



JURNAL
AKUNTANSI DAN GOVERNANCE ANDALAS

Journal homepage: jaga.unand.ac.id



Pengaruh Tarif Pajak Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku UMKM Setelah Penerapan PP No. 23 Tahun 2018: Perspektif *Sunset Clause*

Qurratul Aini^a, Fauzan Misra^b Riyadi Aprayuda^c

^aJurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

^bJurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, email: fauzanmisra@eb.unand.ac.id

^cJurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Batam

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Sejarah artikel: Diterima: 1 Agus 2020 Diterima revisian: 15 Nov 2020 Diterima publikasi: 2 Des 2020	<i>This study aims to empirically examine the effect of reducing tax rates and taxation socialization on taxpayer compliance with MSMEs after the application of PP No. 23 of 2018 from the perspective of the sunset clause. Sunset clause is The sampling technique uses purposive sampling. Based on the criteria set, the number of samples obtained was 60 respondents. The results of this study indicate that the reduction in tax rates has a significant influence on taxpayer compliance. Likewise, tax socialization also has a significant effect on tax compliance. As a practical contribution, the results of this study imply that the tax authorities are expected to be able to make policies that are perceived as fair and do not burden taxpayers regarding tax rates or other rules. In addition, the tax authorities need to make taxation socialization as an important tool to improve tax compliance.</i>
Kata Kunci: Tax rates Tax Socialization Taxpayer Compliance Sunset Clause	

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber pendapatan yang memiliki pengaruh penting dalam menopang pembangunan suatu negara. Salah satu sumber penerimaan pajak potensial di Indonesia saat ini

adalah pajak yang berasal dari sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dikutip dari CNN Indonesia (2016) Kementerian Koperasi dan UKM mencatat kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM menjadi salah satu pondasi kuat dalam perekonomian Indonesia.

Untuk wilayah Sumatera Barat khususnya kota Padang, jumlah UMKM mengalami peningkatan yang cukup pesat dalam tahun-tahun belakangan ini. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kota Padang mencatat sebanyak 2.953 UMKM tumbuh selama tahun 2017. Pernyataan kepala Dinas Koperasi dan UMKM kota Padang Yunisman, hingga 2017 jumlah UMKM secara keseluruhan di daerah itu telah mencapai 81.182 UMKM (Antara Sumbar, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa kota Padang memiliki potensi perpajakan yang cukup besar.

Pertumbuhan UMKM yang semakin meningkat diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penerimaan pajak negara. Namun dalam pelaksanaannya pertumbuhan sektor UMKM belum memberikan kontribusi yang optimal terhadap penerimaan pajak. Dikutip dari Bisnis.com (2019) Kementerian Keuangan mencatat bahwa sampai saat ini UMKM telah mencapai 65% dari sisi jumlah pelaku usaha dalam perekonomian di Indonesia, tapi dari sisi jumlah pembayar pajak yang aktif, baru mencapai 1,8 juta UMKM. Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menerangkan bahwa kontribusi penerimaan pajak ditahun 2018 dari sektor UMKM berada pada kisaran Rp. 5,7 triliun, atau masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan total penerimaan perpajakan nasional yang mencapai Rp. 1.500 triliun.

Indonesia yang menganut *Self Assessment System* telah memberikan suatu kebebasan dan tanggung jawab besar kepada wajib pajak dalam menyelenggarakan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Efektivitas pelaksanaan *Self Assessment System* sangat tergantung pada kejujuran dan kepatuhan wajib pajak, namun hal ini sering dengan sengaja disalahgunakan oleh wajib pajak (Andreas and Savitri, 2015). Oleh karena itu kepatuhan wajib pajak masih menjadi persoalan utama belum optimalnya penerimaan pajak.

Kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah tinggi rendahnya tarif pajak yang ditetapkan (Rahayu, 2017). Edlund dan Aberg dalam Simanjuntak dan Mukhlis (2012) mengatakan bahwa dengan penurunan tarif menjadi rendah dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Tarif pajak yang tinggi tentunya memberikan dorongan wajib pajak untuk berupaya mengurangi jumlah utang pajaknya melalui tindakan penghindaran maupun penyelundupan pajak (Rahayu, 2017). Oleh sebab itu, untuk dapat memotivasi wajib

pajak patuh dalam menjalankan kewajibannya diperlukan faktor pendorong melalui suatu kebijakan yang meliputi penetapan tarif pajak yang tepat dan berpihak pada wajib pajak.

Pemerintah terus berupaya untuk bisa meningkatkan kepatuhan wajib pajak pada sektor UMKM. Terkait dengan penetapan tarif, pemerintah telah memberlakukan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018 yang merupakan revisi dari PP Nomor 46 Tahun 2013. Perubahan ini dilakukan karena peraturan sebelumnya banyak menuai kontra dari wajib pajak. Tarif pajak sebesar 1% dari total omset dirasa tidak adil dan cukup memberatkan karena tidak mencerminkan kemampuan membayar (*ability to pay*).

PP Nomor 23 Tahun 2018 memberikan insentif berupa penurunan tarif pajak menjadi 0,5% dari total omset. Namun dalam peraturan ini disebutkan adanya *sunset clause* yang berupa batasan waktu dan juga mencakup batasan peredaran bruto atau omset yang tidak melebihi Rp. 4,8 milyar dalam setahun. Batas waktu ditujukan bagi wajib pajak yang memilih menggunakan tarif final, yaitu tiga tahun untuk wajib pajak badan berbentuk perseroan terbatas (PT), empat tahun untuk badan tertentu (persekutuan komanditer, koperasi, dan firma) dan tujuh tahun untuk orang pribadi. Hal ini dijadikan sebagai kurun waktu bagi wajib pajak pelaku usaha untuk mampu mempersiapkan pembukuan dan membuat mereka lebih sadar terkait kewajiban perpajakannya.

Penerapan *sunset clause* dirasa perlu diawasi oleh pemerintah khususnya fiskus, terutama bagi wajib pajak yang memiliki omset hampir mendekati batas Rp. 4.8 milyar dalam setahun. Sebab dikhawatirkan nantinya akan ada tindakan manipulasi atau menurunkan omset sehingga mereka bisa memanfaatkan tarif yang sama hingga jangka waktu yang ditetapkan. Jadi meskipun tarif pajak turun, namun belum tentu mempengaruhi kepatuhan mereka dalam menghitung dan membayarkan pajak sesuai dengan omset yang sesungguhnya. Selain itu, wajib pajak juga cenderung tidak bersemangat dalam mengembangkan usahanya karena mereka tidak ingin dikenai tarif pajak yang lebih tinggi.

Kemudian untuk mendorong kepatuhan wajib pajak juga diperlukan berbagai bentuk sosialisasi dari fiskus mengenai informasi perpajakan yang berlaku. Masih banyak pelaku UMKM yang beranggapan bahwa semakin besar omset yang diperoleh menyebabkan semakin banyak pula tanggungan pajak yang harus dibayarkan. Hal ini menimbulkan perspektif buruk dari para pelaku UMKM terhadap perpajakan, sehingga peran pemerintah menjadi sangat penting dalam menghadapi permasalahan ini (Anwar dan Syafiqurrahman, 2016).

Disamping itu, sosialisasi terkait perpajakan masih belum optimal didapatkan oleh pelaku usaha, sehingga banyak dari mereka yang belum memahami pokok-pokok perubahan

yang diatur dalam peraturan yang berlaku. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi yang maksimal dari petugas pajak diharapkan mampu merubah persepsi negatif pelaku usaha, dengan memberikan edukasi, pembinaan dan pemahaman mengenai teknis, manfaat, serta informasi perpajakan lainnya. Anwar dan Syafiqurrahman (2016) menyebutkan bahwa dengan memberikan pemahaman kepada wajib pajak mengenai fungsi pajak, secara tidak langsung memberikan kesadaran kepada pelaku usaha untuk menjalankan kewajiban perpajakannya. Langkah ini diharapkan berujung pada kepatuhan pajak sukarela (*voluntary tax compliance*) dengan mendorong pelaku UMKM untuk berkontribusi dalam menjalankan kewajiban perpajakan dan memenuhi haknya.

Sesuai dengan penelitian empiris terdahulu yang dilakukan oleh Ananda, Kumadji dan Husaini (2015) dan Anwar dan Syafiqurrahman (2016), ditemukan bukti bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Jika sosialisasi perpajakan dilakukan secara baik dan maksimal, maka wajib pajak pelaku UMKM akan semakin patuh terhadap kewajiban membayar pajak. Hasil berbeda ditemukan dari penelitian yang dilakukan oleh Lianty, Hapsari, dan Kurnia (2017) dan Winerungan (2013) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Adanya inkonsistensi dikarenakan kegiatan sosialisasi belum maksimal dimana materi atau informasi perpajakan tidak bersifat detail. Pengetahuan pajak yang tidak mendalam menyebabkan mereka tidak memahami bagaimana caranya melaksanakan kewajiban perpajakan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dilakukan untuk menguji secara empiris pengaruh tarif pajak dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM dengan perspektif *sunset clause*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak yang terlibat, terutama masukan bagi fiskus untuk melakukan pengawasan terhadap pelaku usaha yang memanfaatkan tarif pajak final ini dengan omset yang mendekati batas Rp 4.8 miliar dan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pelaksanaan kebijakan serta kegiatan sosialisasi terhadap pelaku UMKM.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kepatuhan Pajak Pelaku UMKM

Self Assesment System yang dianut Indonesia menuntut wajib pajak untuk ikut serta aktif dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Dalam hal ini tentunya sangat dibutuhkan kepatuhan dari wajib pajak agar tercapai target penerimaan pajak secara optimal. Kepatuhan

perpajakan merupakan ketaatan wajib pajak dalam melaksanakan ketentuan perpajakan yang berlaku (Rahayu, 2017). Wajib pajak yang patuh adalah wajib pajak yang dengan kesadarannya mampu memenuhi semua kewajiban dan melaksanakan hak perpajakannya sesuai dengan aturan perundang-undangan.

Menurut Sofyan (2005) dalam Fasmi dan Misra (2014), terdapat dua macam kepatuhan pajak, yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal adalah suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan secara formal sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan. Misalnya memiliki NPWP bagi yang telah memperoleh penghasilan dalam satu tahun yang melebihi penghasilan tidak kena pajak (PTKP), dan melaporkan Surat Pemberitahuan Pajak Penghasilan (SPT PPh) masa atau tahunan sebelum batas waktu. Sedangkan kepatuhan material yaitu suatu keadaan dimana wajib pajak secara substantif memenuhi semua ketentuan material perpajakan, yakni sesuai isi dan jiwa undang-undang perpajakan. Misalkan wajib pajak yang mengisi SPT dengan benar, lengkap dan jelas sesuai ketentuan. Kepatuhan wajib pajak dapat diukur dengan menggunakan indikator sesuai kriteria wajib pajak patuh, diantaranya paham dan memahami UU perpajakan, mengisi SPT dengan benar, menghitung pajak dengan benar, membayar pajak tepat pada waktunya dan tidak mempunyai tunggakan pajak (Arum, 2012).

Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018

Sebagai upaya dalam meningkatkan kontribusi wajib pajak sektor UMKM, pemerintah berusaha memberikan keringanan dengan menetapkan kebijakan baru yang dituangkan dalam PP Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. Peraturan ini resmi berlaku sejak 1 Juli 2018 dengan penurunan tarif PPh final dari sebelumnya sebesar 1% menjadi 0,5%. Dalam regulasi ini terdapat suatu kebijakan yang disebut dengan *sunset clause* atau aturan mengenai batasan terkait dengan total omset dan waktu untuk memanfaatkan tarif pajak final sebesar 0,5% tersebut.

Pasal 2 ayat (1) menyatakan bahwa atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak dalam negeri yang memiliki peredaran bruto tertentu, dikenai pajak penghasilan yang bersifat final dalam jangka waktu tertentu. Untuk dapat memanfaatkan tarif pajak final ini maka pemerintah menetapkan batasan waktu yaitu 7 tahun pajak untuk WPOP, 4 tahun pajak untuk WP badan berbentuk koperasi, CV, atau firma, dan 3 tahun untuk WP berbentuk PT. Pada bagian penjelasan umum dalam PP No. 23 Tahun 2018 disebutkan bahwa pemberlakuan jangka waktu tertentu dimaksudkan sebagai masa pembelajaran bagi wajib pajak

untuk dapat menyelenggarakan pembukuan sebelum dikenai pajak penghasilan dengan rezim umum.

Dalam Pasal 3 ayat (1) dinyatakan Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu yang dikenai Pajak Penghasilan final sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) merupakan:

- a. Wajib Pajak orang pribadi; dan
- b. Wajib Pajak badan berbentuk koperasi, persekutuan komanditer, firma, atau perseroan terbatas, yang menerima atau memperoleh penghasilan dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp 4.800.000.000 dalam satu tahun pajak.

Dalam Pasal 3 ayat (2) disebutkan bahwa Wajib Pajak yang dikecualikan dari penggunaan tarif PPh final terbaru adalah:

- a. Wajib Pajak yang memilih untuk dikenai Pajak Penghasilan tarif Pasal 17 ayat (1) huruf a, Pasal 17 ayat (2a), atau Pasal 31E Undang-Undang Pajak Penghasilan.
- b. Wajib Pajak badan berbentuk persekutuan komanditer atau firma yang dibentuk oleh beberapa WPOP yang memiliki keahlian khusus menyerahkan jasa sejenis dengan jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas.
- c. Wajib Pajak badan memperoleh fasilitas Pajak Penghasilan berdasarkan Pasal 31A Undang-Undang Pajak Penghasilan atau Peraturan Pemerintah Nomor 94 Tahun 2010.
- d. Wajib Pajak berbentuk Bentuk Usaha Tetap.

Tujuan diberlakukannya peraturan ini adalah untuk lebih memberikan keadilan kepada wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu yang telah mampu melakukan pembukuan dan mendorong masyarakat untuk berperan serta dalam kegiatan ekonomi formal.

Sunset Clause

Asal mula munculnya gagasan metode *sunset clause* dalam suatu sistem perundang-undangan berasal dari Thomas Jefferson yang merupakan Presiden ke-3 Amerika Serikat, dimana mengatakan *every law, naturally expires at the end of 19 years*. Pernyataan tersebut menjadi gagasan awal berlakunya metode *sunset clause* dalam perundang-undangan. Pengertian dari *sunset clause* adalah diberikannya masa kadaluarsa bagi suatu peraturan yang berlaku. Menurut Brian Baugus dan Feler Bose dalam Kurnia (2017), dalam hal ini dapat dipahami bahwasanya dalam sistem perundang-undangan yang menerapkan metode *sunset clause* akan diberikan sebuah klausul batas pemberlakuan suatu peraturan. Klausul dalam metode *sunset clause* yang disematkan dalam undang-undang/peraturan hukum lain, memungkinkan legislatif/badan yang membuat peraturan untuk melakukan peninjauan kembali

terhadap aturan yang berlaku. Peninjauan kembali dilakukan dalam batas waktu kadaluarsa yang telah ditentukan.

Terkait dengan Peraturan Pemerintah (PP) No 23 Tahun 2018, saat ini pemerintah juga menerapkan metode *sunset clause*, dimana terdapat kebijakan batas waktu bagi wajib pajak yang menggunakan tarif final ini. Selain mengenai batas waktu, terdapat juga penetapan batas omset yang diberlakukan bagi wajib pajak untuk bisa menggunakan tarif ini, yaitu dengan omset yang tidak melebihi Rp 4,8 miliar dalam setahun. Kebijakan ini bertujuan mendorong para pelaku UMKM untuk semakin tertib melakukan pembukuan dan mengedukasi diri untuk tertib menyusun laporan keuangan. Kemudian setelah melewati batas waktu dan omset yang ditetapkan, wajib pajak dapat melaksanakan pembukuan dan kewajiban sesuai rezim umum atau pajak normal sesuai UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Dengan diberlakukannya *sunset clause*, diharapkan pemerintah dapat mendukung melalui pelatihan dan pendampingan UMKM dalam penyusunan laporan keuangan, serta meningkatkan pemahaman terkait kewajiban perpajakan.

Theory of Planned Behavior

Theory of planned behavior menjelaskan bahwa perilaku yang ditimbulkan oleh individu muncul karena adanya niat untuk berperilaku (Burhan, 2015). Ada tiga faktor yang mempengaruhi niat untuk berperilaku (Mustikasari dalam Burhan, 2015) yaitu: (1) *Behavior Beliefs*, yaitu keyakinan individu akan hasil dari suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut, (2) *Normative Beliefs*, yaitu keyakinan tentang harapan normatif orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut. Hal ini terkait dengan keyakinan bahwa orang lain mampu mendorong atau menghambat untuk melaksanakan perilaku. (3) *Control Beliefs*, yaitu keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut (*perceived power*).

Bila dikaitkan dengan *theory of planned behavior*, penetapan kebijakan terkait tarif pajak merupakan dorongan eksternal dalam hal ini pemerintah, yang memotivasi diri wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakan. Tarif pajak berkaitan dengan perhitungan jumlah utang pajak. Penetapan tarif pajak yang tinggi akan mendorong wajib pajak untuk berupaya mengurangi jumlah utang pajaknya, baik melalui tindakan penghindaran ataupun penyelundupan pajak (Rahayu, 2017). Kebijakan pajak yang dilakukan dengan menaikkan atau menurunkan tarif pajak akan mempengaruhi perilaku patuh wajib pajak. Hal ini sesuai dengan

perceived behavioral control yang menjelaskan bahwa keberadaan hal-hal tertentu dapat mendukung atau justru menghambat perilaku seorang wajib pajak.

Oleh sebab itu pemerintah perlu menetapkan kebijakan terkait tarif pajak yang dirasa dapat berpihak pada wajib pajak. Dimana penetapan tarif pajak yang adil, sebanding dengan kemampuan dalam membayar pajak dan tidak memberatkan bagi wajib pajak. Sehingga diharapkan dapat mendorong niat wajib pajak untuk ikut berkontribusi dalam membayar pajak secara sukarela.

Selain itu, motivasi dalam diri wajib pajak juga dapat didorong dengan adanya upaya berupa sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh fiskus. Tujuannya untuk menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai aturan, sistem, atau informasi perpajakan lainnya, serta sebagai sarana membina pelaku UMKM dalam melaksanakan kewajiban dan hak perpajakannya. Disamping melalui berbagai media baik cetak maupun elektronik, fiskus diharapkan dapat melakukan sosialisasi melalui penyuluhan atau seminar terhadap pelaku UMKM secara berkala dan merata.

Adanya perubahan terhadap peraturan perpajakan bagi pelaku UMKM menjadi alasan ketidaktahuan pelaku usaha sehingga berakibat pada ketidakpatuhan mereka dalam menjalankan kewajiban. Oleh sebab itu, kegiatan penyuluhan pajak memiliki andil besar dalam menyukseskan sosialisasi ke seluruh pelaku usaha. Semakin baik dan maksimalnya proses sosialisasi diharapkan mampu meningkatkan kesadaran wajib pajak untuk berpartisipasi dalam membayar pajak. Sehingga mendorong pelaku usaha untuk patuh dalam melaksanakan kewajiban dan memenuhi haknya sebagai wajib pajak.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Penetapan tarif yang adil kepada wajib pajak merupakan salah satu faktor eksternal yang mampu mendorong keinginan wajib pajak sebagai pelaku usaha untuk memenuhi kewajibannya. Adil yang dimaksudkan adalah disesuaikan dengan kondisi kemampuan atau penghasilan yang diperoleh pelaku usaha untuk membayar pajak. Jika pelaku usaha merasa diperlakukan adil maka mereka akan menerima dan mematuhi aturan yang ada secara sukarela.

Menurut Wahyuningsih (2016), Haryo (2003) dan Prawagis, Zahroh, dan Mayowan (2016), tarif pajak merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Jika tarif pajak yang ditetapkan dapat memberikan keadilan yang sesuai dengan kemampuan membayar wajib pajak maka akan meningkatkan kepatuhan perpajakan. Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM.

Pengaruh Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi merupakan salah satu cara untuk dapat memotivasi diri wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Dengan adanya perubahan terhadap peraturan pajak UMKM, diharapkan fiskus dapat melaksanakan sosialisasi dengan optimal kepada pelaku usaha agar memahami segala hal yang berhubungan dengan sistem dan peraturan perpajakan berlaku. Terdapat beberapa indikator sosialisasi oleh Ditjen Pajak yang merupakan kegiatan sadar dan peduli pajak serta memodifikasi program pengembangan pelayanan perpajakan (Winerungan, 2013):

- a. Penyuluhan
- b. Diskusi dengan wajib pajak dan tokoh masyarakat
- c. Informasi langsung dari petugas ke wajib pajak
- d. Pemasangan *billboard* dan atau spanduk di pinggir jalan atau di tempat-tempat lainnya yang strategis dan mudah dilihat oleh masyarakat.

Studi empiris terdahulu yang dilakukan oleh Ananda, Kumadji dan Husaini (2015) dan Anwar (2016), menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Artinya jika sosialisasi dilakukan secara baik dan maksimal, maka wajib pajak akan semakin patuh terhadap kewajibannya. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H2: Sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM.

3. METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang terdapat di kota Padang. Teknik penentuan sampel adalah *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011). Beberapa kriteria sampel dalam penelitian yaitu pelaku usaha sebagai wajib pajak dan memiliki omset kurang dari Rp 4,8 miliar setahun. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner dibagikan langsung kepada pelaku UMKM yang telah dipilih sebagai sampel. Pembobotan kuesioner menggunakan skala likert yang terdiri dari sejumlah pernyataan dengan beberapa kategori jawaban.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu tarif pajak dan sosialisasi perpajakan, serta variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM. Menurut Rahayu (2017) kepatuhan perpajakan merupakan ketaatan wajib pajak dalam

melaksanakan ketentuan perpajakan yang berlaku. Instrumen pengukur variabel ini bersumber dari penelitian Zahidah (2010), dengan melakukan modifikasi beberapa item pernyataan yaitu terkait dengan kepatuhan wajib pajak terhadap kebijakan yang berlaku pada PP No. 23 Tahun 2018. Disamping itu, penurunan tarif menjadi 0,5% ditujukan untuk dapat mengurangi beban pajak pelaku usaha. Instrumen pengukur tarif pajak bersumber dari penelitian Armina (2016). Sosialisasi merupakan salah satu cara untuk dapat memotivasi diri wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Sosialisasi yang dilakukan oleh fiskus berupa informasi di media cetak dan elektronik, penyampaian informasi langsung dari petugas ke wajib pajak, serta seminar atau penyuluhan secara langsung ke lokasi tertentu yang memiliki potensi pajak. Instrumen variabel ini bersumber dari penelitian Fauziyah (2016). Dalam analisis data, peneliti menggunakan uji instrumen dan uji asumsi klasik, serta uji hipotesis yang dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini berjumlah 60 orang yang merupakan pelaku UMKM yang tersebar di kota Padang. Berdasarkan data yang diperoleh, demografi responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 34 orang (56,67%) dan sisanya perempuan sebanyak 26 orang (43,33%). Dari tingkat usia responden < 30 tahun sebanyak 34 orang, usia 30-50 tahun sebanyak 15 orang, dan sisanya >50 tahun berjumlah 11 orang. Sementara itu dari tingkat pendidikan terakhir jumlah responden tertinggi adalah dengan pendidikan S1 sebanyak 27 orang dan terendah S2 yaitu 1 orang. Kemudian responden berdasarkan jenis usaha dagang berjumlah 34 orang, jasa 15 orang, industri olahan pangan sebanyak 9 orang, industri olahan kayu dan barang kulit masing-masing 1 orang. Terakhir berdasarkan lama menjalankan usaha <5 tahun sebanyak 18 orang, antara 5-10 tahun sebanyak 28 orang dan >10 tahun sebanyak 14 orang.

Hasil Uji Instrumen

Penelitian ini diawali dengan melakukan uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini dengan membandingkan nilai r -hitung dengan nilai r -tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. Kriteria yang ditetapkan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator adalah r hitung besar dari r -tabel pada taraf signifikan 0,05. Untuk melakukan uji validitas ini, kuesioner disebarikan kepada 40 responden dan diperoleh r tabel sebesar 0,3120. Hasil uji validitas semua item instrumen menunjukkan nilai r hitung > r tabel

(0,3120). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item yang ada dalam indikator variabel - variabel pada penelitian ini adalah valid.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat *Cronbach Alpha*. Suatu data akan dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha* hitung $> 0,60$ (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2011). Berdasarkan hasil uji reliabilitas semua variabel dalam penelitian ini dikatakan reliabel karena memenuhi syarat yaitu nilai *cronbach alpha* yang diperoleh diatas 0,60.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Dalam melakukan uji normalitas, untuk menentukan normal atau tidaknya suatu data pada setiap variabel dapat menggunakan uji statistik non-parametik *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Data dapat dikatakan normal apabila nilai dari Asymp. Sig. (2-tailed) $>$ dari tingkat signifikan yang telah ditentukan (0,05). Hasil Uji *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,853 $>$ 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Dalam pengujian multikolinearitas, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel. Ada atau tidaknya korelasi antar variabel dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* $>$ 0,10 dan *VIF* $<$ 10 maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Berdasarkan hasil pengujian, variabel independen memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,601 $>$ 0,10 dan nilai *VIF* sebesar 1,664 $<$ 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas. Selanjutnya model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, untuk melihat ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *Glesjer*. Jika variabel independen mempunyai nilai signifikan $>$ 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji *glesjer* menunjukkan bahwa variabel tarif pajak dan sosialisasi perpajakan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,803 dan 0,692 artinya diatas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini persamaan regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel tarif pajak dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM. Berikut adalah hasil pengolahan data regresi linear berganda:

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t hitung	Nilai Sig.	Keterangan
Konstanta	12,897	3,181	0,002	
Tarif Pajak	0,914	2,410	0,019	Signifikan
Sosialisasi Perpajakan	0,688	2,044	0,046	Signifikan

Sumber: Data olahan SPSS

Dalam melakukan Uji T, apabila hasil dari pengujian menunjukkan nilai signifikan $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 1 diatas, hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk tarif pajak sebesar 0,019 yang berarti < 0.05 , maka hal ini membuktikan bahwa H_1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tarif pajak berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM. Kemudian untuk variabel sosialisasi perpajakan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,046 yang berarti < 0.05 , maka hal ini membuktikan bahwa H_2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepatuhan perpajakan.

Selanjutnya berdasarkan hasil uji F yang dilakukan, pada tabel Anova diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 maka $< 0,05$ yang berarti H_a diterima/ H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel tarif pajak dan sosialisasi perpajakan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kemudian dari hasil pengujian koefisien determinasi (R^2), pada tabel *model summary* diperoleh angka sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
Analisis			

1	0,567	0,321	0,297
---	-------	-------	-------

Sumber: Data olahan SPSS

Dari tabel 2 dapat diartikan bahwa sebesar 0,297 atau 29,7% kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh tarif pajak dan sosialisasi perpajakan, sedangkan sisanya sebesar 70,3% dapat dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama disimpulkan bahwa tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Dapat dijelaskan bahwa perubahan kebijakan dengan menurunkan tarif pajak saat ini tergolong adil dan tidak memberatkan bagi pelaku UMKM. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Wahyuningsih (2016) yang menemukan hasil bahwa tarif pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Semakin adil tarif pajak yang dikenakan atas penghasilan maka akan mendorong perilaku patuh dalam membayar pajak.

Terkait kebijakan penurunan tarif dalam PP No 23 Tahun 2018 sangat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, namun disamping itu beberapa dari pelaku usaha justru menyayangkan adanya *sunset clause*, sebab mereka tentu menginginkan pengenaan tarif pajak yang rendah tapi tidak terbatas oleh omset dan waktu. Dalam hal ini pemerintah dan fiskus diharapkan dapat mengkaji kembali aturan perpajakan yang telah ditetapkan dan melakukan pengawasan terhadap wajib pajak yang memiliki omset mendekati batasan yang telah ditentukan, tujuannya untuk meminimalisir kemungkinan adanya kecurangan oleh wajib pajak yang tidak patuh, sehingga dapat mendorong pelaku usaha untuk menjalankan kewajiban perpajakannya dengan benar.

Hasil pengujian hipotesis berikutnya dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi yang diberikan oleh fiskus kepada wajib pajak cukup baik dan diindikasi dapat mendorong perilaku patuh wajib pajak. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ananda, Kumadji dan Husaini (2015) dan Anwar (2016), yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi perpajakan diperoleh oleh wajib pajak pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media cetak dan elektronik. Namun untuk sosialisasi yang dilakukan fiskus melalui penyuluhan atau seminar ternyata masih belum secara merata didapatkan oleh pelaku UMKM di kota Padang. Hal ini menyebabkan beberapa pelaku usaha tidak mengetahui secara rinci perubahan peraturan terkait pajak UMKM ini, rata-rata dari

mereka hanya mengetahui penurunan tarif, sedangkan aturan terkait batasan omset dan waktu tidak terlalu dipahami. Oleh sebab itu, kedepan sangat diharapkan adanya kegiatan penyuluhan secara merata dari fiskus agar bisa memberikan pengetahuan, pemahaman, dan pembinaan secara langsung kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan aturan perpajakan. Dengan adanya sosialisasi yang baik dan maksimal tentu dapat meningkatkan pemahaman wajib pajak, sehingga mampu mendorong wajib pajak atau calon wajib pajak pelaku UMKM untuk berkontribusi membayar pajak secara sukarela yang nantinya mampu meningkatkan jumlah penerimaan pajak sektor UMKM.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uji yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa tarif pajak dan sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM. Hasil pengujian dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 29,7% kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh tarif pajak dan sosialisasi perpajakan, sedangkan sisanya sebesar 70,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar pembahasan ini.

Beberapa implikasi dari penelitian ini antara lain: pemerintah sebagai pembuat kebijakan diharapkan dapat mengkaji kembali aturan yang berlaku agar tidak memberatkan bagi pelaku UMKM dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Disamping itu, fiskus juga diharapkan dapat melakukan pengawasan terhadap pelaku usaha yang memanfaatkan tarif pajak final ini dengan kriteria omset yang mendekati batas Rp 4.8 miliar. Sebab cenderung dijadikan jalan memanipulasi jumlah omsetnya. Selain itu, sosialisasi juga harus menjadi perhatian penting oleh fiskus. Sosialisasi yang dilakukan dengan penyuluhan atau seminar diharapkan dapat dilaksanakan secara merata kepada wajib pajak dan calon wajib pajak pelaku UMKM. Sosialisasi yang diberikan tidak hanya untuk konteks PPh final pada PP No.23 tahun 2018 saja, namun juga untuk regulasi pajak lainnya.

Terdapat beberapa keterbatasan yang membatasi penelitian ini, yaitu sampel UMKM yang digunakan dalam penelitian tidak dikategorikan berdasarkan skala usahanya dan juga penelitian ini tidak mengontrol faktor lain yang mungkin memengaruhi kepatuhan seperti preferensi risiko pengusaha UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas dan Savitri. (2015). "The Effect of Tax Socialization, Tax Knowledge, Expediency of Tax ID Number and Service Quality on Taxpayers Compliance With Taxpayers Awareness as Mediating Variables". *Procedia- Social and Behavioral Sciences*. 211 (2015) 163 – 169.
- Ananda, P. R., Kumadji S, & Husaini A. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Perpajakan*, 6(2).
- Anwar, R. A., dan Syafiqurrahman. (2016). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Perpajakan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Surakarta Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal InFestasi*, 12(1).
- Armina, E. N. (2016). *Pengaruh Keadilan, Diskriminasi, Tarif Pajak, Ketetapan Pengalokasian, Teknologi, dan Informasi Perpajakan Terhadap Tindakan Tax Evasion*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Arum, H. P. (2012). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(1).
- Fasmi, L., dan Misra, F. (2014). Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan dan Tingkat Kepatuhan Pengusaha Kena Pajak. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5 (1).
- Fauziyah, U. (2016). *Pengaruh sistem administrasi perpajakan modern, sosialisasi perpajakan dan kewajiban moral terhadap kepatuhan wajib pajak*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Haryo, S. K. (2003). *Pengaruh Perubahan Tarif Pajak Penghasilan Perorangan Pada Undang-Undang No.17 Tahun 2000 Dibandingkan Dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 1983 Dalam Kaitan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Untuk Membayar Pajak di Kota Banjarmasin*. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Retrieved 5 November 2018, from <http://www.depkop.go.id/data-umkm>
- Kurnia, K. F. (2017). Gagasan Metode Sunset Clauses Dalam Sistem Perundang-Undangan Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2).
- Lianty, R. A., Hapsari D. W., dan Kurnia. (2017). Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 9(2).
- Mutmainah, D. A. (2016). Kontribusi UMKM Terhadap PDB Tembus Lebih Dari 60 Persen. Retrieved 15 September 2018, from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20161121122525-92-174080/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-tembus-lebih-dari-60-persen>
- Peraturan Menteri Keuangan No. 192/PMK.03/2007 Tentang Tata Cara Penetapan Wajib Pajak Dengan Kriteria Tertentu Dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak. Pasal 1.
- Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Prawagis F. D., Zahroh, & Mayowan Y. (2016). Pengaruh Pemahaman Atas Mekanisme Pembayaran Pajak, Persepsi Tarif Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Perpajakan*, 10(1).

- Rahayu, S. K. (2017). *Perpajakan, Konsep dan Aspek Formal*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Simanjuntak dan Mukhlis. (2012). *Dimensi Ekonomi Perpajakan Dalam Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*. Bandung: CV.Afabeta.
- Sukarno, P. A. (2019). Masih Minim, Penerimaan Pajak dari Sektor UMKM. Retrieved 15 Juli 2019, from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190502/259/917630/masih-minim-penerimaan-pajak-dari-sektor-umkm>
- Tamela, P. (2017). Selama 2017, Sebanyak 2.953 UMKM Hadir di Padang. Retrieved 10 September 2018, from <https://sumbar.antaranews.com/berita/216215/selama-2017-sebanyak-2953-umkm-hadir-di-padang>
- Wahyuningsih, T. (2016). *Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Tarif Pajak, Mekanisme Pembayaran Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Bidang Mebel di Surakarta*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Winerungan, O. L. (2013). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP di KPP Manado Dan KPP Bitung. *Jurnal EMBA*, 1 (3).
- Zahidah, C. (2010). *Pengaruh Tingkat Pemahaman, Kepatuhan Dan Ketegasan Sanksi Perpajakan Terhadap Kewajiban Perpajakan Pengusaha Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Wilayah Jakarta Selatan*. Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.