

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepatuhan pajak diartikan dalam bentuk sederhana adalah sejauh mana Wajib Pajak mematuhi peraturan perpajakan, dalam hal ini Wajib Pajak memenuhi dan melaksanakan kewajiban pajaknya dengan berdasarkan peraturan dan perundang-undangan terkait perpajakan. Kepatuhan pajak masih menjadi isu penting pada beberapa negara di dunia. Beberapa faktor yang memengaruhi tinggi rendahnya kepatuhan pajak (*tax compliance*) bagi Wajib Pajak adalah kepercayaan terhadap otoritas (*trust*), kekuasaan otoritas (*power*), besarnya sanksi yang diberikan (*sanction*), kesadaran Wajib Pajak atas penting pajak bagi negara (*awareness*), dan pengetahuan perpajakan yang diperoleh Wajib Pajak (*knowledge*) (Batrancea et al., 2019; Wijaya, 2019; Kwok & Yip, 2018; Oladipupo & Obazee, 2016; (Suyanto & Trisnawati, 2016).

Selama Pandemi Covid-19 kegiatan di luar rumah terbatas, akses pada layanan dan tempat umum terbatas, perkantoran, kegiatan bisnis yang mengalami kelesuan. Keadaan tersebut memberi pengaruh signifikan pada kondisi keuangan dari berbagai kalangan baik individu maupun entitas. Mengurangi pengeluaran, memutuskan hubungan kerja karyawan, menghentikan sebagian aktivitas bisnis, hingga mencari cara untuk meminimalisir pembayaran pajak kepada negara adalah beberapa cara yang dilakukan untuk tetap bertahan dalam kondisi pandemi. Wajib Pajak meminta

keringanan pajak yang direalisasikan oleh Pemerintah melalui insentif dan fasilitas pajak yang dikeluarkan sejak awal pandemi.

Hal lain adalah kondisi yang memaksa masyarakat untuk tetap bekerja tanpa perlu bertatap muka. Bekerja dari rumah (*work from home*) dan memanfaatkan media dalam jaringan (*daring*) adalah upaya masyarakat agar tetap produktif di masa pandemi. kondisi ini berpengaruh pada kesulitan Wajib Pajak untuk mendatangi kantor pajak dan konsultan pajak ketika mereka dihadapkan dengan permasalahan pajak, baik keperluan secara administratif maupun untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan terkait perpajakan. Keterbatasan tersebut menyulitkan Wajib Pajak untuk *update* pada peraturan dan kebijakan perpajakan baru yang hadir selama masa pandemi. Padahal, urgensi kebijakan baru untuk segera sampai kepada masyarakat dalam kondisi pandemi sangat penting.

Cara efektif dengan menggunakan media sosial sebagai platform digital untuk mengumumkan, menyebarkan, dan mengakses berbagai informasi. *Reuters Institute Digital News Report 2021* menyebutkan bahwa selama pandemi, media *online* dan media sosial menjadi sumber paling populer di masyarakat dalam mengakses berita dan informasi. Penelitian tersebut juga menyebutkan mayoritas dari mereka mengakses berita dan informasi melalui gawai (*smartphone*) secara *daring*. Perubahan pola arus komunikasi ini mengharuskan para penyedia berita dan informasi untuk menyesuaikan dan *update* pada teknologi dan media terbaru sebagai platform penyebaran informasi.

Beberapa peraturan yang muncul sejak pandemi dalam situs resmi media sosial Pemerintah diantaranya: Peraturan Menteri Keuangan PMK No. 44 Tahun 2020 tentang insentif pajak untuk Wajib Pajak terdampak pandemi Covid-19 mengenai PPh Final untuk UMKM, Peraturan Menteri Keuangan Nomor 82/PMK.03/2021 atas perubahan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 9/PMK.03/2021 tentang Insentif pajak untuk Wajib Pajak terdampak Pandemi Covid-19 yang mengatur insentif PPh 21, PPh final ditanggung pemerintah, Angsuran PPh 25, dan PPN. Informasi tersebut harus tersampaikan kepada masyarakat dengan cepat dan tepat sasaran. Penggunaan media sosial oleh pemerintah terus diupayakan untuk menyampaikan kebijakan-kebijakan terkini seputar perpajakan. Pemerintah mengharapkan agar informasi tersebut dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Kebijakan fiskal yang telah dikeluarkan dapat meningkatkan kepatuhan pajak di masyarakat.

Kepatuhan masyarakat untuk melakukan kewajiban pajaknya dapat memberi dukungan pada pendapatan negara yang optimal. Berdasarkan data dari Kementerian Keuangan (2021), pendapatan negara masih bertumpu pada penerimaan pajak di luar penerimaan cukai, bea keluar dan bea masuk dengan kontribusi sebesar 41,3% dari total Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Di tahun 2020, dari data realisasi APBN 2020, realisasi penerimaan pajak berkontraksi sebanyak 19,6% dibanding tahun 2019, yakni tercatat hanya Rp1.072,1 triliun. Hal ini disebabkan selain kondisi perekonomian masyarakat yang memburuk, juga masih belum banyak masyarakat yang mengetahui adanya insentif dan fasilitas pajak yang diberikan, sehingga mereka memilih

untuk tidak melakukan kewajiban pajaknya. Kantor Wilayah DJP Jawa Timur 1 memberikan data kepatuhan pajak Wajib Pajak Orang Pribadi (WP OP) mengalami peningkatan di tahun 2021 menjadi 87% – naik 12% dari tahun sebelumnya di 2020 yang berkisar di angka 75%. Namun, WP OP yang memiliki kewajiban melaporkan SPT mengalami penurunan di 2021. Kantor Wilayah DJP Jawa Timur 1 pada Triwulan pertama 2021 telah mencapai kinerja penerimaan pajak sebesar 20,24% dari target – membawa Kanwil DJP Jawa Timur 1 masuk 10 besar terbaik dari 33 Kantor Wilayah di Indonesia, realisasi akhir tahun sebesar 87,36%.

Kinerja pajak per April 2021 mengalami kenaikan dari periode yang sama tahun sebelumnya. Capaian ini didapat akibat menurunnya kredit pajak karena banyak perusahaan yang telah memanfaatkan insentif fiskal atas pembebasan PPh 22 Impor dan pengurangan angsuran PPh 25 yang dikeluarkan pemerintah tahun 2020. Selain PPh Badan, kepatuhan Wajib Pajak dalam menyampaikan SPT Tahunan PPh mengalami peningkatan cukup signifikan. Realisasi pelaporan SPT Tahunan PPh per 30 April 2021 sebanyak 12.248.158 SPT, lebih tinggi sekitar 12,8% dibanding periode yang sama pada tahun lalu. Kenaikan penerimaan pajak di tahun 2021 merupakan hasil atas banyaknya kebijakan fiskal di tahun lalu yang telah dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat. Hal ini juga tak luput dari peran media yang digunakan oleh pemerintah dan otoritas pajak dalam menyebarluaskan informasi agar segera diketahui oleh masyarakat yang membutuhkan.

Penelitian empiris menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh otoritas pajak mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak (Oktaviani et al., 2020; Handayani & Woro Damayanti, 2018; dan Andreas & Savitri, 2015). Sosialisasi pajak dapat dilakukan dengan dua cara yaitu secara langsung dan tidak langsung dengan menggunakan media sosial. Sosialisasi perpajakan yang tepat akan meningkatkan pengetahuan Wajib Pajak perihal peraturan dan kewajiban perpajakan mereka yang pada akhirnya Wajib Pajak yang memahami aturan perpajakan akan meningkatkan *self assessment system* (Rohmawati et al., 2013). Penelitian lain menyebutkan, meskipun ada peningkatan penggunaan media sosial oleh masyarakat tidak menjamin Pemerintah mampu memanfaatkan *platform* tersebut dengan maksimal dalam memberikan pelayanan yang efisien dan kolaboratif (Al-Aufi et al., 2017).

Pengetahuan yang dimiliki Wajib Pajak merupakan faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak (Maqsudi et al., 2021; Bornman et al., 2018; Handayani & Woro Damayanti, 2018; Oladipupo & Obazee, 2016; dan Mukhlis et al., 2015), Wajib Pajak yang tidak memiliki pengetahuan teknis memadai akan berkontribusi pada perilaku ketidakpatuhan terhadap peraturan perpajakan (Saad, 2014). Maka sebaliknya, pengetahuan pajak yang baik akan berguna bagi Wajib Pajak dalam menyikapi adanya kejadian maupun masalah yang bersinggungan dengan kepatuhan mereka. Wajib Pajak akan lebih paham apa yang harus mereka lakukan untuk memilih kiat mana yang menguntungkan dirinya tanpa mengabaikan kewajiban pajaknya. Pengetahuan tersebut diperoleh dari banyaknya informasi yang tersedia dan diserap baik oleh Wajib

Pajak. Oleh karenanya, penting untuk menyajikan informasi dengan lengkap dan jelas, sebab apabila informasinya cacat dan kurang, maka pengetahuan Wajib Pajak tidak lagi berpengaruh terhadap kepatuhan (Fauziati et al., 2016).

Penelitian ini akan menguji variabel Penggunaan Media Sosial berupa platform resmi Pemerintah sebagai media penyebaran informasi dan sosialisasi perpajakan untuk meningkatkan kepatuhan pajak pada Wajib Pajak di masa Pandemi Covid-19 dan menggunakan variabel mediasi yakni Pengetahuan Perpajakan. Wajib Pajak Orang Pribadi yang nantinya menjadi responden peneliti adalah WP OP pekerja bebas dan WP OP yang melakukan kegiatan usaha, di mana mereka perlu menangani secara mandiri kewajiban pajaknya. Penggunaan Media Sosial sebagai variabel independen akan menjadi keterbaruan (*novelty*) dalam penelitian ini dimana penelitian terdahulu yang ditemukan hanya menggunakan media cetak dan media massa. Seiring perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat, maka pemilihan variabel Penggunaan Media Sosial dirasa tepat bagi peneliti. Kemudian, Pengetahuan Perpajakan sebagai mediasi dapat menjadi kombinasi yang tepat pada pengujian untuk melihat pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kepatuhan Pajak . Peneliti berharap bahwa pengetahuan Wajib Pajak akan muncul serta meningkat dengan tersedianya *update* informasi mengenai hal-hal seputar pajak di media sosial resmi Pemerintah. Hal tersebut diharapkan mampu memberikan dampak pada Wajib Pajak yang lebih patuh

Teori Atribusi digunakan dalam penelitian sebagai landasan teori. Teori ini menjelaskan tentang perilaku seseorang (Wajib Pajak Orang Pribadi) yang dipengaruhi dari sisi internal seperti kemampuan pribadi mereka. Kemampuan ini dapat diperoleh dari informasi yang mereka dapat dari berbagai media – peneliti menggunakan media sosial resmi Pemerintah sebagai sumber informasi, sebab informasi yang tidak memadai bisa tidak relevan dengan pengambilan keputusan, dalam hal ini adalah keputusan Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya setelah memperoleh informasi perpajakan tersebut. Kemampuan seseorang juga dihasilkan dari apa yang pernah mereka lewati sebelumnya – seperti apakah mereka pernah memperoleh pendidikan perpajakan sebelumnya atau tidak.

1.2 Rumusan Masalah

Melalui media sosial yang dikelola Pemerintah, diharapkan informasi perpajakan tersampaikan dengan cepat dan tepat, kemudian memberikan cukup pengetahuan pajak yang menghasilkan Wajib Pajak yang lebih patuh. Sesuai uraian pada latar belakang, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah penggunaan media sosial sebagai sarana informasi dapat mempengaruhi kepatuhan pajak Wajib Pajak Orang Pribadi ?
2. Apakah pengetahuan perpajakan dapat memediasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap kepatuhan pajak Wajib Pajak Orang Pribadi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, berikut adalah tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis:

1. Penelitian bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh penggunaan media sosial oleh Wajib Pajak Orang Pribadi terhadap kepatuhan pajak, berdasarkan teori serta hasil penelitian yang diperoleh.
2. Penelitian bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai peran mediasi pengetahuan perpajakan yang dimiliki Wajib Pajak Orang Pribadi dalam pengaruh penggunaan media sosial terhadap kepatuhan pajak, berdasarkan teori serta hasil penelitian yang diperoleh.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoretis penelitian adalah untuk menguji secara empiris Teori Atribusi yang digunakan sebagai kerangka teori dalam menguji hipotesis penelitian serta hasil penelitian dapat memperkaya literasi dalam dunia akademik.
2. Manfaat hasil penelitian adalah untuk memberi wawasan kepada pihak-pihak yang memiliki tujuan dalam peningkatan kepatuhan, pengetahuan dan pemahaman pajak bagi Wajib Pajak dengan menggunakan sarana media sosial.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan terdiri dari lima bab dengan rincian: Bab 1 Pendahuluan yang berisi a) Latar Belakang penelitian terdiri dari fenomena yang terjadi yaitu

meningkatnya perolehan pajak setelah ada kebijakan terkait insentif pajak pada Covid-19 yang disampaikan kepada masyarakat dan kesenjangan penelitian sebelumnya di mana ada hasil yang berbeda terkait sosialisasi pajak dengan kepatuhan; b) Rumusan Masalah yang menjadi pertanyaan tentang topik penelitian yang telah disampaikan sebelumnya; c) Tujuan Penelitian yang menjadi alasan mengapa penelitian ini perlu dilakukan yaitu untuk memperoleh bukti empiris terkait pertanyaan penelitian; dan d) Manfaat Penelitian yang berisi manfaat teoretis untuk membuktikan secara empiris Teori Atribusi dan manfaat hasil penelitian untuk memberi wawasan kepada pihak terkait.

Bab 2 Tinjauan Pustaka berisi a) Landasan Teori yang telah mapan yaitu Teori Atribusi yang berfungsi sebagai kerangka teori dalam menguji dan menjelaskan hipotesis penelitian; b) Penelitian Terdahulu berisi penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang relevan, di mana berfungsi sebagai referensi serta perbandingan pada penelitian; dan c) Pengembangan Hipotesis, yaitu sebuah premis dari hasil pemikiran peneliti dengan mempertimbangkan segala aspek yang menjadi acuan, kami memiliki dua hipotesis untuk menguji pengaruh langsung serta peran moderasi.

Bab 3 Metode Penelitian berisi a) Jenis penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan data primer; b) Definisi variabel serta pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian; c) Populasi dan Sampel penelitian agar lingkup penelitian menjadi lebih fokus dan jelas, kami menggunakan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan beberapa kriteria; serta d) metodologi dan teknik pengujian data dengan memakai uji

validitas serta uji reliabilitas dan pengujian hipotesis dengan uji *Pearson* dan regresi yang digunakan untuk memperoleh hasil penelitian yang diharapkan.

Bab 4 Hasil dan Pembahasan berisi hasil pengujian data yang telah diperoleh peneliti secara statistik dengan menggunakan *software* dan menyajikannya sedemikian rupa agar mudah untuk dianalisis. Pada bab ini juga akan menyajikan interpretasi atas hasil yang diperoleh, diulas dan ditelaah berdasarkan pemikiran peneliti yang disesuaikan dengan konsep dan teori yang digunakan sebelumnya

Bab 5 merupakan bagian terakhir yang menjadi penutup dari penelitian, berisi a) Kesimpulan yaitu seluruh proses dan hasil penelitian secara singkat, b) Keterbatasan Penelitian yaitu hal-hal yang tidak dapat dicapai pada penelitian; dan c) Rekomendasi Penelitian berupa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian di masa yang akan datang.