajib pajak memenuhi ketentuan material pajak seperti mengisi SPT sesuai dengan fakta.

2.1.4. Insentif Pajak

Insentif pajak yaitu insentif apapun yang mengurangi beban pajak contohnya pengurangan tarif pajak atas laba, *tax holiday*, *loss carry forward* untuk tujuan pajak, pengurangan tarif peratan, komponen, dan bahan baku. Misalnya selama pandemic covid-19 pemerintah Indonesia memberikan insentif pajak berupa PPh 21 ditanggung pemerintah untuk pegawai dengan penghasilan kurang dari Rp 200 juta per tahun, PPh final UMKM 0,5 % ditanggung pemerintah, PPh final dari jasa konstruksi P3-TGAI ditanggung pemerintah, PPh

22 impor, insentif angsuran PPh 25, insentif PPN restitusi hingga jumlah lebih bayar paling banyak Rp 5 Miliar (Kompas, 2022).

Selama masa pandemic Covid-19 pemerintah memberikan kebijakan-kebijakan baru untuk menyelamatkan kelangsungan usaha para pelaku UMKM. Untuk itu pemerintah memberikan kebijakan insentif pajak. Insentif pajak menurut Dirjen Pajak adalah upaya yang diberikan pemerintah untuk meningkatkan investor dalam menanamkan modalnya. Insentif pajak dimaksudkan untuk memberikan efek positif terhadap investasi dan berbagai efek pengganda terhadap perekonomian sehingga akan meningkatkan penerimaan pajak. (Firmansyah *et al*, 2022).

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 9/PMK.03/2021 yang secara resmi mulai berlaku pada tanggal 1 Februari 2021. PMK ini menggantikan PMK 143/PMK.03/2020 yang menjelaskan bahwa fasilitas insentif COVID-19 berlangsung hingga 31 Desember 2021. Insentif PPh Final 0,5% Pajak Ditanggung oleh pemerintah. Hal ini terdapat pada Bab III insentif PPh Final berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. (Dewi, 2021)

Dapat disimpulkan bahwa insentif pajak ini merupakan insentif apapun yang mengurangi beban pajak untuk menyelamatkan kelangsungan usaha pelaku UMKM selama masa pandemic covid-19.

2.1.5. Pengetahuan Perpajakan

Pengetahuan perpajakan berisi tentang informasi perpajakan yang dapat dijadikan acuan untuk bertindak serta mengambil keputusan atau strategi yang berkaitan dengan pemenuhan hak dan kewajiban perpajakan. Tingkat pengetahuan tentang hak dan kewajiban dari wajib pajak mempengaruhi keputusan wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku. (Zulma, 2020).

Pengetahuan seseorang atas suatu ketentuan atau peraturan yang terkait dengan dirinya sangat penting termasuk hal mengenai peraturan pajak yang berisikan tentang hak dan kewajiban yang sudah melekat dalam diri wajib pajak. Jika wajib pajak sudah mengetahui hak dan kewajiban perpajakan, maka akan terbantu dalam memenuhi kewajibannya. (Wujarso *et al*, 2020).

Disimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan merupakan hal yang dijadikan acuan untuk mengambil keputusan serta tindakan mengenai peraturan pajak dimana didalamnya ada hak dan kewajiban dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

2.1.6. Sosialisasi Pajak

Sosialisasi perpajakan menurut Direktur Jendral Pajak adalah usaha dalam memberkan informasi terkait perpajakan baik kepada aparatur serta pemerintah maupun non pemerintah agar seelalu berkontribusi dalam menjalankan kewajiban pajak.

Dewi *et al*, (2020) mendefinisikan sosialisasi perpajakan sebagai sebuah upaya yang dilakukan oleh DJP untuk memberikan informasi mengenai perpajakan kepada wajib pajak, dimana informasi yang disampaikan mengenai regulasi prosedur berdasarkan metode yang berlaku.

Kegiatan sosialisasi pajak ini dilakukan berguna untuk meningkatkan pengetahuan para wajib pajak perihal peraturan dan undang-undang yang berkaitan dengan pajak sehingga diharapkan wajib pajak dapat melaksanakan kewajiban perpajakannya sesuai dengan tata cara yang ada. Oleh karena itu, dengan adanya sosialisasi ini diharapkan bisa meningkatkan kesadaran wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya sehingga kepatuhan wajib pajak pun semakin meningkat juga.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Insentif Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak”, peneliti melakukan studi atas penelitian-penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. 1 Jurnal Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Jawa <i>et al.</i> (2021) Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak dan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Pemilik UMKM di Kabupaten Malang)	Pengetahuan Pajak (X1) Sanksi Pajak (X2) Insentif Pajak (X3) Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	1. .Pengetahuan pajak, sanksi pajak, dan insentif pajak secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik UMKM di Kabupaten Malang.
2.	Wujarso <i>et al.</i> (2020) Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Jakarta	Pengetahuan Perpajakan (X1) Sanksi Pajak (X2) Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	1. Pengetahuan Perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Jakarta. 2. Sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap wajib pajak UMKM di Jakarta.

3. Dewi <i>et. al.</i> (2020) Pengaruh Insentif Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Selama Masa Pandemi Covid-19	Insentif Pajak (X1) Tarif Pajak (X2) Sanksi Pajak (X3) Pelayanan Pajak (X4) Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	<p>3. Pengetahuan perpajakan dan sanksi pajak secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Jakarta.</p> <p>1. Insentif Pajak selama pandemic covid-19 tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak</p> <p>2. Tarif pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.</p> <p>3. Sanksi Pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.</p> <p>4. Pelayanan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.</p>
4. Zulma (2020) Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia	Pengetahuan Wajib Pajak (X1) Administrasi Pajak (X2) Tarif Pajak (X3) Sanksi Perpajakan (X4) Kepatuhan Pajak (Y)	<p>1. Pengetahuan wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.</p> <p>2. Adminstrasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.</p> <p>3. arif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.</p> <p>4. Sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.</p>
5. Mudiarti & Mulyani (2020) Pengaruh Sosialisasi dan Pemahaman Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86 Tahun 2020 Terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan Pada Masa Covid-19 (Pada UMKM Orang Pribadi Sektor Perdagangan di Kudus)	Sosialisasi PMK No 86 Tahun 2020 (X1) Pemahaman PMK No 86 Tahun 2020 (X2) Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan (Y)	<p>1. Sosialisasi PMK No 86 Tahun 2020 berpengaruh positif terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan.</p> <p>2. Pemahaman PMK No 86 Tahun 2020 berpengaruh positif terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan.</p>
6. Fazriputri, Widiastuti & Lastiningsih (2021) Pengaruh Sosialisasi dan Pemahaman Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Masa Pandemi Covid-19	Sosialisasi Insentif Pajak (X1) Pemahaman Insentif Pajak (X2) Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y)	<p>1. Sosialisasi insentif pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.</p> <p>2. Pemahaman insentif pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.</p>

(Studi pada Pemilik UMKM di Kota Bekasi)			
7	Yulia <i>et al</i> (2020) Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Tingkat Pendidikan dan Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada UMKM di Kota Padang	Pengetahuan Perpajakan (X1) Kesadaran Wajib Pajak (X2) Tingkat Pendidikan (X3) Sosialisasi Perpajakan (X4) Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	1. Secara simultan pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, tingkat pendidikan dan sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. 2. Secara parsial kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
8	Andrew & Sari (2021) Insentif PMK 86/2020 di Tengah Pandemi Covid 19: Apakah Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Surabaya?	Sosialisasi Insentif PMK 86/2020 (X1) Tarif Pajak (X2) Pelayanan Fiskus (X3) Batas Waktu PP 23/2018 (X4) Sanksi Perpajakan (X5) Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y)	1. Sosialisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
9	Lestary <i>et al</i> (2021) <i>The Effect of Tax Fairness, Tax Socialization, and Tax Understanding on Tax Compliance : A Study on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)</i>	Keadilan Pajak (X1) Sosialisasi Pajak (X2) Pengetahuan Pajak (X3) Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y)	1. Keadilan pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. 2. Sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. 3. Pengetahuan Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
10	Latief, Zakaria & Mapparenta (2020) Pengaruh Kepercayaan Kepada Pemerintah, Kebijakan Insentif Pajak dan Manfaat Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	Kepercayaan Kepada Pemerintah (X1) Kebijakan Insentif Pajak (X2) Manfaat Pajak (X3) Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	1. Kepercayaan kepada pemerintah berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak KPP Makassar. 2. Insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak KPP Makassar Selatan. 3. Manfaat pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Makassar Selatan.

11	Indrawan & Bani (2018)	Pemahaman Pajak (X1) Pemahaman Pajak dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UKM (X2) Kepatuhan Pajak (Y)	1. Pemahaman pajak dan pengetahuan pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
12	Rosyida (2018)	Pengetahuan Perpajakan (X1) Kesadaran Wajib Pajak (X2) Pengetahuan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (X3)	1. Pengetahuan perpajakan berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

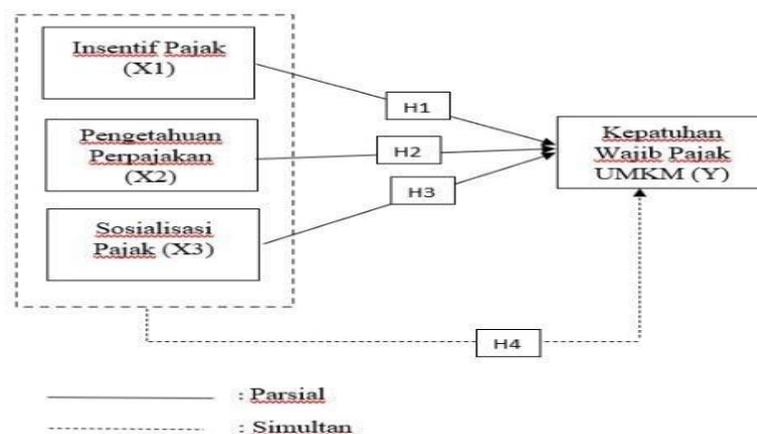
Sumber : Berbagai Artikel Ilmiah, 2021

2.3. Perbedaan dengan Penelitian Saat Ini

Perbedaan penelitian ini adalah berfokus pada pemanfaatan insentif pajak, pengetahuan perpajakan, dan sosialisasi pajak pada kepatuhan wajib pajak yang dilakukan pada pelaku UMKM di kota Tangerang Selatan. Sedangkan literasi sebelumnya lebih berfokus pada kajian kepatuhan wajib pajak yang dikaitkan dengan administrasi pajak, tarif pajak yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak (Zulma, 2020).

2.4 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2013), kerangka berpikir adalah sintesa dari berbagai teori dan hasil penelitian yang relevan yang menunjukkan lingkup suatu variabel atau lebih yang diteliti, perbandingan nilai satu variabel atau lebih pada sampel atau waktu yang berbeda, hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan pengaruh antar variabel pada sampel yang berbeda dan bentuk hubungan struktural. Berikut merupakan kerangka pemikiran dari teori yang diterapkan oleh peneliti.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata *hypo* yang berarti lemah dan *thesa* yang berarti pernyataan. Hipotesis biasanya berupa dugaan atau simpulan sementara yang masih ada kemungkinan benar atau salah. Hipotesis adalah pernyataan yang didefinisikan dengan baik mengenai karakteristik populasi (Latief,2019). Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan adalah insentif pajak, pengetahuan perpajakan, dan sosialisasi pajak. Sementara untuk variabel terikat yaitu kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Berdasarkan penerapan variabel-variabel di atas, maka rumusan hipotesis penelitian ini adalah:

2.5.1 Pengaruh Insentif pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Dewi *et al* (2020) menyatakan bahwa insentif pajak merupakan upaya pemerintah berupa pengurangan pajak yaitu *corporate income tax* (Pajak Penghasilan Badan), serta insentif pajak penghasilan pasal 21 ditanggung oleh pemerintah selama masa masa pajak April 2020 sampai dengan masa pajak September 2020. Pemberian tersebut dilakukan di masa pandemic corona yang menjadi bagian penting dari sektor perpajakan Indonesia, dimana kekhawatiran terhadap kondisi ekonomi semakin meningkat. Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Pada saat pandemi covid-19 penghasilan masyarakat berkurang sehingga mengurangi daya beli, bahkan terjadi juga pemutusan hubungan kerja karena perusahaan melakukan pengurangan karyawan.

Penelitian lain dilakukan oleh Firmansyah *et al* (2022) menyatakan bahwa insentif pajak merupakan upaya pemerintah untuk memberikan keringanan bagi para UMKM di masa pandemi Covid-19, hal ini berupa pajak ditanggung pemerintah, oleh karena itu UMKM tidak perlu menyetorkan pajak UMKM. Namun, fasilitas insentif pajak hanya digunakan setahun sekali, sehingga tidak memberikan banyak manfaat. Pelaku UMKM hanya membutuhkan bantuan setiap bulan untuk mempertahankan kelangsungan usaha mereka. Ditunjukkan dengan hasil penelitian bahwa insentif pajak tidak berpengaruh kepada kepatuhan Wajib Pajak karena pelaku UMKM mengaku tidak mengerti dengan pasti kebijakan tentang insentif pajak dan merasa tidak berminat dalam menggunakan fasilitas insentif ini.

Jika dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori kepatuhan dan teori *planned behaviour*. Dimana teori kepatuhan merupakan motivasi yang ada di dalam diri wajib pajak atau dari luar yaitu pihak Dirjen Pajak untuk meningkatkan pengetahuan perpajakannya. Teori *planned behaviour* dimana wajib pajak akan menentukan sikap menjadi patuh atau tidak terhadap kewajiban perpajakannya jika ada 3 tahap yang pertama adanya

kendali terhadap perilaku wajib pajak, yang kedua yaitu mendapatkan harapan normatif dengan diberikannya motivasi atas pemberlakuan kebijakan insentif pajak, dan yang ketiga yaitu menentukan sikap akan patuh atau tidak. Jika ada salah satu tahap yang terlewat misalnya wajib pajak tidak mendapatkan sosialisasi mengenai insentif pajak maka wajib pajak tidak akan mendapatkan pengetahuan serta motivasi mengenai pemanfaatan insentif pajak tersebut sehingga akan mempengaruhi kepatuhan wajib pajaknya juga.

Dengan teori di atas maka dapat disimpulkan bahwa pemberian insentif pajak tidak mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak.

H₁ = insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

2.5.2 Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Wujarso *et al* (2020) menyatakan bahwa cukup banyak wajib pajak pelaku usaha yang sudah sadar untuk membyar pajak, sebagai dampak dari informasi ketentuan pajak yang mereka terima. Dengan demikian artinya bahwa pengetahuan perpajakan yang dimiliki oleh Wajib Pajak UMKM akan turut serta membuat mereka menjadi patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Penelitian tersebut juga didukung oleh hasil penelitiannya bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Zulma (2020) mengungkapkan bahwa pengetahuan seorang wajib pajak sangat penting termasuk didalamnya mengenai peraturan perpajakan yang berkaitan dengan hak dan kewajiban dan sudah terpaku di dalam diri seorang wajib pajak. Jika sudah mengetahui hak dan kewajiban maka kita sebagai wajib pajak akan terbantu dalam mewujudkan kewajiban tersebut.

Jika dikaitkan dengan teori yang dipakai dalam penelitian yaitu teori kepatuhan, motivasi yang didapatkan oleh seorang wajib pajak baik dari dalam diri atau dari luar yaitu Dirjen Pajak yang akan meningkatkan pengetahuan serta tingkat kepatuhan wajib pajak. Teori kedua yaitu teori *planned behaviour* dimana pada teori ini diungkapkan bahwa perilaku manusia akan dikendalikan oleh kesadaran mereka. Seorang wajib pajak akan mengendalikan perilaku mereka dengan mendapatkan motivasi serta pengetahuan dari pihak luar atau DJP mengenai insentif pajak. Setelah mendapatkan pengetahuan mengenai insentif pajak, maka seorang wajib pajak akan meyakinkan dirinya bahwa insentif pajak tersebut akan membantu usahanya dan menentukan sikap untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya.

Dengan teori di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi serta mendorong kepatuhan Wajib Pajak untuk memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak.

H₂ = pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak

2.5.3 Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Fazriputri, Widiastuti & Lastiningsih (2021) menyatakan bahwa sosialisasi pajak merupakan upaya yang dilaksanakan untuk memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai informasi terkait pajak kepada Wajib Pajak dengan harapan dapat meningkatkan kepatuhan dalam membayar pajak. Dari pernyataan tersebut juga didukung dengan hasil penelitiannya yang menunjukkan bahwa sosialisasi mengenai insentif pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Jika dikaitkan dengan teori yang dipakai yaitu teori *planned behaviour* dimana teori ini sangat berkaitan dengan kepatuhan wajib pajak dan salah satu komponennya yaitu niat dan norma subjektif. Kedua komponen itu muncul karena adanya tindakan dari pihak luar yaitu Dirjen Pajak yang memberikan hak kepada wajib pajak berupa sosialisasi pajak mengenai insentif pajak yang diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepatuhan pajak. Diharapkan dengan adanya sosialisasi tentang insentif pajak ini dapat meningkatkan tingkat kepatuhan pajak.

Dengan teori di atas maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi mengenai insentif pajak dapat meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak.

H₃ = sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak

2.5.4. Pengaruh Insentif Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Yulia *et al* (2020) menyatakan bahwa pengetahuan pajak adalah proses bagi wajib pajak untuk paham dan tahu mengenai peraturan dan Undang-Undang perpajakan serta menggunakannya untuk melaksanakan kewajiban perpajakan seperti membayar dan melaporkan SPT. Sosialisasi perpajakan yaitu sosialisasi yang secara tidak langsung memberikan peningkatan pengetahuan perpajakan. Didukung dengan hasil penelitian bahwa pengetahuan pajak dan sosialisasi pajak secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Penelitian lain dilakukan oleh Jawa *et al* (2021) yang hasil penelitiannya menunjukkan

pengetahuan pajak, sanksi pajak dan insentif pajak secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Dikaitkan dengan teori *planned behaviour* dengan 3 bagian penting di dalamnya yaitu niat, norma subjektif, dan kendali atas perilaku. wajib pajak akan mendapatkan sosialisasi dan pengetahuan dari pihak luar yaitu Dirjen Pajak kemudian wajib pajak akan meyakinkan bahwa insentif pajak dapat dimanfaatkan dan membantu usahanya terhadap kelanjutan usahanya. Setelah itu wajib pajak akan menentukan sikap untuk taat terhadap kewajiban perpajakannya. Teori kedua yaitu teori kepatuhan, dimana wajib pajak akan mendapatkan yang diberikan Dirjen Pajak dalam memberikan sosialisasi dan pengetahuan tentang insentif pajak. Sosialisasi dan pengetahuan ini yang akan meningkatkan kepatuhan pajaknya.

Dengan teori di atas dapat maka dapat disimpulkan insentif pajak, pengetahuan perpajakan, dan sosialisasi pajak dapat meningkatkan tingkat kepatuhan Wajib Pajak.

H₄ = Insentif pajak, pengetahuan perpajakan, dan sosialisasi pajak secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak.