

LAPORAN PENELITIAN



Analisis Pengaruh Insentif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Oleh

Fiqi Andreansyah

Khoirina Farina

Universitas Trilogi, Jakarta

2022

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh insentif pajak, sanksi pajak, dan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Sampel penelitian ini adalah wajib pajak UMKM di Pasar Rebo Jakarta Timur dengan responden sebanyak 100 responden. Metode purposive sampling digunakan terkait dengan pemilihan sampel. Jenis data kuantitatif digunakan pada penelitian ini. Hasil riset ini adalah terdapat pengaruh insentif pajak, sanksi pajak, dan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, yang artinya bahwa insentif pajak, sanksi pajak, dan pelayanan pajak dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM.

Kata kunci: Insentif pajak; Sanksi pajak; Pelayanan pajak

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	2
DAFTAR ISI.....	3
BAB 1 PENDAHULUAN	4
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Insentif Pajak	5
2.2 Sanksi Pajak.....	5
2.3 Pelayanan Pajak	6
2.4 Kepatuhan Wajib Pajak.....	6
2.5 Hipotesa Penelitian	6
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	7
3.1 Sumber Data.....	7
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	8
3.3 Metode Analisa Data	8
3.3.1 Analisis Verifikatif	9
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	11
4.1 Populasi dan Sampel	11
4.2 Analisa Verifikatif	11
BAB 5 KESIMPULAN	17
DAFTAR PUSTAKA	17

BAB 1 PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang didominasi oleh keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM dianggap memiliki peran penting dalam mendorong pembangunan dan pertumbuhan ekonomi baik itu negara maju dan berkembang. UMKM merupakan salah satu penggerak ekonomi utama Indonesia, 61,7% dari PDB Indonesia disumbangkan oleh UMKM, yang sebagian besar 37,7% di dominasi oleh usaha mikro. Dengan adanya usaha kecil, menengah dan mikro diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat.

Sekarang pemerintah telah mengumumkan bahwa wajib pajak usaha kecil, menengah dan mikro dapat memanfaatkan insentif pajak untuk menghindari hukuman. Insentif pajak diberikan kepada wajib pajak yang terdampak virus corona tercantum dalam Peraturan Menteri Keuangan PMK Nomor 44/PMK.03/2020. Dengan adanya insentif pajak baru ini diharapkan dapat menjadi salah satu langkah untuk mencegah terjadinya krisis ekonomi dan keuangan pada perekonomian Indonesia di masa pandemi.

Batas waktu pelaporan dan pembayaran SPT Tahunan bagi Wajib Pajak orang pribadi yang awalnya pada tanggal 31 Maret 2020 dan informasi terbaru dari DJP sekarang menjadi tanggal 30 April 2020. Sementara itu, batas waktu penyampaian SPT pemotongan/pemungutan PPh diundur menjadi 30 April 2020. Akibat penundaan batas waktu pembayaran dan pengajuan, Pemerintah juga telah menerbitkan Keputusan DJP No. Kep156/PJ/2020 tentang kebijakan perpajakan terkait penyebaran virus COVID-19. Di masa pandemi virus corona, himbauan dari DJP adalah wajib pajak hendaknya mematuhi kewajiban pelaporan dan pembayaran pajak dapat dilakukan secara online, karena adanya pandemic covid19 menyebabkan kantor pelayanan pajak ditutup sementara dengan tujuan untuk menghindari penyebaran virus COVID-19.

Faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah sanksi perpajakan dan pelayanan pajak. Adanya sanksi perpajakan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Penelitian Nafia kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh sanksi pajak. Sanksi pajak merupakan perangkat preventif agar wajib pajak menaati aturan-aturan perpajakan. Faktor pelayanan pajak juga merupakan faktor penting terhadap

ketaatan wajib pajak dalam terpenuhinya kewajiban perpajakan. Pelayanan yang semakin baik dari petugas pajak akan meningkatkan kepuasan wajib pajak sebagai pelanggan. Dengan pelayanan yang memuaskan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya. Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk menganalisis perihal pengaruh insentif perpajakan, sanksi dan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Pasar Rebo.

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Insentif Pajak

Memanfaatkan penawaran pemerintah, contoh memberikan kontribusi berupa uang untuk kegiatan yang bermanfaat dinamakan insentif pajak, Penggunaan pajak tidak hanya dimaksudkan untuk menciptakan pendapatan pemerintah, tetapi juga untuk mendorong perkembangan ekonomi domestik. Bantuan berupa insentif pajak yang diberikan pemerintah kepada pelaku usaha UMKM berupa insentif PPh final dengan tarif 0,5% menjadi sebesar 0%. Adanya kebijakan ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan UMKM. Pemanfaatan insentif pajak dapat memperbaiki dan meningkatkan stabilitas ekonomi Indonesia.

2.2 Sanksi Pajak

Adanya sanksi perpajakan akan menjamin dipatuhinya peraturan perundang-undangan perpajakan. Dengan sanksi pajak berarti mencegah wajib pajak untuk melanggar peraturan perpajakan (Maxuel & Primastiwi, 2021). Oleh karena itu, pembuat kebijakan harus menentukan bentuk dan sifat sanksi berdasarkan karakteristik wajib pajak suatu negara.

2.3 Pelayanan Pajak

Pelayanan pajak merupakan suatu aktivitas dengan memberikan jasa pelayanan seperti penyuluhan, bimbingan atau konsultasi mengenai perpajakan oleh petugas pajak kepada masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dan pelayanan pajak tersebut membutuhkan petugas pajak yang ahli, kompeten dan berkualitas dibidang perpajakan, sehingga warga dapat membayar dan melaporkan komitmen asesmennya tepat waktu dan tentunya lebih patuh.

2.4 Kepatuhan Wajib Pajak

Suatu kondisi terpenuhinya semua kewajiban perpajakan yang harus dilaksanakan oleh warga negara dalam mengatur untuk memberikan kontribusi bagi kemajuan negara yang diharapkan dapat terpenuhi niatnya (Bahri et al., 2019; Maxuel & Primastiwi, 2021). Kepatuhan yang diambil harus dilakukan sesuai dengan kesadaran setiap warga negara dalam memahami tindakan yang sah dan kontrol yang diambil.

2.5 Hipotesa Penelitian

Pandemic covid19 yang menyebabkan menurunnya produktivitas para pelaku usaha UMKM. Untuk itu respon dari pemerintah berupa insentif pajak, dengan tujuan agar perekonomian Indonesia meningkat. Hasil penelitian Andrew & Sari, (2021) dan Zuli Alfina, (2021) menyatakan insentif pajak memiliki pengaruh dan positif terhadap kepatuhan wajib. Dengan memanfaatkan insentif pajak maka wajib pajak tidak perlu membayar pajak akan tetapi wajib pajak UMKM tetap berkewajiban untuk melaporkan pajak penghasilannya.

H₁ : Insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Wajib pajak yang melanggar peraturan perpajakan akan diberikan hukuman. Sanksi perpajakan merupakan monitoring dari pemerintah untuk menjamin peraturan-peraturan perpajakan yang telah ditetapkan dapat dipatuhi oleh warga negara indonesia. Penelitian terdahulu Mianti & Budiwitjaksono, (2021) dengan adanya sanksi memaksa wajib pajak untuk memnuhi kewajibannya, semakin tegas sanksi perpajakan maka menyebabkan semakin meningkatnya tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Hasil penelitian Mianti & Budiwitjaksono, (2021); Nafia et al., (2021) dan

Suryani Heny, (2018) membuktikan bahwa sanksi pajak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Penelitian lainnya Anggraeni, Evi dan Farina, (2022) dan Maxuel & Primastiwi, (2021) menyatakan bahwa sanksi perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Berbagai upaya dibuat oleh pemerintah untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak salah satunya dengan memberlakukan sanksi yakni sanksi administrasi atau pidana. Dengan sanksi pajak mencegah wajib pajak melakukan pelanggaran dibidang perpajakan (Nafia et al., 2021).

H₂ : Sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

Petugas pajak merupakan garda terdepan dalam melayani dan membantu wajib pajak dalam memenuhi segala kewajiban perpajakan. Kualitas pelayanan perpajakan yang semakin baik akan memberikan rasa nyaman kepada wajib pajak sehingga secara tidak langsung memberikan dampak kepada wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang semakin buruk oleh petugas perpajakan, akan menyebabkan semakin rendah tingkat kepatuhan wajib pajak. Penelitian terdahulu Suryani Heny, (2018); Anjanni, (2019) dan Nafia et al., (2021), membuktikan pelayanan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dan bertolak belakang dengan penelitian Bahri et al.,(2019) dan Anggraeni, Evi dan Farina, (2022).

H₃ : Pelayanan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sumber Data

Sumber data merupakan subjek yang dimana data tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi yang jelas tentang bagaimana cara mengambil data dan mengolah data tersebut. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah data primer yaitu data yang didapat dari hasil wawancara maupun hasil dari pengisian kuesioner yang diajukan kepada

sumber pertama baik dari individu ataupun perseorangan yang diajukan oleh peneliti (Husein Umar 2013:42).

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara atau teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dari suatu penelitian. Dalam penelitian ini, diharapkan dapat mendapatkan data yang akurat dan spesifik. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan survei kuantitatif yang dilakukan dengan cara mengajukan kuesioner kepada responden. Menurut sugiyono (2013: 199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat. teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada repondennya. Jenis kuesioner ini merupakan pernyataan atau pertanyaan tertutup yang diberikan kepada responden dengan pilihan jawaban yang sudah disediakan. Menurut Arikunto (2010:195) terdapat beberapa keuntungan dalam menggunakan teknik pengumpulan dengan menggunakan kuesioner, yaitu:

1. Peneliti tidak harus bertemu langsung dengan respondennya;
2. Kuesioner dapat dibagikan dalam waktu yang bersamaan kepada banyak responden;
3. Kuesioner dapat dijawab oleh responden dalam waktu senggang sehingga proses dalam mendapatkan data tersebut lebih mudah;

Teknik pemberian skor dalam penelitian ini yaitu dengan teknik skala Likert. Skala Likert berguna untuk mengukur sikap, pendapat, maupun persepsi seseorang mengenai fenomena yang terjadi Romanti (2018). Pada penelitian ini memodifikasi skala Likert menjadi empat skala.

3.3 Metode Analisa Data

Data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada responden, yang mana akan dianalisis untuk memperoleh hasil hipotesis penelitian. Analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Alat atau software yang digunakan yaitu program SmartPLS versi 3.2.9. Berikut teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

3.3.1 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk dapat membuktikan kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Penelitian ini menggunakan program SmartPLS versi 3.2.9 untuk melakukan pengujian hipotesis yang mana program tersebut dirancang untuk mengestimasi persamaan struktural dan memiliki keunggulan tersendiri.

1. Analisa outer model

Analisa outer model atau bisa disebut sebagai model pengukuran. Pengukuran model ini merupakan pengukuran yang menunjukkan bagaimana variabel manifest atau observer variable mempresentasikan variabel laten untuk diukur (Ghozali & Latan, 2013). Analisa outer model dilakukan untuk menjelaskan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya dan digunakan untuk menguji validitas maupun reliabilitas data.

1) Uji validitas

Uji validitas merupakan uji yang dapat digunakan untuk mengetahui kevalidan dari tiap pertanyaan dari kuesioner atau angket. Apabila valid, berarti instrumen tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2011). Berikut beberapa metode pengukuran yang dilakukan dalam uji validitas:

a. Convergent Validity, merupakan nilai dari measurement model dilihat dari korelasi antara nilai item atau indikator dengan nilai konstraknya. Nilai dari convergent Validity dapat dilihat pada nilai loading factor pada tiap indikator konstruk. Nilai yang diharapkan lebih dari 0.70 (Ghozali & Latan, 2013).

b. Discriminant Validity, nilai ini dapat dilihat dari cross loading factor yang digunakan untuk dapat mengetahui apakah konstruk laten dapat memprediksi indikator yang diinginkan lebih baik dibandingkan indikator lainnya dengan membandingkan nilai pada konstruk yang diinginkan harus lebih tinggi dibandingkan dengan nilai loading konstruk lainnya. Dalam pengukuran ini harus memiliki nilai korelasi diatas 0.70 untuk setiap variable (Ghozali & Latan, 2013).

c. Average Variance Extracted(AVE), nilai AVE digunakan untuk melihat kevalidan dari konstruk, kriteria pada model ini dikatakan baik apabila AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0.50 (Ghozali & Latan, 2013).

2) Uji Reliabilitas

- a. Composite Reliability menjadi kriteria pertama untuk mengukur reliabilitas. Konstruk dikatakan reliable apabila nilai composite reliability nya diatas 0.70 (Ghozali & Latan, 2013).
- b. Cronbach's Alpha menjadi kriteria kedua untuk mengukur reliabilitas. Cronbach's alpha memperkuat uji reliabilitas, yang mana konstruk dikatakan reliable apabila nilai cronbach's alpha diatas 0.70 (Ghozali & Latan, 2013)

2. Analisa inner model

Analisa inner model atau bisa disebut sebagai model struktural. Model ini digunakan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun akurat. Analisa ini dilakukan dengan melakukan uji path coefficient, koefisien determinasi atau R Square (R²) dan predictive relevance (q²) (Ghozali & Latan, 2013).

- 1) Uji *Path Coefficient* bisa disebut juga sebagai koefisien jalur atau besarnya hubungan atau pengaruh konstruk laten (Ghozali & Latan, 2013).
- 2) Koefisien determinasi atau R Square (R²) merupakan nilai yang dipergunakan untuk melihat seberapa besar kekuatan variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya. Nilai R² (R-Square) dikatakan kuat sebesar 0.67, dikatakan sedang sebesar 0.33, dan dikatakan lemah sebesar 0.19 (Ghozali & Latan, 2013).
- 3) *Predictive Relevance* (q²), uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sebuah konstruk eksogen dapat memprediksi relevansi untuk sebuah konstruk endogen. Nilai q² dikatakan kuat sebesar 0.35, dikatakan sedang sebesar 0.15 dan dikatakan lemah sebesar 0.02 (Ghozali & Latan, 2013).

3. Pengujian hipotesa

Pengujian hipotesa dilakukan dilihat dari nilai probabilitas t-statistik, yang mana nilai probabilitas p-value menggunakan alpha 5% artinya kurang dari 0.05. Nilai t-tabel untuk alpha 5% yaitu 1.96. Maka hipotesis dapat diterima apabila t-statistik > dari t-tabel (Ghozali & Latan, 2013).

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Populasi dan Sampel

Subyek penelitian adalah seluruh wajib pajak UMKM yang berada di Pasar Rebo, Jakarta Timur. Teknik penentuan sampel dengan ketentuan-ketentuan seperti adalah pelaku usaha yang memiliki NPWP, dan melakukan usahanya di Pasar Rebo Jakarta Timur. Sampel terpilih sebanyak 100 wajib pajak UMKM.

Tabel 1 Hasil Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	100
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang dapat diolah	100

Sumber: data diolah

4.2 Analisa Verifikatif

Uji Validitas dan Convergent Validity

Pada tabel 2 menunjukkan hasil nilai *loading factor*, yang mana *loading factor* merupakan salah satu dari kriteria *convergent validity*. Nilai *loading factor* dari semua indikator penelitian berada diatas 0.70 artinya semua indikator penelitian dinyatakan valid dan memenuhi nilai *convergent validity* yakni $> 0,70$.

Tabel 2 Nilai *Outer Loading*

	IP	KWP	PP	SP
IP 1.1	0.863			
IP 1.2	0.862			
IP 1.3	0.895			
IP 1.4	0.893			

IP 1.5	0.796			
IP 1.6	0.726			
IP 1.7	0.782			
KWP 1.1		0.790		
KWP 1.2		0.790		
KWP 1.3		0.821		
KWP 1.4		0.778		
KWP 1.5		0.792		
PP 1.1			0.857	
PP 1.2			0.873	
PP 1.3			0.767	
PP 1.4			0.901	
PP 1.5			0.886	
PP 1.6			0.910	
PP 1.7			0.883	
SP 1.1				0.708
SP 1.2				0.835
SP 1.3				0.750
SP 1.4				0.821
SP 1.5				0.800
SP 1.6				0.746

Sumber: data diolah dengan SmartPLS

Discriminant validity dan Average variance extracted(AVE)

Pengukuran AVE bertujuan untuk melihat kevalidan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel 3 membuktikan nilai AVE seluruh konstruk melebihi 0.50. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara indikator dengan konstruk yang diinginkan memiliki *discriminant validity* yang baik.

Tabel 3 *Average variance extracted*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Insentif Pajak (IP)	0.694
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (KWP)	0.631
Pelayanan Pajak (PP)	0.755
Sanksi Pajak (SP)	0.605

Sumber: data diolah dengan SmartPLS

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* tiap indikator konstruk dapat dikatakan *reliable* karena telah memenuhi kriteria yaitu lebih dari 0.70.

Tabel 4 *Composite reability*

	<i>Composite Reliability</i>
Insentif Pajak (IP)	0.941
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (KWP)	0.895
Pelayanan Pajak (PP)	0.956
Sanksi Pajak (SP)	0.902

Sumber: data diolah dengan SmartPLS

Tabel 5 Nilai *Cronbach's Alpha*

	<i>Cronbach's Alpha</i>
Insentif Pajak(IP)	0.925
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (KWP)	0.854
Pelayanan Pajak (PP)	0.946
Sanksi Pajak(SP)	0.870

Sumber: data diolah dengan SmartPLS

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dikatakan *reliable* karena memiliki nilai di atas 0.70

Analisi *Inner Model*

Tabel 6 berikut ini menunjukkan hasil R^2 untuk konstruk endogen yaitu Kepatuhan Wajib Pajak UMKM sebesar 0.721 yang mana termasuk dalam kategori kuat.

Tabel 6 Nilai *R-Square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	0.721	0.713

Sumber: data diolah dengan SmartPLS

Tabel 7 menunjukkan hasil Q^2 pada konstruk endogen yaitu Kepatuhan Wajib Pajak UMKM sebesar 0.423 yang artinya konstruk eksogen yaitu insentif pajak, sanksi pajak serta pelayanan pajak sebagai pemoderasi memiliki relevan di prediksi dalam kategori kuat, karena sesuai dengan kriteria diatas 0.35

Tabel 7 Nilai *Blindingfolding Calculation*

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Insentif Pajak (IP)	700.000	700.000	
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	500.000	288.486	0.423
Pelayanan Pajak (PP)	700.000	700.000	
Sanksi Pajak (SP)	600.000	600.000	

Sumber: data diolah dengan SmartPLS

Pengujian Hipotesa

Tabel 8 Nilai *Bootstrapping Calculation*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>P Values</i>
Insentif Pajak (IP)	0.338	0.018
Sanksi Pajak (SP)	0.370	0.006
Pelayanan Pajak(PP)	0.237	0.039

Sumber: data diolah dengan SmartPLS

Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Tabel 8 insentif pajak memiliki nilai *original sample* sebesar 0.338, artinya ada hubungan yang positif antara variabel insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *P-value* dari hasil riset sebesar 0.018 dan sesuai dengan kriteria (kurang dari 0.05). Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa hipotesa satu diterima, variabel insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Oleh karena itu semakin tinggi insentif pajak yang diberikan, maka semakin meningkatkan pelaku usaha UMKM untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Hasil riset sejalan dengan penelitian Andrew & Sari, (2021) dan Zuli Alfina, (2021) dan bertolak belakang dengan Aprilianti, (2021). Program tarif yang ditanggung pemerintah terjadi karena adanya pandemic Covid19 dan UMKM sebagai pelaku usaha dapat memanfaatkan tarif tersebut yang awalnya 0,5% menjad 0%. Pemanfaatan insentif pajak merupakan salah satu kebijakan yang dapat membantu wajib pajak yakni UMKM dengan cara memberikan keringanan dalam membayar pajak. Penelitian sebelumnya Andrew & Sari, (2021). Artinya insentif pajak dapat meringankan kewajiban wajib pajak UMKM yang berarti dapat menghemat biaya sehingga dapat melakukan kegiatan atau hal yang lain.

Pengaruh Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Pada Tabel 8 nilai *original sample* sebesar 0.370, artinya sanksi pajak memiliki nilai positif atas kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil penelitian memperlihatkan nilai *p-values* sebesar 0.006 dan sesuai dengan kriteria (kurang dari 0.05) yang artinya bahwa hipotesa dua diterima, variabel sanksi pajak memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Pasar Rebo. Hasil penelitian ini sejalan dengan riset Siregar, (2017); Suryani Heny, (2018); Bahri et al., (2019) dan Mianti & Budiwitjaksono, (2021) semakin tegas sanksi administrasi dan pidana diberlakukan dapat meningkatkan kesadaran pelaku usaha UMKM sehingga kepatuhan atas perpajakan akan semakin meningkat dan hasil riset ini bertolak belakang dengan penelitian Anggraeni, Evi dan Farina, (2022). Sanksi perpajakan merupakan konsekuensi bagi pihak yang melanggar aturan perpajakan, dengan adanya sanksi perpajakan, wajib pajak akan patuh memenuhi kewajibannya meski di tengah pandemic Covid19.

Pengaruh Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Masa Pandemi COVID-19

Nilai *original sample* dari variabel pelayanan pajak (tabel 8) yakni sebesar 0.237 yang mana artinya pelayanan pajak memiliki arah positif terhadap variabel kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian membuktikan bahwa nilai *p-values* variabel pelayanan pajak sebesar 0.039. Nilai tersebut lebih kecil dari ketentuan yang ditetapkan. Artinya pelayanan pajak yang diberikan oleh petugas pajak mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian sebelumnya Suryani Heny, (2018) dan Andrew & Sari, (2021). Di tengah masa pandemic Covid19 pelayanan perpajakan yang sebelumnya dilakukan dengan tatap muka berubah dengan memberikan pelayanan secara online, pelaku usaha dapat melaporkan kewajiban perpajakannya secara daring atau online (Andrew & Sari, 2021). Penelitian Suryani Heny,(2018), membuktikan bahwa meningkatnya pelayanan yang diberikan petugas pajak akan menyebabkan wajib pajak akan semakin taat dalam memenuhi kewajibannya. Sedangkan menurut Andrew & sari (2021) mengungkapkan bahwa adanya perubahan layanan yang

semakin baik seperti layanan secara online menyebabkan wajib pajak dapat dengan mudah untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

BAB 5 KESIMPULAN

Tujuan penelitian untuk menyelidiki bagaimana pengaruh insentif, sanksi , dan pelayanan pajak terhadap kepatuhan pelakuusaha UMKM di Pasar Rebo. Hasil riset membuktikan bahwa kepatuhan wajib pajak UMKM di Pasar Rebo dipengaruhi oleh insentif pajak, sanksi pajak dan pelayanan pajak. Dengan adanya insentif pajak berarti meringankan kewajiban wajib pajak UMKM. Artinya UMKM dapat menghemat biaya sehingga dapat melakukan kegiatan usahanya atau hal yang lain. Semakin tinggi pemanfaatan insentif pajak maka semakin meningkatkan kepatuhan UMKM terkait perpajakan. Untuk sanksi pajak, semakin tegas diberlakukannya sanksi administrasi dan pidana bagi pelaku usaha UMKM maka akan meningkatkan kepatuhan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Pelayanan pajak yang semakin baik seperti memberikan penyuluhan-penyuluhan, bimbingan dan konsultasi dapat meningkatkan kesadaran konsumen pajak dalam mematuhi kewajibannya. Wajib pajak akan patuh dengan sendirinya dan memiliki rasa tanggung jawab atas kewajiban pajak yang harus dibayarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew, R., & Sari, D. P. (2021). Insentif PMK 86/2020 Di Tengah Pandemi Covid 19: Apakah Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Surabaya? *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(02), 349–366. <https://doi.org/10.29040/jap.v21i02.1597>
- Anggraeni, Evi dan Farina, K. (2022). Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 8(Januari), 38–47. jrak@plb.ac.id
- Anjanni, I. L. P. (2019). PENGARUH PENERAPAN SELF ASSESSMENT SYSTEM, PENGETAHUAN WAJIB PAJAK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi Non Karyawan di KPP Pratama Ciamis Tahun 2017). *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(1), 11–19.

<https://doi.org/10.22219/jaa.v2i1.8172>

Aprilianti, A. A. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Insentif Pajak, Dan Sistem E-Samsat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 11(1), 1–20.

Bahri, S., Diantimala, Y., & Majid, M. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PAJAK, PEMAHAMAN PERATURAN PERPAJAKAN SERTA SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK (Pada Kantor Pajak KPP Pratama Kota Banda Aceh). *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(2), 318–334. <https://doi.org/10.24815/jped.v4i2.13044>

Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm E-Commerce. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.369>

Mianti, Y. F., & Budiwitjaksono, G. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dimediasi Kesadaran Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humainiora*, 11(2).

Nafia, Z., Sopi, & Novandalina, A. (2021). PENGARUH SANKSI PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK, DAN KUALITAS PELAYANAN PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI di KPP PRATAMA PATI. *Jurnal Stie Semarang*, 13(2), 155–167.

Siregar, D. L. (2017). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batam. *Paidagogeo*, 2(3), 131–139.

Suryani Heny, S. E. I. (2018). PENGARUH SANKSI PERPAJAKAN, PELAYANAN FISKUS DAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Pancoran). *Ilmu Kuntansi*, 16(2), 14–26.

Zuli Alfina, N. D. (2021). Pengaruh Insentif Perpajakan Akibat Covid-19, Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan (Studi Pada Wajib Pajak yang Terdaftar di KPP Pratama Malang Utara). *E-Jra*, 10(04), 11. <https://remote-lib.ui.ac.id:2141/article/10.1134/S1075700720010025%0Ahttp://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/10556>