

**PERAN SOSIALISASI PERPAJAKAN MEMODERASI PENGARUH
PERSEPSI INSENTIF PAJAK DAN PEMAHAMAN PERATURAN
PAJAK *E-COMMERCE* TERHADAP KEPATUHAN
WAJIB PAJAK UMKM**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA AKUNTANSI**



Oleh :

REZATA BUDHI PRATAMA

NIM. 041811333098

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

**THE ROLE OF TAX SOCIALIZATION MODERATING THE EFFECT
OF TAX INCENTIVE PERCEPTIONS AND UNDERSTANDING OF
E-COMMERCE TAX REGULATIONS ON MSME TAXPAYER
COMPLIANCE**

THESIS

**SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE BACHELOR DEGREE OF ACCOUNTING**



By :

REZATA BUDHI PRATAMA

NIM. 041811333098

ACCOUNTING STUDY PROGRAM

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

SURABAYA

2022

SKRIPSI

**PERAN SOSIALISASI PERPAJAKAN MEMODERASI PENGARUH
PERSEPSI INSENTIF PAJAK DAN PEMAHAMAN PERATURAN
PAJAK *E-COMMERCE* TERHADAP KEPATUHAN
WAJIB PAJAK UMKM**

**DIAJUKAN OLEH:
REZATA BUDHI PRATAMA
NIM: 041811333098**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. H. Heru Tjaraka SE., M.Si., BKP, Ak, CA. TANGGAL ²⁶⁻¹¹⁻²⁰²².....
NIP : 196709271993031003

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



Afiyatul Qomariyah, S.AK., MBA., Ph.D. TANGGAL 22 Desember 2022
NIP. 19890914216113201

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Rezata Budhi Pratama, 041811333098) yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi Saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya Saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan Saya, serta bukan merupakan hasil penelitian atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 3 Agustus 2022



METERAI
TEMPEL
E7E36A0X861101459

Rezata Budhi Pratama
041811333098

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkat dan hidayah yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi yang berjudul “Peran Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh persepsi Insentif Pajak dan Pemahaman Peraturan Pajak *E-Commerce* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis serta saudara kandung penulis yang telah memberikan doa dan dukungannya,
2. Dr. H. Heru Tjaraka SE., M.Si., BKP, Ak, CA. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan dan bimbingannya selama proses penyelesaian skripsi,
3. Instansi Direktorat Jenderal Pajak yang telah memberikan izin riset penelitian ini, Khususnya KPP Pratama Sidoarjo Selatan, Barat, dan Utara,
4. Prof. Dr. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak., CMA., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga,
5. Afiyatul Qomariyah, S.AK., MBA., Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Universitas Airlangga,
6. Yuliana Ekaningrum, SA., MA., selaku Dosen Wali penulis yang selalu mendukung dalam kehidupan akademik selama proses perkuliahan.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga khususnya dari Jurusan Akuntansi,
8. Serta seluruh teman-teman penulis di Universitas Airlangga.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, segala masukan dan komentar yang membangun dapat disampaikan melalui rezata.budhi,pratama-2018@feb.unair.ac.id. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap literatur yang ada dan membawa manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan

Surabaya, 3 Agustus 2022

Rezata Budhi Pratama
NIM. 041811333098

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris pengaruh sosialisasi perpajakan dalam memoderasi variabel persepsi insentif pajak UMKM dan pemahaman peraturan perpajakan *e-commerce* terhadap variabel kepatuhan Wajib Pajak. Pengajuan hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis regresi moderasi dengan tingkat signifikansi sebesar 5%

Hasil penelitian ini menunjukkan Persepsi Insentif Pajak UMKM berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Pajak, Sosialisasi Perpajakan mampu memoderasi pengaruh Persepsi Insentif Pajak UMKM terhadap Kepatuhan Pajak. Pemahaman Peraturan Perpajakan *e-commerce* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepatuhan Pajak. Sosialisasi Perpajakan mampu memoderasi pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan *e-commerce* terhadap Kepatuhan Pajak. Secara simultan variabel Persepsi Insentif Pajak UMKM dan Pemahaman Peraturan Perpajakan *e-commerce* berpengaruh terhadap variabel dependen kepatuhan Wajib Pajak.

Kata kunci : *E-commerce*, Kepatuhan Wajib Pajak UMKM, Persepsi, Sosialisasi.

ABSTRACT

This study aims to obtain empirical evidence of the effect of tax socialization in moderating the variable perception of MSME tax incentives and understanding of e-commerce tax regulations on taxpayer compliance variables. Submission of hypotheses using multiple linear regression analysis and moderated regression analysis with a significance level of 5%

The results of this study indicate that MSME Tax Incentive Perception has a positive effect on Tax Compliance, Tax Socialization is able to moderate the effect of MSME Tax Incentive Perception on Tax Compliance. Understanding of e-commerce Tax Regulations has a positive but not significant effect on Tax Compliance. Tax Socialization is able to moderate the effect of Understanding e-commerce Tax Regulations on Tax Compliance. Simultaneously, the SMEs' perception of tax incentives and understanding of e-commerce tax regulations have an effect on the dependent variable of taxpayer compliance.

Keywords: E-commerce, MSME Taxpayer Compliance, Perception Socialization.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Kesenjangan Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Ringkasan Hasil Penelitian	8
1.5 Kontribusi Riset	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	 12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Teori Atribusi	12
2.1.2 Pengertian Insentif Pajak.....	13
2.1.3 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	13
2.1.4 Insentif Pajak UMKM.....	14
2.1.5 Kepatuhan Wajib Pajak.....	15
2.1.6 Persepsi Wajib Pajak.....	17
2.1.7 Pengetahuan Perpajakan <i>E-commerce</i>	18
2.1.8 Sosialisasi Perpajakan	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20

2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian	22
2.3.1 Pengaruh Persepsi Insentif Pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.....	22
2.3.2 Sosialisasi Perpajakan memoderasi pengaruh Persepsi Insentif Pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM	23
2.3.3 Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.....	24
2.3.4 Sosialisasi Perpajakan memoderasi pengaruh pemahaman pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM	25

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	27
3.2 Sumber Data	27
3.3 Model Empiris.....	28
3.4 Definisi Operasional Variabel	28
3.4.1 Variabel Independen.....	28
3.4.2 Variabel Dependen	30
3.4.3 Variabel Moderasi	31
3.4.3.1 Jenis-Jenis Variabel Moderasi.....	32
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.5.1 Populasi	33
3.5.2 Sampel	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	35
3.6.2 Uji Kualitas Data	36
3.6.2.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2.2 Uji Realibilitas.....	36
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	37
3.6.3.1 Uji Normalitas	37
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	37

3.6.3.3 Uji Heteroskedasitas	38
3.6.4 Uji Hipotesis	38
3.6.4.1 Analisis Regresi Berganda	38
3.6.4.2 Analisis Regresi Moderasi	38
3.6.4.3 Koefisien Determinasi	40
3.6.4.4 Uji Parsial	41
3.6.4.5 Uji Simultan	42
 BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	43
4.1.1 Tempat dan waktu penelitian	43
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden	44
4.1.3 Identifikasi Variabel Penelitian	45
4.1.4 Identifikasi Variabel Persepsi Insentif Pajak UMKM (X1)	46
4.1.5 Identifikasi Variabel Pemahaman Peraturan Perpajakan e-commerce (X2)	47
4.1.6 Identifikasi Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	48
4.1.7 Identifikasi Variabel Sosialisasi Perpajakan (Z)	48
4.2 Hasil Analisis Data	49
4.2.1 Statistik Deskriptif	49
4.2.2 Kualitas Data	50
4.2.2.1 Uji Validitas	50
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	52
4.2.3 Asumsi Klasik	53
4.2.3.1 Uji Normalitas	53
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	55
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	56
4.2.4 Uji Hipotesis	58
4.2.4.1 Uji Regresi Linier Berganda	58
4.2.4.1 Uji Analisis Regresi Moderasi	61
4.3 Pembahasan	65

4.3.1 Persepsi Insentif Pajak UMKM berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak	65
4.3.2 Sosialisasi Perpajakan memoderasi Pengaruh Persepsi Insentif Pajak UMKM terhadap kepatuhan Wajib Pajak.....	67
4.3.3 Pemahaman Peraturan Perpajakan <i>e-commerce</i> berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.	69
4.3.4 Sosialisasi Perpajakan memoderasi Pengaruh Pengetahuan perpajakan <i>e-commerce</i> terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.....	71
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	76
5.3 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Model Empiris.....	28
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas – Histogram.....	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas – Probability Plot	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Realisasi Pendapatan Negara Dari Pajak, 2015-2019.....	1
Tabel 1.2 Kontribusi UMKM Terhadap PDB Indonesia 2015-2019.....	2
Tabel 1.3 Rasio Realisasi Penerimaan SPT Tahunan 2020 Wajib Pajak Non Karyawan Pada KPP di Sidoarjo.....	5
Tabel 1.4 Jumlah Wajib Pajak PP 23 Tahun 2018 Yang Disetujui Permohonan Insentif Pajak PMK 44 Tahun 2020 Pada KPP di Sidoarjo.....	5
Tabel 3.1 Jenis-Jenis Variabel Moderasi	33
Tabel 4.1 Sampel Penelitian.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	44
Tabel 4.3 Penggolongan Variabel Berdasarkan Interval Kelas	46
Tabel 4.4 Distribusi Variabel Persepsi Insentif Pajak UMKM.....	46
Tabel 4.5 Distribusi Variabel Pemahaman Peraturan Perpajakan <i>e-commerce</i>	47
Tabel 4.6 Distribusi Variabel Kepatuhan Wajib Pajak	48
Tabel 4.7 Distribusi Variabel Sosialisasi Perpajakan	49
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel.....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	53
Tabel 4.12 Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastitas-Uji Glejser	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 4.15 Hasil Uji F– Uji Simultan	59
Tabel 4.16 Hasil Uji t – Uji Parsial	59
Tabel 4.17 Hasil Uji t Persamaan Regresi 1	61
Tabel 4.18 Hasil Uji t Persamaan Regresi 2	62
Tabel 4.19 Hasil Uji t Persamaan Regresi 3	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Penelitian Terdahulu
Lampiran 2	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 3	Surat Izin Riset
Lampiran 4	Tabulasi Jawaban Kuisisioner
Lampiran 5	Karakteristik Responden
Lampiran 6	Hasil Uji Statistik