

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi COVID-19 merupakan salah satu krisis kesehatan global yang telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan manusia, termasuk ekonomi. Pembatasan sosial yang diberlakukan oleh pemerintah untuk mengendalikan penyebaran virus telah menyebabkan banyak bisnis, termasuk UMKM, mengalami penurunan jumlah omset. Banyak orang yang merasa khawatir tentang kesehatan dan keamanan mereka sehingga lebih memilih untuk mengurangi pengeluaran dan tidak mengunjungi toko-toko kecil. Hal ini telah menyebabkan banyak UMKM mengalami penurunan jumlah omset. Pandemi ini juga telah memperkuat perlunya peningkatan dukungan kepada UMKM, terutama dari pemerintah, untuk membantu mereka mengatasi dampak negatif dari situasi ini.

Seperti yang kita ketahui pandemi ini mempengaruhi perekonomian secara global tidak hanya di Indonesia saja. Dalam mengatasi hal ini pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan. Menurut data yang bersumber dari Kementerian Keuangan, penurunan ekonomi Indonesia terjadi pada triwulan II tahun 2020 dengan pertumbuhan ekonomi -5,3%. Hal ini disebabkan oleh penurunan konsumsi rumah tangga akibat pembatasan sosial untuk mencegah Covid-19. (djkn.kemenkeu.go.id)

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan kebijakan dengan mengalokasikan sejumlah dana dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), hingga Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) untuk mengatasi masalah penanganan

pandemi COVID-19 yang meliputi berbagai aspek, seperti kesehatan, sosial, pendidikan, dan ekonomi. Walaupun demikian, penerapan pembatasan mobilitas masyarakat seperti pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di sejumlah daerah yang dilakukan selama pandemi COVID-19 telah memberikan dampak yang sangat nyata pada sektor ekonomi, terutama bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang merupakan salah satu sektor yang paling terkena dampak dari pandemi tersebut. Pembatasan ini menyebabkan terganggunya kegiatan ekonomi dan menurunnya penerimaan UMKM, sehingga perekonomian masyarakat semakin melemah akibat pembatasan tersebut.

Pemerintah melalui Kementerian Keuangan dan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 86/PMK.03/2020 Tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Wabah Virus Corona. Salah satu sasaran peraturan tersebut ialah memberikan insentif pajak bagi UMKM, yaitu Pajak Penghasilan final ditanggung pemerintah. Pasal 5 ayat 1 PMK No.86/PMK.03/2020 mengatur bahwa “atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu sesuai ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018, dikenai PPh final sebesar 0,5% (nol koma lima persen) dari jumlah peredaran bruto.” Selanjutnya dalam Pasal 5 ayat 3 PMK No. 86/PMK.03/2020 diatur bahwa “PPh final sebagaimana dimaksud pada ayat 1, ditanggung Pemerintah.” Adapun maksud dari ditanggung pemerintah adalah atas penghasilan tersebut tidak dilakukan perhitungan menjadi penghasilan yang dikenakan pajak. Pemberian insentif tersebut berlangsung sejak bulan April sampai dengan bulan Desember 2020. Harapan pemerintah dengan diterbitkannya PMK No. 86/PMK.03/2020,

UMKM dapat memanfaatkan insentif tersebut dengan tujuan roda perekonomian tetap bergerak sehingga pertumbuhan ekonomi tetap stabil. Pemerintah, melalui Kementerian Keuangan mencatatkan hasil pemanfaatan insentif pajak berupa fasilitas PPh final UMKM ditanggung pemerintah hingga tanggal 3 September 2020, masih sebesar Rp 300 miliar atau 12,5% dari anggaran sebesar Rp 2,4 triliun (Wildan, 2020). Beberapa faktor yang menyebabkan kurangnya penggunaan insentif pajak untuk UMKM, diantaranya adalah pihak DJP kurang sosialisasi perihal insentif pajak kepada UMKM, UMKM tidak memanfaatkan insentif pajak karena UMKM terpaksa menonaktifkan usahanya, kerugian yang ditanggung UMKM sehingga mereka beranggapan tidak perlu lapor, UMKM banyak yang tidak memiliki NPWP, dan wajib pajak UMKM takut dengan insentif pajak tersebut, sehingga banyak wajib pajak yang tidak memanfaatkan insentif itu dan memilih membayar PPh final 0,5% (Ningsih dkk, 2022).

Rendahnya minat pelaku usaha UMKM memanfaatkan insentif pajak dapat disebabkan beberapa hal. Pertama, kurangnya daya tarik insentif itu sendiri. Selama pandemi Covid-19, banyak UMKM yang hampir tutup. Karena kurangnya pembeli, UMKM kesulitan *cashflow*. Memanfaatkan insentif pajak tidak secara langsung dapat memberi UMKM uang cash. Kedua, keengganan pelaku usaha UMKM berurusan dengan pajak. DJP perlu meningkatkan sosialisasi agar persepsi pelaku UMKM tentang pajak berubah dengan memberikan pemahaman lebih intensif bahwa pemerintah dapat menyediakan infrastruktur yang meningkatkan daya saing UMKM. Ketiga, kekhawatiran adanya kewajiban tambahan bagi UMKM. Masyarakat sudah terbiasa dengan semboyan ‘tidak ada makan siang gratis. Karena

itu, DJP perlu memberikan informasi jelas dan menunjukkan pemberian insentif itu untuk meringankan UMKM tanpa ada beban tambahan. (News DDTC, 2020)

Banyaknya pelaku Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Denpasar merupakan aset tersendiri yang akan memperkuat pondasi perekonomian daerah, intinya dapat menjadi sumber pendapatan bagi pemerintah daerah, selain itu peran serta UMKM dapat mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan, dan peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. UMKM perlu disediakan sarana untuk mengembangkan diri melalui berbagai macam fasilitas di berbagai sektor (ukmdiskop.denpasarkota, 2022)

Tabel 1. 1
Jumlah UMKM di Kota Denpasar

Tahun	Jumlah UMKM
2015	11.905
2016	30.761
2017	30.843
2018	31.826
2019	32.026
2020	32.224
2021	32.226

Sumber data: Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Bali

Dinas koperasi usaha mikro kecil dan menengah provinsi Bali setiap tahunnya mencatat pertumbuhan UMKM di Denpasar. Tren pertumbuhan jumlah UMKM di Kota Denpasar pada tahun 2015-2021 mengalami peningkatan. Hal ini

dapat dilihat dari data yang menunjukkan bahwa jumlah UMKM pada setiap tahun terus meningkat dari tahun ke tahun. Terlihat pada tabel diatas peningkatan UMKM di Denpasar mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2016. Pada tahun 2020-2021, situasi ekonomi Kota Denpasar tidak stabil sebagai akibat dari pandemi Covid-19. Hal ini berdampak pada kegiatan usaha kecil dan menengah (UMKM) yang ada di kota Denpasar. Dampak negatif ini dapat dilihat dari beberapa faktor seperti penurunan pendapatan, kesulitan dalam mendapatkan modal, dan pembatasan aktivitas ekonomi. Hal ini menyebabkan pelambatan dalam pertumbuhan jumlah UMKM di Kota Denpasar. Namun, pemerintah tetap berupaya mengatasi dampak tersebut dengan tujuan untuk menyelamatkan keberlangsungan UMKM di Indonesia, diantaranya dengan kebijakan prioritas dukungan, restrukturisasi (Masruroh, dkk. 2021).

Pengetahuan wajib pajak adalah informasi mengenai perpajakan yang telah diketahui oleh wajib pajak mengenai peraturan perundang-undangan pajak, tata cara perpajakan dan penerapan perpajakan. Jika wajib pajak memiliki pengetahuan yang baik dan benar mengenai perpajakan tentu ini akan meningkatkan kepatuhan perpajakan. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Nur Huda (2020) dan Ermawati, dkk. (2018) menyatakan bahwa pengetahuan wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Yulia, dkk. (2020) menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kesadaran wajib pajak adalah persepsi seseorang terhadap pentingnya membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Orang-orang yang memiliki kesadaran wajib pajak tinggi akan lebih memahami bahwa pajak yang dibayarkan

akan bermanfaat bagi masyarakat dan negara, sehingga mereka lebih mau memenuhi kewajiban pajaknya dengan benar dan tepat waktu. Sebaliknya, orang-orang yang memiliki kesadaran wajib pajak rendah cenderung kurang memahami pentingnya pajak dan lebih cenderung untuk tidak membayar pajak atau membayar pajak tidak sesuai dengan yang telah ditetapkan. Sejak tahun 1984, sistem perpajakan di Indonesia menganut prinsip *Self Assessment*. Menurut Nur (2018) mengungkapkan kesadaran berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Pernyataan tersebut juga di dukung oleh penelitian dari Oktaviani dan Adellina (2016) dimana kesadaran pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kualitas pelayanan pajak adalah kemampuan dari Direktorat Jenderal Pajak dalam bentuk pelayanan pajak yang optimal kepada wajib pajak sehingga wajib pajak merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Terlebih lagi di tengah kondisi pandemi yang terjadi sepanjang tahun 2020, kegiatan perekonomian terhambat. Hal ini menjadi salah satu penyebab target penerimaan pajak semakin sulit tercapai, sehingga pemerintah menetapkan revisi APBN tahun 2020 dan menurunkan target penerimaan perpajakan. Terlepas dari kebijakan tersebut, realisasi penerimaan perpajakan beberapa tahun ke belakang memang belum 100% tercapai. Upaya peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kemampuan teknis pegawai dalam bidang perpajakan, perbaikan infrastruktur seperti perluasan tempat pelayanan terpadu (TPT), penggunaan sistem informasi dan teknologi untuk memberikan kemudahan kepada wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (Bandiono, dkk. 2021). Menurut Puspanita, dkk. (2021) mengungkapkan kualitas pelayanan

memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan menurut Laraswati, dkk. (2017) mengungkapkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi perpajakan adalah upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya membayar pajak dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses pemungutan pajak. Adanya sosialisasi perpajakan akan meningkatkan kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak serta mematuhi peraturan perpajakan (Boediono, dkk. 2018). Menurut penelitian Faizin (2016) dan Boediono, dkk. (2018) mengungkapkan sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan menurut Setyaningrum (2017) dan Siahaan dkk, (2018) mengungkapkan sosialisasi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Insentif pajak adalah hak kepada wajib pajak agar tidak dikenakan pajak dalam jangka waktu tertentu yang ditentukan oleh pemerintah. Lalu bentuk dukungan yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia adalah telah menetapkan Pajak Penghasilan (PPH) final bagi UMKM atau insentif pajak UMKM yang ditanggung pemerintah selama 6 bulan terhitung sejak April hingga September Tahun 2020. Selama periode tersebut, pelaku UMKM dengan penghasilan bruto yang tidak lebih dari Rp4,8 Miliar per tahun tidak dikenai kewajiban untuk membayar PPh Final (0,5% dari total omzet). Menurut Dewi, dkk. (2020) diperlukan kehati-hatian dalam mempertimbangkan pemberian insentif ini, Hal yang perlu diperhatikan adalah sampai seberapa lama pembebasan pajak ini diberikan dan sampai seberapa lama investasi yang dapat memberikan hasil. Menurut Safitri (2021) dan Dewi, dkk. (2020) mengungkapkan insentif pajak tidak

berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan menurut Prasetyo (2021) mengungkapkan insentif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KEBIJAKAN PPH PASCA PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN INSENTIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini Antara lain :

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak ?
2. Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
4. Apakah sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
5. Apakah insentif memoderasi pengaruh pengetahuan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak ?
6. Apakah insentif memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak ?
7. Apakah insentif memoderasi pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak ?
8. Apakah insentif memoderasi pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini Antara lain :

1. Untuk mengetahui apakah pengetahuan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak
2. Untuk mengetahui apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak
4. Untuk mengetahui apakah sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak
5. Untuk mengetahui apakah insentif memoderasi pengaruh pengetahuan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak
6. Untuk mengetahui apakah insentif memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak
7. Untuk mengetahui apakah insentif memoderasi pengaruh kualitas pelayanan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.
8. Untuk mengetahui apakah insentif memoderasi pengaruh sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dan literatur menambah pengetahuan serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan kajian penelitian yang sama hubungannya dengan penelitian ini di masa depan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi UMKM

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan mengenai perpajakan dan bagi para UMKM bisa digunakan sebagai panduan untuk selalu taat melaksanakan perpajakan.

b. Bagi Direktorat Jenderal Pajak

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi aparat pajak dalam memberikan gambaran mengenai pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Wajib Pajak, Sanksi Pajak dan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *planned of behavior*

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Ajzen & Fishbein (1975) merupakan penyempurnaan dari *reason action theory* yang dikemukakan oleh Ajzen & Fishbein. Fokus utama dari teori *planned behavior* ini sama seperti teori *reason action* yaitu intensi individu untuk melakukan perilaku tertentu. Teori *planned behavior* menjelaskan bahwa sikap seseorang terhadap perilaku yang merupakan pokok penting yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan.

Terdapat 3 faktor yang mempengaruhi timbulnya teori *planned behavior*, antara lain :

a. Keyakinan perilaku

Sikap merujuk pada penilaian subjektif seseorang terhadap perilaku yang akan dijalankan. Ini mencakup apakah seseorang memandang perilaku tersebut sebagai positif atau negatif, menguntungkan atau merugikan, dan sebagainya. Sikap ini dapat berkembang melalui pengalaman, informasi, dan pendidikan. Dalam konteks teori ini, sikap yang positif terhadap perilaku yang diinginkan lebih mungkin mempengaruhi niat dan perilaku seseorang untuk melakukannya.

b. Norma sosial

Norma sosial adalah pandangan seseorang tentang apa yang dipandang sebagai perilaku yang diharapkan atau diterima oleh kelompok sosialnya. Ini mencakup pandangan tentang apa yang dianggap normatif oleh teman-teman, keluarga, rekan kerja, atau komunitas. Apabila individu percaya bahwa orang-orang yang penting

dalam hidup mereka mengharapkan mereka untuk melakukan suatu perilaku tertentu, maka ini akan mempengaruhi niat dan perilaku mereka.

c. Kendali Perilaku yang Dirasakan (*Perceived Behavioral Control*)

Ini mengacu pada keyakinan individu tentang sejauh mana mereka memiliki kendali atau kemampuan untuk melakukan perilaku yang diinginkan. Faktor ini mencakup pertimbangan mengenai hambatan dan sumber daya yang mungkin mempengaruhi kemampuan seseorang untuk melaksanakan tindakan tertentu. Semakin tinggi persepsi kendali perilaku yang dirasakan, semakin besar kemungkinan individu untuk memiliki niat positif dan melaksanakan perilaku tersebut. subyektif.

Terdapat hubungan keterkaitan antara teori *planned of behavior* dengan kepatuhan wajib pajak UMKM yaitu di dalam teori ini dipengaruhi adanya faktor sikap terhadap perilaku dimana individu akan melakukan sesuatu sesuai dengan sikap yang dimilikinya terhadap suatu perilaku. Sikap terhadap perilaku yang dianggapnya positif itu yang nantinya akan dipilih individu untuk berperilaku dalam kehidupannya. Sama halnya dengan kepatuhan wajib pajak, apabila seorang wajib pajak memiliki sikap patuh terhadap perpajakan di suatu Negara dan sikap itu didorong dengan adanya persepsi positif akan pentingnya pajak untuk Negara maka, niat wajib pajak untuk memberikan sebuah kontribusinya terhadap Negara akan semakin tinggi dan akan membawa dampak baik untuk pemasukan Negara sektor perpajakan.

2.1.2 Kepatuhan wajib pajak

Menurut Sata, dkk. (2022) Suatu sikap atau perilaku seorang WP dimana ia memenuhi semua kewajiban dalam hal perpajakan dan juga dapat memperoleh semua hak perpajakannya sesuai dengan perundangan perpajakan yang berlaku merupakan kepatuhan atau ketaatan wajib pajak. Hal ini merupakan kunci yang penting dari keberhasilan pemerintah dalam menerapkan kebijakan perpajakan di Indonesia, sebab dengan sistem *self assesment* kepatuhan wajib pajak secara sukarela adalah salah satu tujuannya.

Pada prinsipnya kepatuhan perpajakan merupakan tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara. Wajib pajak patuh dalam arti disiplin dan taat, wajib pajak yang membayar pajak dalam jumlah besar belum tentu dikatakan sebagai wajib pajak patuh. Tidak ada hubungannya antara wajib pajak yang membayar pajak dalam jumlah besar dengan kepatuhan. Karena pembayar pajak besar belum tentu memenuhi syarat kriteria sebagai wajib pajak patuh, jika masih memiliki tunggakan maupun keterlambatan penyetoran pajak.

Menurut TPB, semakin positif sikap, norma subjektif, dan kontrol persepsi seseorang terhadap kepatuhan wajib pajak, semakin besar kemungkinan seseorang akan melakukan tindakan tersebut. Sebaliknya, semakin negatif sikap, norma subjektif, dan kontrol persepsi seseorang terhadap kepatuhan wajib pajak, semakin kecil kemungkinan seseorang akan melakukan tindakan tersebut.

2.1.3 Pengetahuan wajib pajak

Pengetahuan Wajib Pajak tentang perpajakan adalah segala sesuatu yang dipahami oleh Wajib Pajak mengenai perpajakan, dalam segi sistem perpajakan maupun tata cara pembayaran pajak. Pengetahuan perpajakan juga memiliki peranan penting dalam kesadaran Wajib Pajak untuk membayar pajak. Dalam mengetahui pengetahuan perpajakan berkaitan dengan proses pembelajaran dan merupakan hasil dari mencari tahu. Pengembangan SDM dapat juga dilakukan dengan memperbaharui atau meningkatkan kapasitas menyangkut pengetahuan perpajakan, seperti tentang kebijakan perpajakan yang baru. Dalam hal ini, perlu mengembangkan pengetahuan perpajakan yang terkait dengan perpajakan yang baru serta terkini.

Tujuan pengetahuan adalah memberikan arah terhadap pertumbuhan dan perkembangan manusia dan lingkungannya. Pertumbuhan, perkembangan dan perubahan tersebut harus terorganisasi dan digerakkan sedemikian rupa menuju kepada tujuan akhir pengetahuan sebagaimana yang telah ditetapkan. Pengetahuan juga bertujuan untuk sarana perkembangan bagi individu sehingga bermanfaat untuk kepentingan hidupnya, baik sebagai seorang individu maupun sebagai warga negara atau warga masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, pengetahuan perlu melakukan usaha yang disengaja dan terencana untuk memilih isi (bahan materi), strategi kegiatan dan teknik penilaian.

Teori yang dirancang (TPB) menyatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh sikap mereka terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dalam konteks kepatuhan pajak, pengetahuan tentang undang-undang dan peraturan pajak dapat dianggap sebagai komponen dari

kontrol perilaku yang dipersepsikan. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang kewajiban pajak mereka, semakin banyak kontrol yang mereka rasakan mereka miliki atas perilaku mereka dalam hubungannya dengan pajak, dan oleh karena itu, mereka lebih mungkin untuk mematuhi undang-undang pajak. dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dapat dianggap sebagai faktor yang dapat mempengaruhi kontrol perilaku yang dipersepsikan seseorang, dan perilaku mereka dalam hubungannya dengan pajak.

2.1.4 Kesadaran perpajakan

Kesadaran Wajib Pajak adalah keadaan mengetahui atau mengerti, sedangkan perpajakan adalah perihal pajak. Kesadaran perpajakan adalah kerelaan memenuhi kewajibannya, termasuk rela memberikan kontribusi dana untuk pelaksanaan fungsi pemerintah dengan cara membayar pajaknya secara tepat waktu dan tepat jumlahnya.

Menurut Rahayu (2017), kesadaran wajib pajak merupakan suatu kondisi dimana wajib pajak memahami dengan benar arti, fungsi dan tujuan dari wajib pajak yang akan membayar pajak ketika akan menjadi pajak nasional. Kesadaran wajib pajak yang lebih tinggi akan semakin meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, menurut Fitria (2017) Kesadaran merupakan suatu keadaan mengerti atau mengetahui. Dalam hal ini kesadaran wajib pajak adalah suatu keadaan dimana wajib pajak mengerti atau mengetahui hak dan kewajiban perpajakannya.

Kesadaran pajak merupakan faktor yang sangat penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM terhadap undang-undang pajak, karena dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap perilaku kepatuhan pajak.

Orang yang memiliki kesadaran yang tinggi tentang kewajiban pajaknya akan lebih cenderung memiliki sikap yang positif terhadap kepatuhan pajak dan lebih mungkin untuk mematuhi undang-undang pajak. Teori yang dirancang (TPB) menyatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh tiga faktor yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dalam konteks ini, kesadaran pajak dapat dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi sikap seseorang terhadap kepatuhan pajak. Sehingga, kesadaran pajak dapat menjadi kunci dalam meningkatkan kepatuhan terhadap undang-undang pajak, karena dapat membuat seseorang lebih sadar tentang kewajiban pajaknya dan membuat sikap mereka terhadap kepatuhan pajak menjadi lebih positif.

2.1.5 Kualitas pelayanan pajak

Petugas pajak dalam melayani dan membantu wajib pajak dalam memenuhi segala kewajiban perpajakan diperlukan sumber daya manusia yang berkompeten serta kualitas yang diharapkan sehingga wajib pajak lebih patuh dalam membayar dan melaporkan pajak tepat waktu. Pratama & Mulyani (2019) mengungkapkan bahwa pelayanan merupakan suatu cara membantu, mengurus atau menyiapkan segala kebutuhan yang diperlukan seseorang. Heriyah (2020) mengungkapkan bahwa ada lima dimensi yang digunakan sebagai ukuran kualitas pelayanan, adapun lima dimensi kualitas layanan tersebut, adalah keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian/jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), berwujud/bukti fisik (*tangible*). Petugas pajak atau fiskus dalam memberikan pelayanan, harus memiliki keahlian (*skill*), pengetahuan (*knowledge*), dan pengalaman (*experience*) dalam kebijakan perpajakan, administrasi pajak, dan peraturan perpajakan.

Antika, dkk. (2021) menyatakan bahwa semakin baik pelayanan yang diterima maka wajib pajak akan semakin patuh. Peningkatan kualitas pelayanan petugas pajak diharapkan dapat meningkatkan kepuasan wajib pajak sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam kegiatan perpajakan.

Teori yang dirancang (TPB) menyatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh tiga faktor yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan pajak dapat dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi norma subjektif seseorang tentang kepatuhan pajak. Sehingga, kualitas pelayanan pajak dapat menjadi kunci dalam meningkatkan kepatuhan terhadap undang-undang pajak, karena dapat membuat seseorang merasa diharapkan dan didukung oleh masyarakat, termasuk oleh otoritas pajak dan membuat norma subjektif mereka tentang kepatuhan pajak menjadi lebih positif.

2.1.6 Sosialisasi pajak

Sosialisasi pajak adalah suatu proses yang sangat penting dalam meningkatkan kesadaran dan kesadaran masyarakat tentang undang-undang pajak dan kewajiban pajak mereka. Melalui berbagai cara seperti seminar, sosialisasi kelompok, pelatihan, atau melalui media massa, pemerintah atau otoritas pajak berusaha untuk menyampaikan informasi penting tentang undang-undang pajak dan kewajiban pajak kepada masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pajak dalam pembangunan negara, untuk mempromosikan kesadaran akan pentingnya kepatuhan pajak dan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pengumpulan pajak. Sosialisasi pajak adalah komponen penting dalam meningkatkan tingkat kepatuhan pajak dan

memastikan bahwa masyarakat memahami undang-undang pajak dan kewajiban pajak mereka dengan baik. Menurut Tan-ia & Limajatini (2022) Jika negara berhasil mensosialisasikan pajak, masyarakat akan lebih terinformasi tentang pajak dan kepatuhan wajib pajak akan meningkat.

Sosialisasi pajak yang efektif memiliki peran penting dalam membentuk sikap positif terhadap kewajiban pembayaran pajak. Melalui penjelasan yang komprehensif tentang manfaat dan tujuan dari sistem pajak, individu cenderung mengembangkan pandangan positif terhadap proses pembayaran pajak. Dalam kerangka teori Planned Behavior (TPB), aspek sikap ini mencerminkan evaluasi subjektif individu terhadap konsekuensi-konsekuensi dari pembayaran pajak. Dengan demikian, sosialisasi pajak yang memfokuskan pada pemaparan manfaat serta tujuan pajak dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembentukan sikap positif dalam TPB, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi perilaku kepatuhan pajak individu.

2.1.7 Insentif pajak

Sebuah penawaran dari pemerintah, melalui manfaat pajak, dalam suatu kegiatan tertentu, seperti kontribusi uang untuk kegiatan yang berkualitas, dinamakan insentif pajak. Menurut Kartiko (2020) Insentif pajak merujuk pada ketentuan khusus dalam peraturan perpajakan dapat berupa pengecualian dari objek pajak, kredit, perlakuan tarif pajak khusus atau penangguhan kewajiban perpajakan. Menurut Suandy (2008) insentif pajak pada umumnya terdapat empat macam bentuk yaitu pengecualian dari pengenaan pajak, pengurangan dasar pengenaan pajak, pengurangan tarif pajak, penangguhan pajak. Insentif pajak dalam bentuk pengecualian dari pengenaan pajak merupakan bentuk insentif yang paling banyak

digunakan. Jenis insentif ini memberikan hak kepada wajib pajak agar tidak dikenakan pajak dalam jangka waktu tertentu yang ditentukan oleh pemerintah. Bentuk pengecualian dari pengenaan pajak merupakan bentuk insentif yang paling banyak digunakan.

hubungan antara insentif pajak dan teori yang dirancang adalah bahwa insentif pajak dapat mempengaruhi kontrol perilaku yang dipersepsikan seseorang atas perilaku kepatuhan pajak mereka, dan oleh karena itu, dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam hubungannya dengan pajak. Insentif pajak dapat dianggap sebagai faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan terhadap undang-undang pajak, karena dapat mengarah pada kontrol perilaku yang dipersepsikan yang lebih tinggi atas kepatuhan pajak dan selanjutnya meningkatkan kemungkinan kepatuhan.

Jenis insentif ini memberikan hak kepada wajib pajak agar tidak dikenakan pajak dalam jangka waktu tertentu yang ditentukan oleh pemerintah. Namun diperlukan kehati-hatian dalam mempertimbangkan pemberian insentif ini. Hal ini perlu diperhatikan adalah sampai seberapa lama pembebasan pajak ini diberikan dan sampai seberapa lama investasi yang dapat memberikan hasil. Contohnya adalah *tax holiday* atau *tax exemption*. Jenis insentif yang kedua berupa pengurangan dasar pengenaan pajak. Jenis insentif ini biasanya diberikan dalam bentuk berbagai macam biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan kena pajak. Pada umumnya biaya yang dapat menjadi pengurang boleh dikurangkan lebih dari nilai yang seharusnya. Jenis insentif ini, dapat ditemui dalam bentuk *double deduction*, *investment allowances*, dan *loss carry forwards*. Jenis insentif yang ketiga adalah berupa pengurangan tarif pajak dari tarif yang berlaku umum ke tarif

khusus yang diatur oleh pemerintah. Insentif ini paling sering ditemui dalam pajak penghasilan. Contohnya pengurangan tarif *corporate income tax* atau tarif *withholding tax*. Jenis insentif yang terakhir adalah penangguhan pajak. Jenis ini, diberikan kepada wajib pajak sehingga pembayar pajak dapat menunda pembayaran pajak hingga suatu waktu tertentu.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

2.2.1 Arman (2017)

Penelitian dari Arman (2017), obyek penelitian ini adalah wajib pajak badan dan orang pribadi. Variabel penelitian adalah struktur organisasi, kualitas pelayanan pajak, penggunaan fasilitas teknologi informasi, *tax morale* dan kepatuhan wajib pajak. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modernisasi sistem administrasi perpajakan terkait struktur organisasi, kualitas pelayanan pajak, dan penggunaan fasilitas teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan moral pajak (*Tax Morale*) tidak memoderasi hubungan antara struktur organisasi, kualitas pelayanan, dan penggunaan fasilitas teknologi informasi dengan kepatuhan wajib pajak pada KPP Pratama Makassar Selatan. Perbedaan yang terdapat pada penelitian Arman (2017) dengan penelitian yang akan dilakukan adalah lokasi penelitian yang berbeda dan jumlah variabel yang berbeda dalam penelitian ini. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Arman (2017) dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian menguji pengaruh

variabel pemoderasi digunakan uji interaksi yaitu *Moderated Regression Analysis (MRA)*.

2.2.2 Yudha (2022)

Penelitian dari Yudha (2022), obyek penelitian ini adalah wajib pajak UMKM. Variabel penelitian adalah kesadaran pajak, sanksi pajak, insentif pajak dan kepatuhan wajib pajak. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kesadaran Pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, Sanksi Pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, Insentif Pajak tidak dapat memoderasi Kesadaran Pajak, Insentif Pajak dapat memoderasi Sanksi Pajak. Perbedaan yang terdapat pada penelitian Yudha (2022) dengan penelitian yang akan dilakukan adalah lokasi penelitian yang berbeda dan jumlah variabel yang berbeda dalam penelitian ini. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Yudha (2022) dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian menguji pengaruh variabel moderasi digunakan uji interaksi yaitu *Moderated Regression Analysis (MRA)*.

2.2.3 Kaunyah (2021)

Penelitian dari Kaunyah (2021), obyek penelitian ini adalah wajib pajak UMKM. Variabel penelitian adalah pemahaman perpajakan, kualitas pelayanan pajak dan sistem perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pemahaman perpajakan, kualitas pelayanan perpajakan dan sistem perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. namun secara parsial pemahaman perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak,

kualitas pelayanan perpajakan dan sistem perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian dapat memberikan informasi kepada KPP Pratama Kota Batu mengenai faktor-faktor wajib pajak dalam melaksanakan kepatuhan pajak. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Kaunyah (2021) dengan penelitian yang dilakukan sekarang adalah Teknik analisis yang berbeda, lokasi penelitian yang berbeda dan jumlah variabel yang digunakan berbeda. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Kaunyah (2021) dengan penelitian yang dilakukan sekarang adalah sama-sama menguji pengaruh wajib pajak UMKM.

2.2.4 Rahmawati (2018)

Penelitian dari Rahmawati (2018), obyek penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi. Variabel penelitian adalah kualitas pelayanan pajak, pemahaman peraturan pajak, preferensi risiko, kondisi keuangan dan kepatuhan wajib pajak. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan uji kualitas data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Variabel preferensi risiko dalam hubungan antara pemahaman peraturan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak juga berpengaruh positif. Variabel pemahaman peraturan pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak dan variabel preferensi risiko dalam hubungan antara pemahaman peraturan pajak dengan kepatuhan wajib pajak juga berpengaruh negatif. Variabel kondisi keuangan tidak dapat memoderasi (tidak berpengaruh) dalam hubungan antara kualitas pelayanan maupun pemahaman peraturan pajak dengan kepatuhan wajib pajak. Perbedaan penelitian Rahmawati (2018) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah lokasi penelitian yang berbeda dan jumlah variabel yang digunakan berbeda. Persamaan penelitian dari Rahmawati

(2018) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah sama-sama menggunakan metode penelitian menguji pengaruh variabel pemoderasi digunakan uji interaksi yaitu *Moderated Regression Analysis (MRA)*.

2.2.5 Utami (2020)

Penelitian dari Utami (2020), obyek penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah penerimaan pajak penghasilan orang pribadi. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kesadaran wajib pajak dan pemeriksaan pajak. Variabel mediasi pada penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak pada KPP Pratama Semarang Candisari.. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif, uji kualitas data serta pengujian asumsi klasik.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak dan pemeriksaan pajak berpengaruh secara positif terhadap penerimaan pajak penghasilan orang pribadi dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel mediasi, serta kesadaran wajib pajak dan pemeriksaan pajak berpengaruh secara positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Perbedaan penelitian Utami (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah obyek penelitian, lokasi penelitian yang berbeda dan jumlah variabel yang digunakan berbeda. Penelitian dari Utami (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah sama-sama menggunakan metode penelitian menguji pengaruh variabel pemoderasi digunakan uji interaksi yaitu *Moderated Regression Analysis (MRA)*.

2.2.6 Andriani & Herianti (2016)

Penelitian dari Andriani & Herianti (2016), obyek penelitian ini adalah wajib pajak orang UMKM. Variabel penelitian adalah sosialisasi pajak, pemahaman perpajakan, tingkat pendidikan dan kepatuhan wajib. Teknik analisis

data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi pajak dan pemahaman perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM karena nilai signifikansi menunjukkan kurang dari 0,05 yaitu ($0,000 < 0,05$). Variabel tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan kewajiban pajak karena nilai signifikansi menunjukkan lebih besar dari 0,05 yaitu ($0,650 > 0,05$). Perbedaan penelitian Andriani & Herianti (2016) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah lokasi penelitian yang berbeda dan variabel bebas yang digunakan berbeda. Persamaan penelitian dari Andriani & Herianti (2016) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah sama-sama menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data.

2.2.7 Maghriby & Ramdani (2020)

Penelitian yang dilakukan oleh Maghriby dan Ramdani (2020), dimana yang menjadi obyek penelitian adalah wajib pajak UMKM. Variabel yang digunakan adalah kepatuhan wajib pajak, kesadaran wajib pajak dan pengetahuan wajib pajak. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji kelayakan model (uji-f), uji hipotesis (uji t). hasil penelitiannya adalah Kesadaran wajib pajak dan Pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan wajib pajak secara simultan, dilihat dari hasil pengujian statistik secara parsial menunjukkan bahwa secara berurut sebesar 75,8% dan 17,8%; 2) Kesadaran wajib pajak dan Pengetahuan perpajakan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan wajib pajak, dilihat dari hasil pengujian statistik secara parsial menunjukkan bahwa memberikan kontribusi pengaruh sebesar 68,5% terhadap

kepatuhan dari wajib pajak untuk menerapkan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perpajakan, adapun 31,5% adalah kemungkinan adanya faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Maghriby dan Ramdani (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah wilayah atau lokasi penelitian yang berbeda serta jumlah variabel yang digunakan berbeda. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Maghriby dan Ramdani (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah sama-sama menggunakan tema kepatuhan wajib pajak UMKM. Metode pengumpulan data yang sama-sama menggunakan kuesioner.

2.2.8 Puspodewanti & Susanti (2021)

Penelitian yang dilakukan oleh Puspodewanti & Susanti (2021), dimana yang menjadi obyek penelitian adalah wajib pajak badan. Variabel yang digunakan pada penelitian Puspodewanti & Susanti (2021) adalah kepatuhan wajib pajak, pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitiannya adalah bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh pengetahuan perpajakan, kualitas pelayanan serta kesadaran wajib pajak secara bersama-sama. Secara parsial pengetahuan perpajakan memberikan pengaruh secara signifikan pada kepatuhan wajib pajak, kualitas pelayanan tidak memberi pengaruh yang signifikan pada kepatuhan wajib pajak, serta kesadaran wajib pajak memberikan pengaruh yang signifikan pada kepatuhan wajib pajak. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Puspodewanti & Susanti (2021) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah wilayah atau lokasi penelitian yang berbeda serta jumlah variabel yang digunakan berbeda. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Puspodewanti &

Susanti (2021) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah sama-sama menggunakan tema kepatuhan wajib pajak UMKM dan metode pengumpulan data yang sama-sama menggunakan kuesioner.

2.2.9 Ananda, dkk. (2015)

Penelitian yang dilakukan oleh Ananda, dkk. (2015), dimana yang menjadi obyek penelitian adalah wajib pajak UMKM. Variabel yang digunakan pada penelitian Ananda, dkk. (2015) adalah kepatuhan wajib pajak, sosialisasi pajak, tarif pajak dan pemahaman perpajakan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,252, tarif pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,413, dan pemahaman perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,217. Variabel yang dominan dalam penelitian ini adalah tarif pajak.. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ananda, dkk. (2015) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah wilayah atau lokasi penelitian yang berbeda serta jumlah variabel yang digunakan berbeda. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ananda, dkk. (2015) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah sama-sama menggunakan tema kepatuhan wajib pajak UMKM.

2.2.10 Dewi, dkk. (2020)

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi, dkk. (2020), dimana yang menjadi obyek penelitian adalah wajib pajak perorangan dan badan. Variabel yang digunakan pada penelitian Dewi, dkk. (2020) adalah kepatuhan wajib pajak, insentif pajak, tarif pajak sanksi pajak dan pelayanan pajak. Teknik analisis data yang

digunakan adalah analisis regresi linier berganda. hasil penelitian menyatakan bahwa insentif pajak dan pelayanan pajak tidak berpengaruh dan variabel tarif pajak dan sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, dkk. (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah wilayah atau lokasi penelitian yang berbeda serta perbedaan variabel yang digunakan seperti tarif pajak dan sanksi pajak. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, dkk. (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah sama-sama menggunakan tema kepatuhan wajib pajak dan Teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan data primer yakni kuesioner.

2.2.11 Fazriputri, dkk. (2021)

Penelitian yang dilakukan oleh Fazriputri, dkk. (2021), dimana yang menjadi obyek penelitian adalah wajib pajak UMKM. Variabel yang digunakan pada penelitian Fazriputri, dkk. (2021) adalah kepatuhan wajib pajak, pemahaman insentif pajak dan sosialisasi pajak. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan pengujian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa (1) sosialisasi insentif pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak, (2) pemahaman insentif pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak, serta (3) sosialisasi insentif pajak berpengaruh signifikan positif terhadap pemahaman insentif pajak. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Fazriputri, dkk. (2021) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah wilayah atau lokasi penelitian yang berbeda serta perbedaan jumlah variabel yang digunakan. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Fazriputri, dkk. (2021) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah

sama-sama menggunakan tema kepatuhan wajib pajak UMKM dan Teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan data primer yakni kuesioner.

2.2.12 Abdi, dkk. (2022)

Penelitian yang dilakukan oleh Abdi, dkk. (2022), dimana yang menjadi obyek penelitian adalah wajib pajak UMKM. Variabel yang digunakan pada penelitian Abdi, dkk. (2022) adalah kepatuhan wajib pajak, insentif pajak, kualitas pelayanan dan pemahaman perpajakan. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa insentif pajak, kualitas pelayanan, dan pemahaman perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Abdi, dkk. (2022) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah wilayah atau lokasi penelitian yang berbeda serta perbedaan jumlah variabel yang digunakan. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Abdi, dkk. (2022) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah sama-sama menggunakan tema kepatuhan wajib pajak UMKM dan Teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan data primer yakni kuesioner.

2.2.13 Lasmono (2021)

Penelitian yang dilakukan oleh Lasmono (2021), dimana yang menjadi obyek penelitian adalah wajib pajak orang pribadi. Variabel yang digunakan pada penelitian Lasmono (2021) adalah kepatuhan wajib pajak, insentif pajak, kebijakan pajak, pengetahuan pajak dan sanksi pajak. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pengetahuan pajak dan sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak dan kebijakan pajak tidak berpengaruh signifikan

terhadap kepatuhan pajak . Sedangkan variabel moderasi insentif pajak atas peranan kebijakan pajak, pengetahuan pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan pajak tidak berpengaruh signifikan.. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Lasmono (2021) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah wilayah atau lokasi penelitian yang berbeda serta perbedaan variabel yang digunakan seperti kebijakan pajak. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Lasmono (2021) dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah sama-sama menggunakan tema kepatuhan wajib pajak dan Teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan data primer yakni kuesioner, serta sama-sama menggunakan metode penelitian menguji pengaruh variabel moderasi digunakan uji interaksi yaitu *Moderated Regression Analysis (MRA)*.

