

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Berdasarkan UU-KUP No. 28 Tahun 2007, pasal 1 ayat 1, perpajakan adalah komitmen bagi masyarakat yang diperlukan kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa menurut undang-undang, tanpa imbalan langsung dan digunakan untuk keperluan negara. Pajak sendiri memiliki peranan yang cukup besar dalam kehidupan bernegara dan merupakan sumber penerimaan negara dalam membiayai seluruh pengeluaran yang diperlukan oleh pemerintah, termasuk pengeluaran untuk pembangunan. Pajak memiliki 2 fungsi utama, yaitu kerja anggaran yang diusulkan untuk mendukung setiap konsumsi standar dan perbaikan negara dan kapasitas normal yang diharapkan dapat mengelola strategi pemerintah di bidang sosial dan ekonomi (Wardani & Wati, 2018). Menurut Refrizal selaku Anggota Komisi XI DPR RI, pemungutan pajak merupakan pendapatan terbesar terhadap penerimaan negara. Dari Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) sendiri, pendapatan yang sudah masuk ke kas negara bisa mencapai Rp 378,2 triliun. Sementara itu, donasi bisa mencapai Rp 435,3 miliar (Arief, 2019). Pajak mempunyai tujuan yaitu untuk meningkatkan kualitas kesejahteraan masyarakat dengan melakukan perbaikan fasilitas umum. Pengalokasian pajak tidak hanya disediakan untuk para wajib pajak tetapi juga dapat digunakan untuk

kepentingan orang yang tidak wajib pajak. Tuntutan peningkatan penerimaan perpajakan mendorong Direktorat Jenderal Pajak untuk terus melakukan reformasi perpajakan berupa pembenahan kebijakan perpajakan dan sistem administrasi perpajakan sehingga potensi penerimaan perpajakan yang ada dapat dihimpun secara optimal dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip perpajakan, keadilan sosial dan memberikan pelayanan prima kepada wajib pajak. Untuk mencapai pungutan biaya pajak yang sesuai dengan apa yang ditetapkan oleh otoritas publik, salah satu dasar untuk pendapatan biaya yang ditunjukkan oleh tujuannya adalah kepatuhan warga atau wajib pajak. Kepatuhan warga negara adalah keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi komitmen dan kegiatan ketetapan pajaknya (Wardani & Wati, 2018). Konsistensi warga yang besar dalam membayar pajak akan terlihat dari rutusnya pembayaran pajak. Dengan adanya konsistensi warga negara, diharapkan bahwa wajib pajak akan berusaha untuk mengikuti undang-undang dan pedoman perpajakan yang terkait, baik memenuhi komitmen mereka maupun mempraktikkan hak perpajakan mereka.

Dalam Islam juga telah dijelaskan dalil masalah pajak itu sendiri, adapun dalil secara umum, sebagaimana firman Allah:

انْفِرُوا خِفَافًا وَثِقَالًا وَجَاهِدُوا بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ تِلْكَ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ

تَعْلَمُونَ

“dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”.

[QS Al-Baqarah: 195].

Dimasa pandemi *Covid-19* konsistensi warga ataupun Kepatuhan Wajib Pajak masyarakat dalam menyampaikan SPT Tahunan PPh semakin meluas. Pengungkapan SPT tahunan per 30 April 2021 adalah 12.248.158 SPT atau 12,8% lebih tinggi dari periode yang sama dari tahun lalu. Dengan peningkatan Wajib Pajak badan sebesar 26,8% dan Wajib Pajak orang pribadi sebesar 11,8%. Dari informasi tersebut, ada beberapa hal yang bisa diambil kesimpulannya. Pada awalnya, pemanfaatan untuk umum masih belum maksimal, sedangkan pemanfaatan keluarga masih lemah. Kedua, kegiatan warga sudah mulai bergerak, yang terlihat dari peningkatan fleksibilitas dari bulan ke bulan. Ketiga, target penerimaan pajak tahun 2021 sangat berbobot dan berpotensi defisit (Masdi, 2021).

Namun untuk Kepatuhan Wajib Pajak dalam sektor UMKM masih tergolong rendah. Sektor UMKM yang berada di Indonesia memiliki pengaruh yang besar bagi negara. Kelompok UMKM merupakan bagian ekonomi yang paling kuat kekuatannya saat perekonomian negara sedang mengalami gangguan. Oleh karena itu, otoritas pajak perlu melangkah lebih jauh untuk menyelidiki kemampuan di bidang UMKM. Namun demikian, sampai saat ini komitmen ataupun kepatuhan wajib pajak UMKM daerah dalam membayar pajak untuk menambah pendapatan negara masih

terabaikan. Pada perhitungan untuk setiap tahunnya, pembayaran pajak dari UMKM hanya mencapai Rp5 triliun hingga Rp6 triliun (Setiawan, 2020).

“Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati mengungkapkan penerimaan pajak baru mencapai Rp 1.019,56 triliun atau 85,65 persen dari target sesuai Perpres No 72 tahun 2020 sebesar Rp 1.198,8 triliun hingga 23 Desember 2020” (Idris, 2020). Konsistensi warga yang besar dalam membayar pajak akan terlihat dari rutinitas menyetorkan pajak. Dengan konsistensi warga negara dalam membayar pajak, diharapkan wajib pajak dapat melaksanakan kewajibannya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Keuntungan dari konsistensi wajib pajak untuk mendaftar tepat waktu dalam mengajukan SPT untuk semua jenis pajak, menghitung, dan membayar pajak terutang. Berdasarkan hasil dari *website* pajak.go.id menyatakan bahwa ternyata, kepatuhan Wajib Pajak juga belum mencapai tingkat yang diharapkan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi ketidakpatuhan warga sebagai wajib pajak, termasuk tidak adanya kerangka administrasi nilai, minimnya pelayanan dan pemahaman warga untuk memenuhi komitmen tugas mereka sesuai pedoman perpajakan (Wibowo, 2021). Ini nantinya akan memicu pelanggaran undang-undang dalam pembayaran pajak dengan cara penghindaran pajak. Kepatuhan masyarakat terhadap membayarkan wajib pajak merupakan hal yang sangat diharapkan oleh pemerintah. Dengan tingginya tingkat kepatuhan ataupun kesadaran masyarakat dalam membayar pajak, maka target pemerintah dalam pengumpulan pajak akan semakin tinggi. Namun, hal tersebut tentu saja

harus dilakukan upaya oleh pemerintah agar masyarakat dapat meningkatkan kesadaran diri dalam membayar pajak. Salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak adalah dengan melakukan sosialisasi perpajakan atau pentingnya membayar pajak. Sosialisasi tersebut dapat membantu masyarakat dalam memahami pentingnya membayar pajak, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dalam membayar pajak.

Faktor eksternal dan internal juga dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Untuk faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi adalah sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media, sedangkan faktor internalnya adalah pemahaman mengenai perpajakan oleh wajib pajak itu sendiri. Dalam penelitian ini, sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media menjadi variabel independen dan pemahaman perpajakan menjadi variabel mediasi karena sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media dan pemahaman perpajakan adalah dua hal yang berbeda yang secara tidak langsung mempunyai hubungan. Pemahaman perpajakan bisa menjadi variabel mediasi bagi sosialisasi perpajakan dalam mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Salah satu upaya yang telah dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan kuantitas konsistensi warga UMKM dalam menyetorkan pajak adalah dengan memberikan pembinaan kepada masyarakat umum yang bertekad untuk menyadarkan masyarakat akan

komitmen perpajakannya, melalui media cetak ataupun media sosial (Setiawan, 2016).

Pada masa globalisasi seperti saat ini, dimana perkembangan teknologi berkembang dengan sangat pesat. Berbagai macam hal dapat disalurkan melalui teknologi, sehingga hal tersebut dapat mempermudah atau membantu manusia dalam menjalankan pekerjaannya. Dengan hidup di zaman yang serba maju dan setiap pergantian peristiwanya, kita dapat menemukan data secara cepat dengan memanfaatkan ponsel dalam genggamannya kita. Kehadiran media berbasis web (medsos) sangat membantu kita dalam mengakses dan mendapatkan data secara cepat, tepat, dan relevan. Media sosial adalah media yang berhubungan atau berbasis dengan web, di mana klien atau *user* dapat berbagi, dan lebih jauh lagi membuat suatu karya dalam suatu *content*. Sosial media adalah bagian tak terpisahkan dari keberadaan manusia saat ini. Hal ini ditunjukkan oleh 95% dari 63 juta orang Indonesia yang mengakses web atau internet, memanfaatkannya untuk membuka sosial media (Ramadhani, 2019). Saat ini, semua orang tentunya sangat mengenal media online, baik dari usia lanjut, muda, maupun remaja telah menjadikan media berbasis web sebagai sarana untuk bergaul dan berbagi data. Ditambah lagi, dunia saat ini sedang dilanda kegugupan dan stres karena penyebaran *Covid-19* yang mengharuskan kita untuk tetap di rumah, ini mendorong kita untuk memanfaatkan media berbasis web sebagai cara untuk terhubung dan berbagi informasi.

Media *online* tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk bertukar informasi dan berinteraksi, media berbasis web juga dapat berfungsi sebagai sumber data yang signifikan bagi daerah setempat. Saat ini, hampir semua kantor pemerintahan memiliki media online resmi untuk memberikan data dan pelatihan kepada masyarakat secara umum. Salah satu sumber data yang umumnya dibagikan atau diarahkan melalui media online adalah data terbaru tentang pemungutan pajak. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) atau pihak Penyedia Jasa Aplikasi Perpajakan memiliki beberapa sosial media, misalnya *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter* untuk berbagi data yang diidentifikasi dengan pedoman dan pengaturan terbaru di bidang perpajakan. Untuk saat ini akun *twitter* Ditjen Pajak Indonesia dengan nama akun @DitjenPajakRI sudah memiliki *followers* (pengikut) sebanyak 193,4ribu pengguna *twitter*, untuk akun *Instagram* Ditjen Pajak Indonesia dengan nama akun @ditjenpajakri sudah memiliki *followers* (pengikut) sebanyak 245ribu pengguna *Instagram*, dan untuk akun *youtube* Ditjen Pajak Indonesia dengan nama akun Direktorat Jendral Pajak sudah memiliki *subscriber* sebanyak 49,3ribu pengguna *youtube*.

Pengaruh globalisasi dalam bidang perpajakan juga memberikan kesempatan kepada setiap aspek pelayanan untuk memberikan sosialisasi kepada masyarakat terhadap kewajiban dalam membayar pajak. Hal tersebut juga menjadi tantangan pihak-pihak pengelola perpajakan dalam

memanfaatkan teknologi atau sosial media untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat luas terkait pentingnya membayar pajak

Semakin meningkatnya tingkat konsistensi sosialisasi perpajakan yang dilaksanakan, maka akan menyebabkan semakin meningkat pula tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Dengan adanya sosialisasi pemungutan pajak ini akan membuat masyarakat memahami dan mengetahui makna pentingnya membayar pajak sehingga informasi masyarakat akan bertambah dan wajib pajak dapat melaksanakan kewajiban dan haknya. Dengan cara ini, sosialisasi perpajakan akan menarik dan meningkatkan konsistensi individu warga negara dalam membayar pajak. Hal ini didukung oleh penelitian Dewi Kusuma Wardani & Erma Wati (2018) yang menyatakan sosialisasi berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Sehingga, penelitian tentang pengaruh sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media dalam meningkatkan kepatuhan perpajakan dengan menjadikan pemahaman perpajakan sebagai variabel mediasi, pengaruh tersebut sangat penting untuk dianalisis. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kusuma Wardani & Erma Wati (2018) dengan menambahkan variabel sosialisasi perpajakan menjadi sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media dan variabel pengetahuan perpajakan menjadi pemahaman perpajakan. Hal tersebut didasari oleh mengingat saat ini kita hidup di era serba digital dan segala perkembangan informasi yang ada bisa kita ketahui dengan cepat secara

online. Maka sosial media merupakan salah satu cara yang dapat dimanfaatkan oleh Direktorat Jendral Pajak untuk memberikan informasi pajak kepada masyarakat. Peneliti juga mengubah sampel penelitiannya yaitu terhadap UMKM Yogyakarta.

Dilansir dari tribun jogja, Yogyakarta merupakan salah satu daerah yang memiliki perkembangan UMKM yang sangat pesat. Ada 524 rb UMKM di DIY dapat mendominasi 98,4% pertumbuhan ekonomi DIY. Hal ini didukung karena biaya hidup di DIY relatif murah dan infrastruktur yang dibutuhkan terjangkau. Namun perkembangan UMKM ini belum sejalan dengan kontribusi wajib pajak para pelaku UMKM. Salah satu kabupaten yang memiliki banyak pelaku UMKM berada di Kabupaten Bantul, namun banyaknya pelaku UMKM belum sebanding dengan pelaku UMKM yang mengantongi izin dan masih banyak UMKM yang belum taat membayar dan sadar pajak.

Berdasarkan uraian di atas hal tersebut menjadi alasan penulis untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN MENGGUNAKAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN PEMAHAMAN PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA UMKM DI KABUPATEN BANTUL)”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas dapat ditarik beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
2. Apakah pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
3. Apakah sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media berpengaruh terhadap pemahaman perpajakan?
4. Apakah pemahaman perpajakan mempengaruhi hubungan antara sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media terhadap kepatuhan wajib pajak?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media terhadap kepatuhan wajib pajak
2. Pengaruh pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak
3. Pengaruh sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media terhadap pemahaman perpajakan
4. Pengaruh pemahaman perpajakan secara tidak langsung antara sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media terhadap kepatuhan wajib pajak

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan suatu gambaran dan pemahaman yang lebih mendalam terkait pengaruh sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media terhadap kepatuhan wajib pajak dengan pemahaman perpajakan sebagai variabel mediasi antara variabel independent terhadap variabel dependent. Selain itu diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang pelayanan sosialisasi perpajakan, serta sebagai referensi bagi penelitian-penelitian serupa di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Direktorat Jendral Pajak dalam upaya memaksimalkan pelayanan sosialisasi menggunakan sosial media sebagai sarana dalam memberikan informasi perpajakan kepada masyarakat luas agar dapat memahami kewajiban membayar pajak dan diharapkan meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak.