

**PENGARUH PERSEPSI WAJIB PAJAK TENTANG PMK No. 44, PENGETAHUAN WAJIB PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ATAS INSENTIF PAJAK UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Akuntansi



Oleh :

**DHITA TIARA SUSANTO PUTRI**  
**2017310736**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA**

**2021**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Dhita Tiara Susanto Putri  
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 01 Agustus 1999  
N.I.M : 2017310736  
Program Studi : Akuntansi  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Audit dan Perpajakan  
Judul : Pengaruh Persepsi Wajib Pajak tentang PMK No.44,  
Pengetahuan Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan terhadap  
Kepatuhan Wajib Pajak atas Insentif Pajak UMKM dimasa  
Pandemi COVID-19

**Disetujui dan diterima baik oleh:**

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : .....

**(Dewi Murdiawati S.E., MM)**  
**NIDN: 0716118204**

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi

Tanggal : .....

**(Dr. Nanang Shonhadji S.E., Ak., M.Si., CA., CIBA., CMA)**

**NIDN: 0731087601**

# PENGARUH PERSEPSI WAJIB PAJAK TENTANG PMK No. 44, PENGETAHUAN WAJIB PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ATAS INSENTIF PAJAK UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19

**Dhita Tiara Susanto Putri**

STIE Perbanas Surabaya

Email:[dhitatiara45@gmail.com](mailto:dhitatiara45@gmail.com)

Desa Tondomulo Kec.Kedungadem, Bojonegoro

## **ABSTRACT**

*This research is aimed to determine the effect of taxpayers' perceptions of taxpayers PMK No.44, Taxpayer Knowledge, Taxation Socialization on SME Taxpayer Compliance with tax incentives during the COVID-19 pandemic. The samples have been obtained by using purposive sampling method which the selection is based on the predetermined criterias. Based on the purposive sampling method which is gotten 105 samples of respondents listed as taxpayer in Bojonegoro. The analysis method has been performed by using multiple linier regressions analysis and 24th version of SPSS program. The results showed that Taxpayers' Perceptions of PMK No.44, Taxpayer Knowledge, Tax Socialization had a positive effect on MSME taxpayer compliance with tax incentives during the COVID-19 pandemic.*

**Keywords :** *Taxpayer Compliance with MSME tax incentives during the pandemic, taxpayers' perceptions of PMK No.44, Taxpayer knowledge, tax socialization*

## **PENDAHULUAN**

Pajak merupakan sumber penerimaan negara terbesar di Indonesia, hal ini dapat dibuktikan pada tahun 2017 pajak menyumbang sebesar 85,6% dari seluruh penerimaan negara (Carolina, 2019). Salah satu upaya untuk meningkatkan penerimaan negara adalah menjadikan pajak sebagai sumber dana dari dalam negeri (Rizki Utami, 2014). Meningkatkan penerimaan pajak akan meningkatkan produktivitas dan pembangunan suatu negara. Keberhasilan pemungutan pajak bergantung pada kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak.

Saat ini pemerintah mulai melirik sektor swasta yang dipastikan memiliki potensi besar untuk pemasukan pajak. Sektor tersebut adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Anita, 2015). UMKM memiliki omset dan laba yang jauh lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan perusahaan besar. Namun, keberadaan usaha ini banyak dijumpai di sepanjang sudut wilayah

sehingga mampu memberikan sumbangsih yang berarti bagi pertumbuhan ekonomi. UMKM menyumbang 57% untuk Produk Domestik Bruto (PDB) sedangkan kontribusi UMKM terhadap pajak hanya sebesar 5%. Jika sektor ini dapat memaksimalkan perpajakannya maka akan memberikan dampak yang sangat positif bagi pemasukan kas negara.

Pada pertengahan Maret 2020 dunia mengalami kejadian luar biasa yakni munculnya virus corona yang sangat berbahaya, merebaknya virus ini tidak hanya berdampak pada kesehatan namun berdampak pada perekonomian di negara termasuk di Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga jadi salah satu yang merasakan dampak corona terhadap perekonomian. Mereka mengaku kehilangan pelanggan, hingga mencapai 50% lebih, yang diakibatkan adanya anjuran physical distancing dan di rumah saja. Hal ini menyebabkan penjualan menurun karena tidak ada masyarakat yang ke luar rumah untuk berbelanja. (Hernando & Wahyudin, 2020). dengan adanya hal tersebut pemerintah melalui (Keuangan & Indonesia, 2020)

Kementerian Keuangan menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 44/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus pada tanggal 27 April 2020.

Dengan adanya kebijakan baru yang diatur dalam PMK No.44/2020, sebetulnya pemerintah sudah mempersiapkan dana demi memberikan insentif pajak UMKM yakni sebesar Rp2,4 triliun untuk pembebasan PPh UMKM karena insentif ini masuk dalam program pemulihan ekonomi nasional untuk sektor UMKM. Namun fenomena yang terjadi, wajib pajak khususnya pemilik UMKM masih ada beberapa yang belum memanfaatkan fasilitas tersebut secara maksimal, namun dalam penerapan insentif pajak ini ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam memanfaatkan insentif pajak dimasa pandemi COVID-19.

Faktor pertama yaitu persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK.44. Menurut (Rifhi Siddiq, 2018) persepsi wajib pajak merupakan tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi guna memberikan suatu gambaran mengenai pajak. Pelaku UMKM dalam penerapan insentif pajak yang diatur dalam PMK No.44/2020 harus dapat mengenali dan menafsirkan informasi atas insentif yang diberikan pemerintah, artinya pelaku UMKM harus dapat beranggapan bahwa insentif ini merupakan sebuah sumbangan dari pemerintah demi menstabilkan perekonomian atas dampak pandemi. Maka dari itu, dengan adanya penafsiran informasi yang baik dari wajib pajak dapat terciptanya kepatuhan wajib pajak atas menerimanya insentif pajak UMKM 0% ditanggung pemerintah hingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajaknya.

Faktor yang kedua yaitu pengetahuan wajib pajak, menurut (Carolina, 2019) pengetahuan wajib pajak merupakan sebuah informasi pajak yang dapat digunakan wajib pajak sebagai dasar untuk bertindak, mengambil keputusan, dan untuk menempuh arah atau strategi

tertentu sehubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajibannya dibidang perpajakan. Wajib pajak yang memiliki pengetahuan yang tinggi, termasuk pelaku UMKM yang mendapat insentif pajak yang diatur dalam PMK No.44/2020 akan berfikir bahwa lebih baik memanfaatkan kesempatan mendapatkan insentif dari pemerintah dengan cara mengetahui dan mengimplementasikan bagaimana prosedur mendapatkan insentif tersebut. Dengan adanya pengetahuan tentang insentif pajak, maka pelaku UMKM akan menerima manfaat dari insentif tersebut berupa beban pajak terutang telah ditanggung pemerintah dimasa pandemic covid-19 dari bulan April-Desember 2020. Sehingga dapat survive tanpa harus memikirkan beban pajak terutangnya.

Faktor yang ketiga yaitu sosialisasi perpajakan, menurut (Andriani & Herianti, 2015) Sosialisasi perpajakan merupakan suatu bentuk upaya yang dilakukan DJP untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan. Sosialisasi yang berkaitan dengan perpajakan dapat diperoleh dari petugas pajak seperti penyuluhan, iklan-iklan dengan media cetak maupun elektronik yang dapat membantu para wajib pajak lebih mudah memahami dan lebih cepat mendapatkan informasi perpajakan. Sehingga dengan adanya sosialisasi perpajakan akan menambah pengetahuan wajib pajak terhadap hak dan kewajiban perpajakannya termasuk dalam mendapatkan sebuah informasi mengenai insentif pajak untuk periode April-Desember 2020 yang diatur dalam PMK No.44/2020 sebagai bentuk sumbangan pemerintah dimasa pandemi covid-19. Dengan adanya informasi tentang peraturan perpajakan hingga prosedur perpajakan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Alasan penting dilakukan penelitian ini adalah berdasarkan pemaparan diatas terkait penerapan kebijakan insentif pajak yang diatur didalam PMK No.44/2020 dan didukung dengan adanya hasil penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan

adanya hasil konsisten hingga hasil yang tidak konsisten mengenai kepatuhan wajib pajak, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Tentang PMK No.44, Pengetahuan Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Atas Insentif Pajak UMKM Di Masa Pandemi Covid-19” dengan menggunakan variabel independen persepsi wajib pajak atas penerapan insentif PMK.44, Pengetahuan Wajib Pajak dan Sosialisasi Perpajakan dengan menggunakan variable dependen yaitu kepatuhan wajib pajak UMKM.

## **RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS**

### ***Theory Planned of Behavior***

*Theory Planned of Behavior* yang dikemukakan oleh (Ajzen & Fishbein, 1975) merupakan penyempurnaan dari *reason action theory* yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen. Fokus utama dari teori *planned behavior* ini sama seperti teori *reason action* yaitu intensi individu untuk melakukan perilaku tertentu. Teori *Planned Of Behavior* menjelaskan bahwa sikap seseorang terhadap perilaku yang merupakan pokok penting yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan. Bila ada sikap yang positif, dukungan dari orang sekitar serta adanya persepsi kemudahan tanpa adanya hambatan untuk berperilaku maka, niat seseorang untuk berperilaku akan semakin tinggi (Seni & Ratnadi, 2017).

Terdapat 3 faktor yang mempengaruhi timbulnya *Theory Planned of Behavior*, antara lain :

### **Keyakinan perilaku**

Sikap bukanlah perilaku, namun sikap menghadirkan suatu kesiapsiagaan untuk tindakan yang mengarah pada perilaku (Ramdhani 2011). 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. Oleh karena itu sikap merupakan suatu wahana dalam membimbing seorang individu untuk berperilaku.

### **Persepsi kontrol perilaku**

Dalam berperilaku seorang individu tidak dapat mengontrol sepenuhnya perilakunya dibawah kendali individu tersebut atau dalam suatu kondisi dapat sebaliknya dimana seorang individu dapat mengontrol perilakunya dibawah kendali individu tersebut. Pengendalian seorang individu terhadap perilakunya disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan juga faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu tersebut seperti keterampilan, kemauan, informasi, dan lain-lain. Sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan yang ada disekeliling individu tersebut. Persepsi terhadap kontrol perilaku adalah bagaimana seseorang mengerti bahwa perilaku yang ditunjukkannya merupakan hasil pengendalian yang dilakukan oleh dirinya.

### **Norma Subyektif**

Seorang individu akan melakukan suatu perilaku tertentu jika perilakunya dapat diterima oleh orang-orang yang dianggapnya penting dalam kehidupannya dapat menerima apa yang akan dilakukannya. Sehingga, *normative beliefs* menghasilkan kesadaran akan tekanan dari lingkungan sosial atau Norma Subyektif.

### **Insentif Pajak**

Menurut (Syukur, 2020) mendefinisikan bahwa insentif pajak sebagai bentuk provisi yang diberikan kepada proyek investasi yang memenuhi syarat yang mewakili keuntungan penyimpangan dari ketentuan yang berlaku untuk proyek investasi pada umumnya. Jadi, fitur utama dari insentif pajak bahwa ini hanya berlaku untuk proyek-proyek tertentu.

Insentif pajak di masa pandemi COVID-19 menurut (Suandy, 2020) merupakan sumbangan yang diberikan oleh pemerintah kepada pegawai dan pelaku usaha sebagai bentuk upaya penstabilan perekonomian di masa pandemi agar pegawai dan pelaku usaha tetap dapat bertahan dimasa pandemi.

### **Kepatuhan Wajib Pajak**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah kepatuhan berarti tunduk atau patuh

pada ajaran atau aturan. Aturan yang berlaku dalam perpajakan adalah Undang-Undang Perpajakan. Kepatuhan wajib pajak dapat diartikan sebagai keadaan dimana wajib pajak taat dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya atau tidak menyimpang dari peraturan perpajakan yang berlaku.

### **Persepsi Wajib Pajak**

Persepsi adalah sebuah proses dimana seseorang dapat menginterpretasi, mengalami dan mengolah isyarat atau materi yang diterima dilingkungan luar. Arfan Ikhsan Lubis (2018: 93) berpendapat bahwa persepsi merupakan cara bagaimana individu menginterpretasikan atau memandang peristiwa, objek, serta manusia dalam suatu gambaran yang berarti. Artinya, persepsi berkorelasi positif terhadap daya tangkap masing-masing individu. Persepsi menggambarkan cara pandang seseorang terhadap suatu rangsangan yang diperolehnya.

### **Pengetahuan Perpajakan**

pengetahuan pajak adalah pengetahuan mengenai ketentuan umum dibidang perpajakan, jenis pajak yang berlaku di Indonesia mulai dari subyek pajak, objek pajak, tarif pajak, perhitungan pajak terutang, pencatatan pajak terutang, sampai dengan bagaimana pengisian pelaporan pajak. Pengetahuan pajak adalah informasi pajak yang dapat digunakan wajib pajak sebagai dasar untuk bertindak, mengambil keputusan, dan untuk menempuh arah atau strategi tertentu sehubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajibannya dibidang perpajakan.

### **Sosialisasi Perpajakan**

Menurut Rohmawati (2018) Sosialisasi adalah suatu kegiatan atau upaya yang dilakukan oleh seorang atau organisasi tertentu yang memberitahukan sesuatu (informasi) untuk diketahui oleh umum atau kalangan tertentu. Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya Direktur Jenderal Pajak khususnya kantor pelayanan pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan

kepada masyarakat mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan perpajakan.

### **Pengaruh Persepsi Wajib Pajak tentang PMK No. 44 terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas insentif pajak dimasa pandemi**

penerapan persepsi wajib pajak atas kebijakan baru agar dapat dimengerti dan mudah diimplementasikan ke penerapan pembayaran maupun pelaporan pajak terutangnya. Wajib pajak UMKM juga harus menyadari dan memiliki persepsi bahwa insentif pajak yang ditanggung pemerintah tidak mudah didapatkan semua harus melalui prosedur yang ditetapkan pemerintah, namun terkadang WP UMKM menganggap bahwa insentif otomatis didapatkan, padahal sesuai ketentuannya para pengusaha ini harus mengajukan dan mendapat persetujuan DJP apabila pelaku UMKM telah mendapat persetujuan maka untuk beban pajaknya akan ditanggung oleh pemerintah dan hal ini harus ditindaklanjuti agar menyelaraskan persepsi WP UMKM.

Berdasarkan *Theory Planned Of Behavior* dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1975) yang merupakan sebuah teori yang menjelaskan adanya sikap seseorang terhadap perilaku yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan. Bila ada sikap yang positif, dan mendapat dukungan dari orang sekitar serta adanya persepsi yang mendukung adanya kemudahan tanpa adanya hambatan untuk berperilaku maka, niat seseorang untuk berperilaku akan semakin tinggi. Teori ini memiliki hubungan keterkaitan dengan persepsi wajib pajak atas PMK No.44, wajib pajak yang memiliki sebuah persepsi yang dapat mendukung adanya perilaku positif terhadap pajak, akan dapat mendorong niat wajib pajak untuk meningkatkan kepatuhannya. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti memiliki sebuah hipotesis yang pertama yaitu :

**H1 : Persepsi Wajib Pajak tentang PMK No.44 berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM atas Insentif Pajak dimasa Pandemi COVID-19.**

## **Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM atas insentif pajak dimasa pandemi**

Pengetahuan wajib pajak terhadap undang-undang dan peraturan perpajakan serta sikap wajib pajak mempengaruhi perilaku perpajakan wajib pajak dan akhirnya perilaku perpajakan mempengaruhi keberhasilan perpajakan. Demi terciptanya kesuksesan dalam penerapan insentif pajak bagi UMKM, pemerintah harus memberikan sebuah pemahaman yang ekstra bagi pelaku UMKM dengan cara sosialisasi atas penerapan insentif ini, karena apabila tidak memberikan sosialisasi akan menimbulkan sebuah selisih paham yang nantinya berdampak pada terkendalanya program ini, mengingat insentif hanya diberikan dalam kurun waktu yang singkat.

Berdasarkan *Theory Planned Of Behavior* dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1975) yang merupakan sebuah teori yang menjelaskan adanya sikap seseorang terhadap perilaku yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan. Bila ada sikap yang positif, dan mendapat dukungan dari orang sekitar serta adanya persepsi yang mendukung adanya kemudahan tanpa adanya hambatan untuk berperilaku maka, niat seseorang untuk berperilaku akan semakin tinggi. Teori ini memiliki hubungan keterkaitan dengan pengetahuan wajib pajak yaitu apabila wajib pajak memiliki pengetahuan yang luas tentang insentif pajak akan dapat mendukung sikap yang positif terhadap perpajakan. Dengan adanya hal itu, akan dapat mendorong perbuatan wajib pajak untuk patuh terhadap perpajakan. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti memiliki sebuah hipotesis yang kedua yaitu :

**H2 : Pengetahuan Wajib Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM atas Insentif Pajak dimasa Pandemi COVID-19.**

## **Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM atas insentif pajak dimasa pandemi**

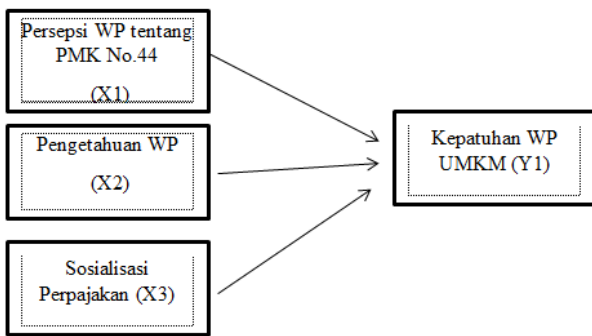
Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya Direktur Jenderal Pajak khususnya kantor pelayanan pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan perpajakan.

Berdasarkan *Theory Planned Of Behavior* dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1975) yang merupakan sebuah teori yang menjelaskan adanya sikap seseorang terhadap perilaku yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan. Bila ada sikap yang positif, dan mendapat dukungan dari orang sekitar serta adanya persepsi yang mendukung adanya kemudahan tanpa adanya hambatan untuk berperilaku maka, niat seseorang untuk berperilaku akan semakin tinggi. Teori ini memiliki hubungan keterkaitan dengan sosialisasi perpajakan apabila wajib pajak mendapatkan informasi mengenai insentif pajak baik dari prosedur mendapatkan insentif hingga cara pengajuannya maka wajib pajak akan mengetahui dan memahami adanya prosedur penerapan insentif pajak oleh sebab itu akan mendorong wajib pajak untuk berperilaku patuh terhadap perpajakan. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti memiliki sebuah hipotesis yang ketiga yaitu :

**H3 : Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM atas Insentif Pajak dimasa Pandemi COVID-19.**

### **Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yaitu persepsi wajib pajak tentang PMK No.44, pengetahuan wajib pajak, sosialisasi perpajakan. Sedangkan, variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak atas insentif pajak UMKM dimasa pandemi COVID-19. Kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**

## METODE PENELITIAN

### Rancangan Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian *eksplanatori* dimana peneliti ingin memperoleh data, informasi serta keterangan yang sebelumnya belum pernah diketahui dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Ghozali (2017) pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan dengan menggunakan analisis data. Dilihat dari metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan *survey* karena dilihat dari cara pengambilan sampel berasal dari populasi lalu menggunakan kuesioner sebagai pengumpul data pokok, teknik ini tergolong didalam teknik strategi opini (*opinion*) yaitu sebuah teknik yang digunakan untuk mendapatkan data opini individu. Dilihat dari sumber data, penelitian ini termasuk kedalam penelitian primer karena peneliti memberikan sebuah kuesioner kepada responden, yaitu Wajib Pajak UMKM Wilayah Kabupaten Bojonegoro. Berdasarkan tujuan, penelitian ini tergolong didalam penelitian dengan menggunakan pengujian kausal (uji hipotesis) karena penelitian ini menggunakan hipotesis untuk menguji hubungan antar variabel.

### Identifikasi Variabel

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepatuhan wajib pajak UMKM atas Insentif Pajak dimasa Pandemi (Y). Sedangkan variabel independen yang digunakan adalah Persepsi Wajib Pajak tentang PMK No.44

(X<sub>1</sub>), Pengetahuan Wajib Pajak (X<sub>2</sub>), Sosialisasi Perpajakan (X<sub>3</sub>).

### Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

#### Kepatuhan Wajib Pajak UMKM atas Insentif Pajak dimasa Pandemi

Kepatuhan wajib pajak merupakan tindakan untuk mengikuti segala peraturan yang berlaku dalam dunia perpajakan untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Variabel kepatuhan wajib pajak dapat diukur berdasarkan indikator kepatuhan yaitu, Wajib pajak harus memiliki NPWP, NPWP sebagai identitas wajib pajak, Melakukan pengitungan hingga pelaporan pajak, Melakukan pencatatan pendapatan, Mengajukan surat pengajuan insentif, Membuat kode billing, Tidak melakukan pembayaran pajak, Menyampaikan laporan realisasi atas mendapatkan insentif, Mengikuti prosedur insentif pajak.

#### Persepsi Wajib Pajak tentang PMK No.44

Variabel persepsi wajib pajak dapat diukur dengan beberapa indikator, antara lain : Insentif pajak meringankan beban pajak terutang, Beban pajak terutang ditanggung pemerintah, Insentif pajak untuk UMKM yang memiliki peredaran bruto kurang dari 4,8 Miliar, Prosedur insentif pajak mudah dipahami, Pengajuan insentif pajak melalui media online, Insentif pajak untuk penstabilan perekonomian, Wajib pajak tidak wajib melakukan pembukuan, Wajib membuat kode Billing

#### Pengetahuan wajib pajak

Variabel pengetahuan wajib pajak dapat diukur dengan indicator, antara lain : Pengetahuan Pajak, Pengetahuan NPWP, Pengetahuan wajib pajak UMKM, Pengetahuan insentif pajak, Insentif pajak diberikan dimasa pandemi COVID-19, Pengetahuan tarif pajak ditanggung pemerintah, Pengetahuan jangka waktu pemberian insentif pajak, Pengetahuan proses pengajuan insentif pajak, Pengetahuan surat setoran pajak.

#### Sosialisasi Perpajakan

Variabel sosialisasi perpajakan diukur menggunakan beberapa indikator, antara lain : Pengertian Sosialisasi, Informasi terkait insentif pajak dimasa pandemi COVID-19, Wajib pajak mengikuti sosialisasi, Berbagai sumber tentang perpajakan, Mengerti materi dari fiskus pajak, Mendapatkan asistensi



tentang prosedur insentif pajak, Manfaat fiskus pajak bagi wajib pajak.

**Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak terdaftar sebagai wajib pajak UMKM di Bojonegoro. Sampel dalam penelitian ini adalah wajib pajak UMKM yang mendapat insentif pajak dimasa pandemi COVID-19. Didalam penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling* yaitu teknik pengumpulan informasi dari anggota populasi yang senang hati bersedia memberikan informasi (Sekaran, 2006).

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif yang diolah dengan teknik statistik menggunakan *software* SPSS 24, melalui beberapa tahapan berikut :

1. Analisis statistik deskriptif.
2. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.
3. Analisis regresi linier berganda yang terdiri dari uji signifikansi model (*F Test*), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji hipotesis (uji t).

**Gambaran Subyek Penelitian**

Pembahasan dalam uraian ini membahas mengenai karakteristik responden yaitu wajib pajak UMKM yang mendapatkan insentif pajak 0,5% dimasa pandemi wilayah kabupaten Bojonegoro. Sumber data dalam penelitian ini merupakan sumber data primer, yang mana sumber data primer merupakan sumber data yang berhubungan langsung dengan responden yaitu dengan melalui suatu angket ataupun kuesioner. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner melalui dua cara yaitu penyebaran secara tatap muka langsung dan penyebaran menggunakan google form. Pada saat penyebaran tatap muka secara langsung, peneliti menyebarkan kuesioner bersamaan dengan kegiatan sosialisasi yang diadakan rutin oleh dinas Koperasi dan UMKM

kabupaten Bojonegoro. Jadwal penyebaran kuesioner dilakukan mulai tanggal 27 November 2020 hingga 19 Desember 2020 dengan menyebarkan di 5 wilayah kecamatan yang ada di kabupaten Bojonegoro dan mendapatkan 105 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Berikut ini merupakan tabel terkait dengan jadwal penyebaran kuesioner baik secara tatap muka langsung/manual dan menggunakan google formulir.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**1. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah residual data tersebut berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan untuk menguji nilai residual dari persamaan regresi dengan menggunakan uji *kolmogrov-sminov test*. Persamaan regresi dapat dinyatakan normal apabila nilai signifikan lebih dari 0,05. Hasil uji normalitas pada penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,88208402
Most Extreme Differences	Absolute	0,079
	Positive	0,079
	Negative	-0,05
Test Statistic		0,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,105 <sup>c</sup>

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel independen yaitu persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK No.44, pengetahuan wajib pajak, sosialisasi perpajakan menunjukkan nilai signifikansi kolmogrov-sminov sebesar 0,105 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga model regresi dalam penelitian ini dapat dinyatakan memiliki distribusi normal dan dapat dilakukan uji hipotesis untuk langkah selanjutnya.

## 2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Ada atau tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari besarnya *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance value*  $\geq 0,10$  maka data tersebut tidak adanya kolerasi diantara variabel independen. Hasil dari pengujian uji multikolonieritas sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Hasil Uji**  
**Multikolinieritas**

Model	Tol	VIF
1 (Constant)		
Persepsi WP	0,808	1,237
Pengetahuan WP	0,819	1,221
Sosialisasi Perpajakan	0,835	1,198
Kepatuhan WP UMKM		

Sumber : Data diolah

Penelitian yang baik seharusnya tidak ada kolerasi pada variabel independen, ada atau tidaknya kolerasi dapat diketahui pada kolom VIF, jika nilai *Tolerance Value*  $\geq 0,10$  maka data tersebut tidak ada kolerasi diantara variabel independen. Berdasarkan tabel coefficients diatas, dapat diketahui bahwa nilai VIF pada masing-masing variabel menunjukkan lebih besar dari 0,10 oleh sebab itu didalam uji ini tidak terjadi kolerasi pada masing-masing independen.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedasdestisitas dilakukan untuk menguji apakah di dalam model terdapat ketidaksamaan residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Untuk menguji apakah didalam penelitian terdapat heterokedasdestisitas, dapat dilakukan dengan menggunakan uji glejser dengan cara meng-absolutkan nilai residual terhadap variabel independen. Untuk dapat mengetahui terjadi atau tidaknya heterokedastisitas dalam suatu penelitian dapat diketahui melalui tabel *coefficients* apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau setara dengan 5% maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokesdastisitas. Hasil pengujian sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Sig.
1 (Constant)	0,242
Persepsi WP	0,733
Pengetahuan WP	0,137
Sosialisasi perpajakan	0,593
a. Dependent Variable: ABRESID	

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen yang diuji adalah lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa masing-masing variabel independen tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam hal ini berarti bahwa dalam model tidak terdapat ketidaksamaan residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah dilakukan pengujian data terkait dengan uji validitas dan reliabilitas dimana data dalam penelitian ini dapat dikategorikan valid dan reliabel serta dilakukan uji asumsi klasik dimana terdapat tiga uji yaitu uji normalitas yang menunjukkan data terdistribusi secara normal, lalu yang kedua terdapat uji multikolonieritas dimana tidak terdapat korelasi antar variabel independen, dan yang ketiga terdapat uji heterokedasdestisitas dalam data pada penelitian ini juga tidak terdapat kesamaan residual. Oleh sebab itu penelitian ini dapat dilanjutkan untuk melakukan uji selanjutnya yaitu uji analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 4**  
**Hasil Analisis Regresi Linier**  
**Berganda**

Model	B	Sig.
(Constant)	3,629	0,206
Persepsi WP	0,291	0,009
Pengetahuan WP	0,356	0
Sosialisasi Perpajakan	0,314	0,001
a. Dependent Variable: Kepatuhan WP UMKM		

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas, adapun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 3,629 + 0,291 X1 + 0,356 X2 + 0,314X3+ e$$

Keterangan :

Y = Kepatuhan wajib pajak UMKM Atas Insentif Pajak Di Masa Pandemi COVID-19

X1 = Persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK No.44

X2 = Pengetahuan wajib pajak

X3 = Sosialisasi perpajakan

Konstanta ( $\alpha$ ) : Nilai sebesar 3,629, artinya apabila nilai variabel independen yaitu Persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK No.44 (X1), Pengetahuan wajib pajak (X2), Sosialisasi perpajakan (X3) bernilai nol maka nilai variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak UMKM atas insentif pajak dimasa pandemi COVID-19 bernilai sebesar 3,629

$\beta_1 = 0,291$  : Mempunyai arti bahwa variabel persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK No.44 (X1) mengalami kenaikan satu satuan nilai, maka akan menaikkan pula variabel dependen Kepatuhan wajib pajak UMKM Atas Insentif Pajak Di Masa Pandemi COVID-19 sebesar 0,291 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya dalam posisi konstan.

$\beta_2 = 0,356$  : Mempunyai arti bahwa variabel pengetahuan wajib pajak (X2) mengalami kenaikan satu satuan nilai, maka akan menaikkan pula variabel dependen Kepatuhan wajib pajak UMKM Atas Insentif Pajak Di Masa Pandemi COVID-19 sebesar 0,356 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya dalam posisi konstan.

$\beta_3 = 0,314$  : Mempunyai arti bahwa variabel sosialisasi perpajakan (X3) mengalami kenaikan satu satuan nilai, maka akan menaikkan pula variabel dependen Kepatuhan wajib pajak UMKM Atas Insentif Pajak Di Masa Pandemi COVID-19 sebesar 0,314 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya dalam posisi konstan.

## Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Model (Uji F)

Analisis regresi *multivariate* menggunakan metode uji F dengan nilai probabilitas sig. 5%. Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah model regresi yang digunakan fit atau tidak fit dari persamaan model regresi persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK No.44, pengetahuan wajib pajak, sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas penerapan insentif pajak dimasa pandemi COVID-19. Hasil uji regresi dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Model (F Test)**

Model		F	Sig.
1	<i>Regression</i>	23,006	,000 <sup>b</sup>
	<i>Residual</i>		
	<i>Total</i>		

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi F hitung sebesar 23,006 dengan nilai signifikansi 0,000 yang artinya nilai sig. < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak. Artinya, model regresi fit dan dapat digunakan dalam mengetahui pengaruh variabel persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK No.44, pengetahuan wajib pajak dan sosialisasi perpajakan secara bersama-sama dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM atas penerapan insentif pajak dimasa pandemi COVID-19.

### 1. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) digunakan untuk menentukan atau mengukur seberapa jauh kemampuan atau pengaruh model yang ditimbulkan variabel independen yaitu persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK No.44, pengetahuan wajib pajak, sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas penerapan insentif pajak dimasa pandemi COVID-19.

**Tabel 6**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,388

Sumber : Data diolah

Jika dilihat dari tabel 4.20 nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0,388 atau 38,8% dan sisanya 61,2% (100%-38,8%), maka dapat dikatakan bahwa variabel independen yaitu persepsi

wajib pajak tentang penerapan PMK No.44, pengetahuan wajib pajak, sosialisasi perpajakan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM atas penerapan insentif pajak dimasa pandemi COVID-19 sebesar sebesar 38,8% dan sisanya 61,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas didalam penelitian.

## 2. Uji Parsial (T)

Uji parsial (T) digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial yang menunjukkan pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi secara (*univariate*) menggunakan metode uji t dengan probabilitas signifikan 0,05 atau 5%. Cara untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dapat digambarkan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 7**  
**Hasil Uji t**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1,273	0,206
	Persepsi WP	2,645	0,009
	Pengetahuan WP	3,866	0,000
	Sosialisasi Perpajakan	3,477	0,001
a. Dependent Variable: TOTAL kepatuhan			

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

### **Persepsi Wajib Pajak tentang Penerapan PMK No.44**

Variabel persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK No.44 mempunyai koefisien regresi sebesar 0,291. Berdasarkan hasil uji T yang dilakukan didapatkan hasil  $0,009 < 0,05$ , sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan maka,  $H_0$  ditolak. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK No.44 mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas

penerapan insentif pajak dimasa pandemi COVID-19.

### **Pengetahuan Wajib Pajak**

Variabel pengetahuan wajib pajak mempunyai koefisien regresi sebesar 0,356. Berdasarkan hasil uji T yang dilakukan didapatkan hasil  $0,000 < 0,05$ , sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan maka,  $H_0$  ditolak. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan wajib pajak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas penerapan insentif pajak dimasa pandemi COVID-19.

### **Sosialisasi Perpajakan**

Variabel sosialisasi perpajakan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,314. Berdasarkan hasil uji T yang dilakukan didapatkan hasil  $0,001 < 0,05$ , sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan maka,  $H_0$  ditolak. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas penerapan insentif pajak dimasa pandemi COVID-19.

Setelah dilakukannya pengujian hipotesis yaitu uji t terhadap variabel-variabel dalam penelitian, untuk variabel yang reliabel menghasilkan kesimpulan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK No.44, pengetahuan wajib pajak, sosialisasi perpajakan yang memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak UMKM atas penerapan insentif pajak dimasa pandemi COVID-19.

### **Pengaruh Persepsi Wajib Pajak tentang Penerapan PMK No.44 terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM atas Penerapan Insentif Pajak dimasa Pandemi COVID-19**

Berdasarkan berbagai pengujian yang dilakukan peneliti lalu dilakukan sebuah analisis maka akan memberikan sebuah informasi secara objektif. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK N0.44 berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas penerapan insentif pajak dimasa

pandemi COVID-19. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang berpengaruh secara signifikan. Lalu, analisis jawaban kuesioner yang menyatakan setuju bahwa wajib pajak yang telah mengerti tujuan pemberian insentif, mengetahui prosedur pengajuan insentif pajak hingga mengerti bagaimana cara pelaporan insentif pajak dimasa pandemi, dalam hal ini akan membentuk sebuah persepsi bahwa pemberian insentif pajak ini diberikan pemerintah dengan tujuan meringankan beban pajak terutang dimasa pandemi dalam kurun waktu April – Desember 2020 dengan tujuan wajib pajak UMKM tetap bisa *survive* dimasa pandemi, sehingga dengan adanya persepsi positif akan mendorong wajib pajak untuk patuh terhadap perpajakan terlebih dalam mematuhi segala bentuk aturan pemerintah dalam insentif pajak.

Jika dilihat dari karakteristik responden pada penelitian ini sebagian besar adalah usia produktif, lalu usaha yang telah berdiri lama mayoritas diatas lima tahun. Sehingga secara latar belakang juga membuat wajib pajak untuk memiliki persepsi yang positif tentang penerapan PMK No.44 atau pemberian insentif pajak ditanggung pemerintah dimasa pandemi sehingga dapat mempengaruhi kepatuhannya.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan theory of planned behavior oleh Ajzen dan Fishbein (1975) yang menyatakan bahwa adanya sikap seseorang terhadap perilaku yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan. Bila ada sikap yang positif, dan mendapat dukungan dari orang sekitar serta adanya persepsi yang mendukung tanpa adanya hambatan untuk berperilaku. Maka, niat seseorang untuk berperilaku akan semakin tinggi. Terdapat faktor dari theory of planned behavior yang mampu menjelaskan persepsi wajib pajak, faktor tersebut yaitu control belief yang mana pada faktor ini merupakan sebuah keyakinan masyarakat yang dapat menghambat dan mendukung perilaku seseorang. Dengan adanya teori tersebut, dapat menggambarkan bahwa wajib pajak yang berpersepsi positif terhadap penerapan PMK No.44 tentang insentif

pajak UMKM dimasa pandemi pasti akan menerima segala macam prosedur yang telah ditetapkan pemerintah demi terciptanya kelancaran program insentif pajak ini, sehingga dapat berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak artinya kepatuhan wajib pajak akan meningkat.

### **Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM atas Penerapan Insentif Pajak dimasa Pandemi COVID-19**

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dari masing-masing pengujian dalam penelitian ini terdapat beberapa dari hasil pengujian yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas penerapan insentif pajak dimasa pandemi COVID-19, hal ini dibuktikan dari hasil uji statistik t pada variabel pengetahuan wajib pajak menunjukkan hasil yang signifikan. Pada variabel ini, rata-rata jawaban kuesioner yang ditunjukkan untuk responden yaitu sangat setuju atas pernyataan mengenai pengetahuan yang dimiliki wajib pajak dalam memahami prosedur tentang insentif pajak, fungsi dari insentif pajak dan tujuan pemberian insentif pajak ditanggung pemerintah dimasa pandemi COVID-19.

Selain itu, dilihat dari data karakteristik responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pengetahuan tentang insentif pajak yang tinggi, hal ini dibuktikan dari kriteria responden dalam penelitian ini yaitu wajib pajak di wilayah Bojonegoro yang mendapatkan insentif pajak ditanggung pemerintah. Dari 105 responden yang didapatkan peneliti, dapat menandakan bahwa responden tersebut memang benar-benar telah memahami prosedur dalam pemberian insentif, cara pengajuan untuk mendapatkan insentif, tujuan pemberian insentif dan bagaimana pelaporan pajak setelah mendapatkan insentif sehingga dengan adanya hal itu turut mempengaruhi kepatuhan wajib pajaknya.

### **Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM atas Penerapan Insentif Pajak dimasa Pandemi COVID-19**

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dari masing-masing pengujian dalam penelitian

ini terdapat beberapa dari hasil pengujian yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas penerapan insentif pajak dimasa pandemi COVID-19, hal ini dibuktikan dari hasil uji statistik t pada variabel pengetahuan wajib pajak menunjukkan hasil yang signifikan. Pada variabel ini, rata-rata jawaban kuesioner yang ditunjukkan untuk responden yaitu sangat setuju atas pernyataan mengenai pengetahuan yang dimiliki wajib pajak dalam memahami prosedur tentang insentif pajak, fungsi dari insentif pajak dan tujuan pemberian insentif pajak ditanggung pemerintah dimasa pandemi COVID-19.

Selain itu, dilihat dari data karakteristik responden, mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pengetahuan tentang insentif pajak yang tinggi, hal ini dibuktikan dari kriteria responden dalam penelitian ini yaitu wajib pajak di wilayah Bojonegoro yang mendapatkan insentif pajak ditanggung pemerintah. Dari 105 responden yang didapatkan peneliti, dapat menandakan bahwa responden tersebut memang benar-benar telah memahami prosedur dalam pemberian insentif, cara pengajuan untuk mendapatkan insentif, tujuan pemberian insentif dan bagaimana pelaporan pajak setelah mendapatkan insentif sehingga dengan adanya hal itu turut mempengaruhi kepatuhan wajib pajaknya.

### **Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM atas Penerapan Insentif Pajak dimasa Pandemi COVID-19**

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas penerapan insentif pajak dimasa pandemi COVID-19. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan adanya tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, berdasarkan hasil analisis deskriptif yang menyatakan bahwa responden merasa sangat setuju dengan

adanya sosialisasi perpajakan untuk mendapatkan informasi terkait insentif pajak karena dengan adanya sosialisasi pajak oleh petugas pajak, maka akan meningkatkan pemahaman mereka mengenai pengetahuan terbaru pajak yaitu insentif pajak yang diberikan saat pandemi. Sehingga wajib pajak merasa ada dukungan untuk menjalankan kewajibannya yang secara langsung akan mempengaruhi peningkatan pada kepatuhan wajib pajak pula.

Selain itu, berdasarkan kriteria responden yang dilihat dari segi lama berdiri usaha wajib pajak UMKM di wilayah Bojonegoro tergolong cukup lama dalam menjalankan usahanya karena sebagian besar usahanya berdiri lebih dari 5 tahun namun masih membutuhkan sosialisasi dari petugas pajak karena mereka merasa bahwa pemberian insentif UMKM ini tergolong dalam peraturan baru, yang mana wajib pajak merasa awam dan masih membutuhkan sosialisasi bagaimana pengajuan insentif hingga pelaporan. Oleh sebab itu, dengan adanya sosialisasi yang baik dari petugas pajak, wajib pajak akan terbantu untuk mematuhi prosedur penerapan insentif pajak sehingga akan mendorong untuk patuh terhadap perpajakan.

### **KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, model penelitian ini dinyatakan lolos dari uji asumsi klasik yakni memenuhi asumsi normalitas, tidak terdapat masalah heterokedastisitas, dan multikolinearitas. Hasil uji model (uji F) menunjukkan bahwa model fit atau model regresi dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi wajib pajak tentang PMK No.44, pengetahuan wajib pajak, sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas insentif pajak dimasa pandemi .

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan pada penelitian ini, yaitu :

Variabel persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK No.44 (X1) memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas insentif pajak dimasa pandemi COVID-19. Hal ini, telah dibuktikan peneliti dengan menguji jawaban pernyataan yang ditujukan untuk responden. Dengan demikian,

hal ini dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Kesimpulan tersebut memberikan hubungan bahwa dengan adanya persepsi wajib pajak tentang penerapan PMK No.44 dapat memberikan dampak yang begitu besar bagi terciptanya kelancaran kebijakan baru ini ditengah-tengah pandemi, karena wajib pajak yang memiliki persepsi positif maka hal tersebut akan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM.

Variabel pengetahuan wajib pajak (X2) memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas insentif pajak dimasa pandemi COVID-19. Hal ini, telah dibuktikan peneliti dengan menguji jawaban pernyataan yang ditujukan untuk responden. Dengan demikian, hal ini dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Kesimpulan tersebut memberikan hubungan bahwa pengetahuan yang dimiliki wajib pajak tentang insentif pajak akan dapat mendorong perbuatan wajib pajak untuk patuh terhadap perpajakan, dan hal ini akan dapat membantu pemerintah dalam kelancaran program insentif pajak UMKM dimasa pandemi yang diberikan dalam waktu April-Desember 2020, karena program insentif ini diberikan pemerintah guna menstabilkan perekonomian ditengah-tengah pandemi COVID-19.

Variabel sosialisasi perpajakan (X3) memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM atas insentif pajak dimasa pandemi COVID-19. Hal ini, telah dibuktikan peneliti dengan menguji jawaban pernyataan yang ditujukan untuk responden. Dengan demikian, hal ini dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Kesimpulan tersebut memberikan hubungan bahwa apabila kualitas pelayanan perpajakan yang diberikan oleh penyedia layanan kepada wajib pajak semakin baik maka hal tersebut dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak, dimana hal tersebut akan memberikan sebuah kepuasan dan kepercayaan tersendiri bagi wajib pajak.

#### **Keterbatasan**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan waktu yang relatif singkat.
2. Dalam proses penyebaran kuesioner, peneliti hanya menyebarkan ke 5 kecamatan dari 28 kecamatan di Kabupaten Bojonegoro.
3. Dari beberapa penyebaran ke tiap kecamatan di Bojonegoro hanya didapatkan beberapa responden yang sesuai kriteria penelitian yakni wajib pajak UMKM yang mengajukan insentif pajak 0,5% ditanggung pemerintah.

#### **Saran**

Ada beberapa hal yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama, yakni :

1. Pengurusan izin sebaiknya dilakukan lebih cepat untuk meminimalisir lamanya proses perizinan dan permohonan data sehingga pada saat peneliti melakukan pengolahan data dan penulisan skripsi selesai tepat waktu.
2. Sebaiknya, dalam proses penelitian lebih diperbanyak lagi ragam jenis usaha dan didapat diberbagai wilayah kecamatan sehingga data yang didapatkan lebih beragam.
3. Sebelum melakukan penyebaran kuesioner, sebaiknya peneliti mencari informasi lebih tentang data diri responden yang sesuai dengan kriteria penelitian, agar memudahkan dalam proses penyebaran kuesioner.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Aisyahyusanti, S. (2019). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah*, 1(3), 111-117.
- Anam, M. C., Andini, R., & Hartono. (2016). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Usaha Dan Pekerjaan Bebas Sebagai Variabel Intervening (Studi di KPP Pratama Salatiga)* Mohammad.

- Andriani, Y., & Herianti, E. (2015). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pemahaman Perpajakan, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak MKM (Studi empiris UMKM di Pasar Tanah Abang, Jakarta Tahun 2013-Agustus 2015). *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 487–496.  
<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/7309>
- Aneswari, Y. R., Darmayasa, I. N., Yusdita, E. E., Kesuma, S., Blitar, N., No, J. M., & Kidul, K. (2013). *Kata kunci: Keadilan, Kepatuhan Pajak, Kritis, PPh 1%*. 1–22.
- Anita, T. (2015). *Bagi Umkm Dalam Mempertahankan Keberadaan Umkm Di Indonesia*. 7(3), 255–259.
- Carolina, V. (2019). Pengetahuan Pajak sebuah informasi pajak yang dimiliki oleh wajib. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 22(1), 73–83.  
<https://doi.org/10.14414/jebav.v22i1.1559>
- Dwi Ariyanto, D. A. N. (2020). Pengaruh Persepsi Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*, 8(3), 1–9.  
<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/>
- Hernando, R. A., & Wahyudin, D. (2020). *Modernisasi Administraasi Perpajakan dalam Rangka Optimalisasi Pelayanan Pajak Berbasis Digital*. 1(2), 119–125.
- Imaniati, Z. Z., & Isroah, I. (2016). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Tentang Penerapan Pp No. 46 Tahun 2013, Pemahaman Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Kota Yogyakarta. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 5(2).  
<https://doi.org/10.21831/nominal.v5i2.11730>
- Kuangan, M., & Indonesia, R. (2011). *Peraturan menteri! keuangan republik indonesia nomor. 2006*.
- Ramdhani, N., Carver, C. S., Scheier, M. F., Segerstrom, S. C., Solberg Nes, L., Evans, D. R., Segerstrom, S. C., Tunas, I. R., Montgomery, R. L., Haemmerlie, F. M., Ray, D. M., Gillham, J. E., Shatté, A. J., Reivich, K. J., Seligman, M. E. P., Manurung, P. P., Supit, S., Nancy, J., & Khatimah, H. (2011). AIPNI, 2015. Kurikulum Inti Ners 2015. *Buletin Psikologi*, 4(1), 55–69.
- Rizki Utami. (2014). Pengaruh Faktor-faktor Eksternal terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak di Lingkungan KPP Pratama. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 152–160.  
<https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i2.6743>
- Rohemah, Riskiyatur, S. R. (2014). Kesadaran Pembayaran Pajak, Pengetahuan dan Pemahaman Peraturan Pajak, dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepatuhan Membayar Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 2(5), 1–18.
- Safrina, N., Soehartono, A., & Noor, A. B. S. (2018). Studi Literatur: Kebijakan dan Implikasi PPh Final 0,5% Terhadap UMKM Dalam Rangka Pencapaian Target Penerimaan Pajak 2018. p-ISSN: 2541-6022 e-ISSN: 2541-6022. *Prosiding Seminar Nasional ASBIS 2018, 6014*, 373–391.
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 4043.  
<https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>
- Syukur, M. (2020). Insentif Pajak terhadap Sumbangan Covid-19 dari Perspektif Relasi Hukum Pajak Indonesia dengan Hak Asasi Manusia. *Jurnal Suara Hukum*, 2(2), 184.  
<https://doi.org/10.26740/jsh.v2n2.p184-214>
- Tatik. (2018). Potensi Kepatuhan Pembayaran Pajak pada Pelaku UMKM ( Usaha Mikro Kecil dan Menengah ) Pasca Penerbitan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 ( Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Sleman-Yogyakarta ). *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA)* 8, 23, 1–7.