

PENGARUH SOSIALISASI INSENTIF PERPAJAKAN, TARIF PAJAK, DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DI BIDANG KULINER (Implementasi PMK No.9 Tahun 2021)

Jessy Veronika

jessyv@gmail.com

Dewi Sri

dewi_sri@ukmc.ac.id

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi insentif perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di bidang kuliner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM bidang kuliner di Kota Palembang. Sampel yang ditetapkan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Pengujian hipotesis menggunakan metode analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS ver. 25.0. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) yang menyatakan sosialisasi insentif perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di bidang kuliner, diterima. Hipotesis kedua (H2) yang menyatakan tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di bidang kuliner, diterima. Hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di bidang kuliner, ditolak.

Kata Kunci: Sosialisasi Insentif Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Perpajakan, kepatuhan wajib pajak UMKM di bidang kuliner.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the socialization of tax incentives, tax rates, and tax sanctions on MSME taxpayers in the culinary field. The population in this study were all MSME in the culinary field in Palembang City. Sample are determined using purposive sampling method. The sample of this research was 100 respondents. Hypothesis testing uses the method of multiple regression analysis method hypothesis with the help of the SPSS program ver. 25.0. The results of this test indicate that the first hypothesis (H1) which is influenced by the socialization of taxation has an effect on MSME taxpayers in the culinary field, is accepted. The second hypothesis (H2) which is responsible for taxes has an effect on MSME taxpayers in the culinary field, is accepted. The third hypothesis (H3) that taxation taxpayers have no effect on MSME taxpayers in the culinary field, is rejected.

Keywords: Dissemination of Tax Incentives, Tax Rates, Tax Sanctions, MSME taxpayer compliance in the culinary field.

PENDAHULUAN

Awal tahun 2020 dunia menghadapi krisis ekonomi yang diakibatkan oleh suatu wabah yang dikenal dengan *Corona Virus Disease (Covid-19)*, semua negara mengalami penyusutan ekonomi secara drastis dan tentunya berdampak di negara Indonesia baik secara makro ekonomi maupun mikro ekonomi. Secara mikro ekonomi, wabah Covid-19 berdampak pada semua Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menjadi salah satu penopang pembangunan ekonomi Indonesia, banyak usaha UMKM di Indonesia mengalami penurunan omzet penghasilan bahkan sampai menutup usahanya dikarenakan mengalami kerugian.

Salah satu sektor UMKM yang paling berdampak ialah sektor kuliner. Menteri Koordinator Perekonomian Airlangga Hartarto menjelaskan penurunan omzet sampai 30% dari kondisi normal sebanyak 63,9% dari 64,2 juta UMKM di Indonesia, menurutnya hanya 3,8% UMKM yang dapat bertahan serta meningkatkan omzetnya dikala pandemi (<https://news.ddtc.co.id>). Walaupun saat ini telah memasuki era *New Normal*, bisnis kuliner masih dibayangi ketakutan, pasalnya pelaku usaha sektor ini masih mengalami penurunan pemasukan akibat wabah ini.

Pemerintah melalui Kementerian Keuangan (Kemenkeu) Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah membuat kebijakan perpajakan untuk mengantisipasi konsekuensi Covid-19 dengan memperpanjang pemberian insentif pajak hingga 30 Juni 2021 melalui Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 9/PMK.03/2021 untuk menjaga stabilitas ekonomi dan mempertahankan kepatuhan wajib pajak UMKM. Ketentuan ini diterbitkan menggantikan PMK-86/PMK.03/2020 *jo* PMK-110/PMK.03/2020 yang mengatur pemberian insentif pajak sampai dengan 31 Desember 2020.

Insentif pajak yang diberikan pemerintah dalam PMK 9/2021 ini meliputi PPh pasal 21, pajak UMKM, PPh final jasa konstruksi, PPh pasal 22 Impor, angsuran PPh pasal 25, dan PPN. Pemerintah memprediksi insentif perpajakan yang diberikan dapat digunakan untuk membantu dunia usaha pulih dari tekanan pandemi Covid-19, sehingga diharapkan UMKM tersebut mampu bertahan di tahun 2021.

Insentif pajak PMK 9/2021 yang diberikan pemerintah kepada UMKM terkait penangguhan PPh Final UMKM oleh pemerintah selama enam bulan sebesar 0,5%, sehingga wajib pajak UMKM tidak perlu melakukan setoran pajak. Pihak-pihak yang bertransaksi dengan UMKM juga tidak perlu memotong atau memungut pajak saat melakukan pembayaran kepada pelaku UMKM. Persyaratan Wajib Pajak UMKM untuk menerimanya adalah wajib pajak UMKM harus melakukan penyampaian laporan realisasi untuk memanfaatkan pajak penghasilan final yang ditanggung pemerintah selambat-lambatnya tanggal 20 setelah akhir masa pajak dan berakhir hingga Juni 2021.

Insentif perpajakan adalah kebijakan pemerintah yang diberikan kepada individu dan organisasi tertentu kepada investor asing yang bersedia mendukung pemerintah, mulai dari bidang sosial hingga penelitian dan pengembangan, dimana kebijakan insentif diberikan untuk memfasilitasi dan mendorong wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakannya di masa sekarang hingga yang akan datang (<https://www.pajakku.com>).

DJP mencatat realisasi pemanfaatan insentif PPh final DTP untuk UMKM

per 14 Oktober 2020 baru mencapai Rp.460 miliar atau total 229.850 wajib pajak UMKM yang memanfaatkan insentif ini. Realisasi ini setara dengan 19% dari anggaran Rp.2,4 triliun (<https://www.pajakonline.com>). Hal tersebut terjadi dikarenakan kurangnya pengetahuan wajib pajak sehingga banyak wajib pajak yang tidak menyadari akan manfaat insentif tersebut. Berdasarkan hal tersebut, pemerintah harus aktif melakukan sosialisasi kepada wajib pajak untuk menyadari pentingnya membayar pajak.

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya pemerintah dalam memberikan informasi perpajakan guna menghasilkan peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat, sehingga dapat mendorong Wajib Pajak untuk memahami, sadar, peduli, dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Menurut Burhan (2015) dalam Megantara, dkk (2017: 3), rendahnya sosialisasi perpajakan kepada masyarakat berdampak pada rendahnya pengetahuan wajib pajak yang akan menurunkan kepatuhan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Artinya semakin tinggi sosialisasi perpajakan akan diiringi dengan peningkatan kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi insentif pajak yang dilaksanakan oleh Dirjen Pajak bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai pemanfaatan insentif pajak Covid-19 serta peraturan perpajakan yang berlaku, khususnya dalam melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan Undang-Undang Perpajakan. Sosialisasi insentif pajak diharapkan mampu mendorong pemulihan ekonomi sesuai tujuan dilaksanakannya program insentif pajak ini oleh pemerintah.

Dirjen Pajak menjelaskan bahwa tarif pajak merupakan nilai yang menjadi dasar pengenaan pajak dan menjadi penentu pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak mengenai objek pajak yang dinyatakan dalam persentase tertentu. Kebijakan PP 23/2018 pertama kali berlaku pada 1 Juli 2018 menggantikan PP 46/2013 dengan tingkat tarif yang semula 1% menjadi 0,5% atas omzet penghasilannya.

Akibat dari Covid-19 ini, pemerintah melalui PMK 9/2021 sebagai perubahan dari PMK 86/2020 memperpanjang masa insentif tentang penurunan tarif dari semula 0,5% menjadi 0% sampai bulan Juni 2021, dengan maksud agar wajib pajak UMKM dapat menjalankan kewajiban perpajakan dengan semestinya.

Menurut Hestanto (2018) dalam Andrew dan Sari (2021: 351) menjelaskan bahwa sanksi perpajakan merupakan alat bagi pemerintah untuk mencegah dan mengatasi wajib pajak agar tidak melanggar norma perpajakan. Sanksi perpajakan terdapat dua macam, yaitu sanksi administrasi dan pidana. Tujuan penerapan sanksi perpajakan adalah untuk menciptakan suasana yang kondusif agar kewajiban perpajakan dapat terlaksana dengan baik. Setelah adanya perpanjangan masa pelaporan yang diberikan oleh pemerintah, wajib pajak UMKM masih tetap tidak melaksanakan kewajibannya maka wajib pajak akan diberikan sanksi perpajakan.

Direktorat Jenderal Pajak menjelaskan setelah wajib pajak memiliki surat keterangan memenuhi kriteria sebagai wajib pajak berdasarkan peraturan pemerintah nomor 23 tahun 2018 (SUKET PP 23) serta memanfaatkan insentif PPh Final UMKM ditanggung pemerintah (DTP), wajib pajak perlu menyampaikan laporan realiasi pemanfaatan insentif tersebut sebagai bentuk pertanggungjawaban.

Bagi wajib pajak yang telah memanfaatkan insentif, tetapi tidak menyampaikan laporan realisasi pemanfaatan insentif tersebut, maka ada konsekuensi yang harus dihadapi.

Berdasarkan surat edaran direktur jenderal pajak, menjelaskan bahwa jika tidak menyampaikan laporan realisasi, wajib pajak tidak dapat memanfaatkan insentif PPh final UMKM DTP. Artinya, wajib pajak tetap wajib menyetor PPh final UMKM sebesar 0,5% seperti biasa. Lebih daripada itu, terdapat sanksi administrasi yang akan dikenakan kepada wajib pajak yang tidak menyampaikan laporan realisasi.

Seperti yang diketahui, dalam PPh Final UMKM, tanggal pembayaran dianggap juga sebagai tanggal pelaporan SPT Masa PPh Final. Jadi, ketika wajib pajak terlanjur memanfaatkan Insentif PPh Final UMKM DTP tetapi tidak menyampaikan laporan realisasi-nya, maka terjadi keterlambatan penyetoran PPh Final UMKM sekaligus pelaporan SPT Masa PPh Final. Maka dari itu, wajib pajak akan dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% per bulan (maksimal 24 bulan) dari nilai yang terlambat dibayar atas keterlambatan pembayaran PPh Final UMKM. Selain itu, wajib pajak juga akan dikenakan sanksi administrasi berupa denda sebesar Rp100.000 atas keterlambatan pelaporan SPT Masa PPh Final (<https://www.pajak.go.id>).

Beberapa peneliti sebelumnya sudah melakukan penelitian mengenai topik yang kurang lebih sama dengan topik penelitian ini, seperti pada penelitian Andrew dan Sari (2021) dengan judul penelitian “Insentif PMK 86/2020 Di Tengah Pandemi Covid 19: Apakah Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Surabaya?” berkesimpulan bahwa Sosialisasi insentif PMK 86/2020 berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, karena sosialisasi insentif ini telah dilakukan pemerintah secara masif secara elektronik sampai sekarang di tengah pandemi Covid 19 sehingga memunculkan pengetahuan dan kesadaran bagi wajib pajak UMKM untuk segera memanfaatkan insentif tersebut. Namun, hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Septiani, dkk (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Tarif Perpajakan, dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada UMKM Yang Terdaftar Sebagai Wajib Pajak Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan)” yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Peneliti sebelumnya yang meneliti variabel tarif pajak dilakukan oleh Noviana, dkk (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, Penerapan PP No. 23 tahun 2018, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Sampang)” menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Machmudah dan Putra (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Tarif Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM Kuliner” yang menyatakan bahwa tarif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Peneliti sebelumnya yang meneliti mengenai sanksi pajak dilakukan oleh Cahyani dan Noviani (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Tarif Pajak,

Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM” menyatakan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulma (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia” yang menyatakan sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Sosialisasi Insentif Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Bidang Kuliner (Implementasi PMK No.9 Tahun 2021)”**.

TELAAH PUSTAKA

Teori perilaku terencana merupakan sebuah teori yang pertama kali dikemukakan oleh Ajzen (1991). Menurut Ajzen (1991) dalam Andrew dan Sari (2021: 352) menjelaskan mengenai bagaimana manusia berperilaku dan bertindak. Pada teori *Theory of Planned Behaviour* (TPB) terdapat variabel kontrol berperilaku yang mengartikan bahwa tidak semua tindakan diambil oleh individu berada di bawah kendali individu tersebut.

Menurut Khan dan Kareem (2016) dalam Cahyani dan Noviani (2019: 1890), Terdapat 3 macam alasan yang dapat mempengaruhi tindakan yang diambil oleh individu yang dikemukakan dalam *Theory of Planned Behaviour*, yaitu *Behavioral Belief* adalah keyakinan individu akan hasil dari suatu perilaku (*outcome belief*) dan evaluasi terhadap hasil dari keyakinan tersebut. Sikap terhadap perilaku dianggap sebagai variabel pertama yang mempengaruhi niat berperilaku. Ketika seseorang secara positif menghargai suatu tindakan, maka dia memiliki kemauan untuk melakukan tindakan tertentu. *Normative Belief* adalah keyakinan tentang harapan normatif individu dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut. *Normative belief* mengacu pada tekanan sosial yang dihadapi oleh individu untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Dalam konteks penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa norma subjektif berkaitan dengan sosialisasi perpajakan dan tarif pajak. Sosialisasi perpajakan dan tarif pajak berkaitan dengan *normative belief* yang merupakan harapan yang dipersepsikan satu orang atau lebih untuk menyetujui suatu perilaku dan memotivasi seseorang dalam mematuhi kewajibannya. Kontrol perilaku (*Control belief*) mengacu pada tingkatan kontrol atas pandangan individu dalam melakukan suatu tindakan. Dari ketiga bagian penting tersebut akan menimbulkan niat yang akan mempengaruhi wajib pajak untuk patuh. Dalam konteks penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa variabel sanksi perpajakan ada kaitannya terhadap *control belief* yang memiliki arti keyakinan seseorang tentang keberadaan suatu hal yang menghambat atau mendukung perilaku individu tersebut.

Teori ini memberikan pengaruh terhadap wajib pajak UMKM dalam menjalankan kewajiban perpajakannya baik pada saat membayar maupun melaporkan pajak di tengah pandemi Covid-19 melalui sisi psikologis. Teori ini

juga merupakan perluasan dari Teori Reasoned Action (TRA) yang sama-sama dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1975), dimana menjelaskan mengenai perubahan perilaku dari wajib pajak menjadi patuh yang berasal dari niat, perilaku dan norma-norma sosial.

Teori atribusi pertama kali dikemukakan oleh Heider (1958). Robbins dan Judge (2014) dalam Putri dan Iqbal (2018: 125) menjabarkan teori atribusi adalah teori yang menjelaskan bahwa ketika individu mengamati perilaku seseorang, maka individu tersebut berusaha untuk menentukan apakah perilaku tersebut disebabkan secara internal atau eksternal. Perilaku yang disebabkan secara internal adalah perilaku yang diyakini berada dibawah kendali pribadi individu itu sendiri sedangkan perilaku yang disebabkan secara eksternal yakni perilaku yang dihasilkan oleh penyebab dari luar, yaitu tekanan dari situasi.

Berdasarkan uraian tersebut, teori atribusi memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Kepatuhan wajib pajak UMKM dinilai sebagai perilaku patuh yang muncul dari seorang wajib pajak UMKM. Kemudian, insentif pajak yang diberikan pemerintah dapat dikategorikan sebagai faktor eksternal sebab faktor tersebut berasal dari lingkungan luar dan tidak berada dibawah kendali wajib pajak UMKM.

Teori atribusi juga akan menentukan wajib pajak untuk melakukan apa yang wajib pajak lakukan, serta juga dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana Direktorat Jenderal Pajak dapat member kesan kepada wajib pajak UMKM dari faktor-faktor personal maupun situasional ditengah pandemi Covid-19. Ada tiga tahapan didalamnya, yaitu pertama perilaku wajib pajak UMKM di tengah Pandemi Covid-19 apakah menjadi lebih patuh atau tidak, kedua menentukan apakah wajib pajak melakukan ketidak patuhan karena kesengajaan atau tidak, namun dikarenakan terpaksa tidak dapat membayar karena penurunan ekonomi atau kebangkrutan pada saat pandemi Covid-19, dan terakhir mengelompokkan motivasi yang perlu dilakukan untuk menentukan perilaku wajib pajak yang patuh baik secara internal (dibawah kesadaran wajib pajak) maupun eksternal (lingkungan sekitar).

Teori atribusi berkaitan dalam penelitian ini dikarenakan teori ini mampu menjelaskan mengenai faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang perlu dilakukan Dirjen Pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM di tengah pandemi Covid-19. Persepsi dalam diri wajib pajak sendiri dan kesan dari lingkungan (direktorat jenderal pajak) akan mempengaruhi penilaian wajib pajak mengenai pentingnya menjalankan kewajiban perpajakan, kemudian menciptakan kepatuhan bagi wajib pajak UMKM itu sendiri.

Dalam konteks penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa teori atribusi berkaitan dengan sosialisasi insentif perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan, dimana ketiga variabel tersebut merupakan merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi wajib pajak untuk membayar pajak.

Menurut Soemiro dalam Maula,dkk (2020: 64), pajak merupakan iuran rakyat kepada negara berdasarkan undang-undang yang dapat bersifat memaksa tanpa menerima jasa timbal balik secara langsung yang ditunjukkan dan digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum. Setelah itu, dilakukan penyesuaian definisi sebagai berikut : "Pajak merupakan peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan

surplusnya dipergunakan *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*".

UMKM hadir sebagai sebuah solusi yang dapat menunjang perekonomian Indonesia. Tujuan UMKM adalah untuk menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran, serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara.

UU Nomor 20 Tahun 2008 menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha produktif perorangan atau badan usaha tertentu, bukan bagian dari perusahaan, yang memenuhi kriteria sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria untuk masing-masing usaha dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1
Kriteria UMKM

Jenis Usaha	Aset Bersih (bukan tanah bangunan)	Omzet Pertahun
Mikro	Rp 0 – 50 juta	Rp 0 – 300 juta
Kecil	Rp >50 juta – 500 juta	Rp >300 juta – 2,5 miliar
Menengah	Rp >500 juta – 10 miliar	Rp >2,5 miliar – 50 miliar

Sumber: UU Nomor 20 Tahun 2008

Insentif pajak (*Tax Incentive*) menurut *Black Law Dictionary*, adalah sebuah penawaran dari pemerintah, melalui manfaat pajak, dalam suatu aktivitas tertentu, seperti kontribusi uang atau harta untuk aktivitas yang berkualitas (<https://business-law.binus.ac.id>). Menurut Wahono (2012) dalam Mudiarti dan Mulyani (2020: 171), mendefinisikan sosialisasi perpajakan sebagai berikut:

“Sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa sosialisasi insentif perpajakan adalah suatu upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak guna memberikan informasi kepada wajib pajak mengenai suatu kompensasi yang ditawarkan oleh pemerintah agar wajib pajak dapat memanfaatkan kompensasi tersebut secara maksimal. Jika dihubungkan dengan topik penelitian, pemberian insentif pajak oleh pemerintah diharapkan mampu menarik dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM terhadap ketentuan perpajakan. Adapun insentif pajak yang dimaksud adalah pengurangan tarif pajak yang tercantum dalam PMK 9/2021.

Tarif pajak adalah jumlah yang digunakan untuk menentukan kewajiban pajak yang harus dibayar oleh Wajib Pajak. Tarif pajak yang ditetapkan dalam PMK Nomor 9/PMK.03/2021 yaitu dengan menurunkan tarif dari semula 0,5% menjadi 0% sampai bulan Juni 2021 bagi mereka yang memanfaatkan insentif pajak, dengan maksud agar wajib pajak pelaku usaha UMKM dapat menjalankan kewajiban perpajakan semestinya.

Peraturan PMK Nomor 9/PMK.03/2021 yang berlaku mulai tanggal 2 Februari 2021 menjelaskan tentang pemberian insentif pajak untuk membantu wajib pajak dalam menghadapi pandemi Covid-19 hingga 30 Juni 2021. Pelaku UMKM mendapat insentif PPh final tarif 0,5% sesuai peraturan pemerintah nomor 23 tahun 2018 yang ditanggung pemerintah artinya wajib pajak UMKM tidak perlu

melakukan setoran pajak.

Sanksi perpajakan menjadi alat pencegahan (*preventif*) agar wajib pajak mematuhi norma perpajakan Mardiasmo (2016) dalam Noviana, dkk (2020: 53). Terdapat dua jenis sanksi pajak yaitu pertama, sanksi administrasi berupa pembayaran kerugian kepada negara, sanksi administrasi seperti bunga, denda, atau kenaikan pajak. Kedua, sanksi pidana yang merupakan induk hukum yang digunakan fiskus agar sistem perpajakan dipatuhi, sanksi pidana tersebut berupa hukuman penjara.

Menurut Tiraada (2013) dalam Maula, dkk (2020: 65), kepatuhan merupakan motivasi suatu organisasi atau kelompok untuk melakukan sesuatu sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Kepatuhan wajib pajak adalah kesediaan untuk memenuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan peraturan Undang-undang perpajakan yang berlaku tanpa perlu diadakannya pemeriksaan, peringatan ataupun ancaman serta penerapan sanksi baik hukum maupun administrasi. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa kepatuhan wajib pajak merupakan pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan wajib pajak sebagai kontribusi terhadap pembangunan negara.

Tabel 2
Ringkasan Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Nama Peneliti (Tahun Penelitian)	Hasil Penelitian
Insentif PMK 86/2020 Di Tengah Pandemi Covid-19: Apakah Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Surabaya?.	Andrew dan Sari (2021)	Sosialisasi insentif PMK 86/2020 berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Tarif Perpajakan, dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada UMKM Yang Terdaftar Sebagai Wajib Pajak Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan).	Septiani, dkk (2019)	Sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
Pengaruh Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, Penerapan PP No. 23 tahun 2018, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Sampang).	Noviana, dkk (2020)	Tarif pajak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
Pengaruh Tarif Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM Kuliner.	Machmudah dan Putra (2020)	Tarif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
Pengaruh Tarif Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Cahyani dan Noviani (2019)	Sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.
Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia	Zulma (2020)	Sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Sosialisasi insentif perpajakan adalah suatu upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak guna memberikan informasi kepada wajib pajak mengenai suatu kompensasi yang ditawarkan oleh pemerintah agar wajib pajak dapat memanfaatkan kompensasi tersebut secara maksimal. Sosialisasi perpajakan mengenai insentif PMK 9/2021 memiliki peran penting dalam meningkatkan kepatuhan bagi wajib pajak di tengah pandemi Covid-19, agar wajib pajak dapat memahami dan memanfaatkan insentif PMK 9/2021 yang diberikan oleh pemerintah.

Berdasarkan *theory of planned behavior* terkait dengan *Normative Belief* yang mengacu pada tekanan sosial yang dihadapi oleh individu untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Direktorat Jenderal Pajak memberikan hak bagi wajib pajak itu sendiri ditengah pandemi Covid-19 dalam hal mensosialisasikan kebijakan perpajakan baru yaitu insentif PMK 9/2021 yang akan membantu wajib pajak dalam meningkatkan kepatuhan pajak sesuai dengan *theory of planned behavior* akan memperkuat hipotesis pertama dalam penelitian ini.

Hal ini diperkuat dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh dilakukan oleh Andrew dan Sari (2021) dan Mudiarti dan Mulyani (2020) yang berkesimpulan bahwa sosialisasi insentif perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yang artinya sosialisasi insentif ini telah dilakukan pemerintah secara masif secara elektronik sampai sekarang di tengah pandemi Covid 19 sehingga memunculkan pengetahuan dan kesadaran bagi wajib pajak UMKM untuk segera memanfaatkan insentif tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis pertama yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

H₁ : Sosialisasi Insentif Perpajakan Berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Bidang Kuliner

Menurut Direktorat Jenderal Pajak dalam Andrew dan Sari (2021: 353) menjelaskan bahwa tarif pajak adalah nilai yang menjadi dasar pengenaan pajak dan menjadi penentu pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak dan dinyatakan dalam persentase tertentu. Tarif pajak yang telah ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak selama ini yang dikenakan untuk Usaha Mikro Kecil Menengah berubah-ubah sesuai dengan kondisi terkini saat ini. Perubahan tarif dari PP 46/2013 sebesar 1% menjadi tarif PP 23/2018 sebesar 0,5%, dan tarif khusus di tengah pandemi Covid-19 sebesar 0%.

Dalam teori atribusi, tarif pajak merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi wajib pajak untuk membayar pajak, berarti bahwa semakin wajib pajak memiliki hak kewajiban bagi suatu negara maka semakin besar pula pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah. Tarif pajak perlu disusun berdasarkan pertimbangan keberlangsungan usaha atau bisnis wajib pajak khususnya pada sector UMKM dimana sering ditemukan UMKM yang masih dalam tahap berkembang dengan kondisi keuangan yang labil, sehingga tarif tidak boleh terlalu memberatkan dan perlu dicari tingkatannya yang optimal dan berasas keadilan. Hal tersebut dilakukan agar tidak memberatkan bagi wajib pajak UMKM, oleh karena itu pemerintah terus menerus menurunkan tarif pajak UMKM dari PP 46/2013 sebesar 1% menjadi PP 23/2018 sebesar 0,5%, hingga terbaru PMK 44/2020, PMK 86/2020, dan PMK 9/2021 sebesar 0% ditengah pandemi Covid-19 sesuai dengan teori atribusi ini akan memperkuat hipotesis kedua dalam penelitian ini.

Hal ini diperkuat dengan penelitian Noviana, dkk (2020) dan Lazuardini, dkk (2018) yang menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis kedua yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

H₂ : Tarif Pajak Berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Bidang Kuliner

Menurut Hestanto (2018) dalam Andrew dan Sari (2021: 351) menjelaskan bahwa sanksi perpajakan adalah alat bagi pemerintah dalam mencegah dan mengatasi wajib pajak yang telah melanggar kewajibannya, dan menjadi jaminan atas kepatuhan dari wajib pajak tersebut. Pemerintah menetapkan sanksi pajak bagi wajib pajak yang tidak melaksanakan kewajiban perpajakan. Dalam teori TPB (1991) merupakan Norma kontrol (*Normative Belief*) karena ada hal-hal yang mendukung wajib pajak dalam membayar pajak yaitu sanksi, sanksi dapat membuat wajib pajak merasa takut jika tidak melakukan kewajiban perpajakannya, sehingga sanksi merupakan kontrol yang kuat dalam mendorong wajib pajak dalam melaksanakan kegiatan perpajakan.

Dalam teori atribusi, sanksi perpajakan merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi wajib pajak untuk membayar pajak. Penerapan sanksi pajak memberikan kontribusi dalam meningkatkan rasio kepatuhan wajib pajak. Penerapan sanksi pajak memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan pajak secara tepat waktu. Dengan adanya sanksi perpajakan yang tegas mau tidak mau wajib pajak UMKM tetap menjalankan kewajiban perpajakan baik menyelenggarakan pembukuan, melakukan pelaporan serta pembayaran pajak.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cahyani dan Noviani (2019) dan Maula, dkk (2020) yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis ketiga yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

H₃ : Sanksi Perpajakan Berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Bidang Kuliner

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui antar variabel, dimana penelitian ini ingin mengetahui dan memaparkan mengenai ada atau tidaknya pengaruh sosialisasi insentif perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro kecil menengah di bidang kuliner. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner pada responden yang dituju.

Populasi adalah suatu wilayah yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2018: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelaku usaha UMKM bidang kuliner di kota Palembang. Kota Palembang dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan peneliti tinggal di kota Palembang sehingga akan lebih efisien bagi peneliti baik dari segi

tenaga maupun waktu. Alasan lain, berdasarkan pengamatan peneliti pelaku usaha bidang kuliner sangat banyak di kota Palembang.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik *sampling* yang satuan *sampling*-nya dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu dengan tujuan memperoleh satuan *sampling* yang memiliki karakteristik atau kriteria yang dikehendaki dalam pengambilan sampel. Adapun kriteria yang harus dipenuhi dalam penelitian ini sebagai berikut, yaitu UMKM yang bergerak dibidang usaha kuliner di kota Palembang. Menerima penghasilan dari usaha, tidak termasuk penghasilan dari jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp. 4.800.000.000,00 dalam satu tahun pajak. Memiliki NPWP.

Menurut data Dinas Koperasi dan UKM Sumsel jumlah UMKM yang terdata pada tahun 2020 di kota Palembang sebanyak 37.351 UMKM. Untuk menentukan sampel pada penelitian ini, digunakan perhitungan sampel yang digunakan Suliyanto (2009: 103) yang digunakan untuk menemukan jumlah sampel minimal dengan jumlah populasi tidak diketahui. Perhitungan jumlah sampel minimal adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1+Ne}$$

$$n = \frac{37.351}{(1 + 37.351 \times 0,1^2)}$$

$$n = 99,73 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ sampel}$$

Jadi sampel pada penelitian ini adalah wajib pajak 100 UMKM.

Keterangan :

n = ukuran sampel N = jumlah populasi

e = *margin of error*, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari responden yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan kepada responden.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik kuesioner. Sugiyono (2018: 142) mengatakan bahwa kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sekumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Jenis kuesioner yang dipakai adalah kuesioner tertutup dimana dalam kuesioner ini, pilihan jawaban sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden dapat memilih pilihan jawaban sesuai dengan kebutuhan dalam riset.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert dengan menggunakan pilihan jawaban sebagai berikut STS (Sangat Tidak Setuju diberi nilai 1), TS (Tidak Setuju diberi nilai 2), N (Netal diberi nilai 3), S (Setuju diberi nilai 4), SS (Sangat Setuju diberi nilai 5)

Menurut Sugiyono (2017: 61), variabel penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, dan kegiatan, yang mempunyai variasi tertentu

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel ini dapat dijadikan patokan dalam pengumpulan data. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Maka variabel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut Variabel Bebas (*Independent Variabel*) merupakan “Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)” Sugiyono (2017: 61). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel (X) yaitu sosialisasi insentif perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*) merupakan “Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas” Sugiyono (2017: 61). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel (Y) yaitu kepatuhan wajib pajak UMKM di bidang kuliner.

Tabel 3
Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Pernyataan	Skala
Sosialisasi Insentif Perpajakan (X ₁)	Pengetahuan mengenai sosialisasi perpajakan	1. Pengertian sosialisasi	1	Likert
	Persepsi wajib pajak akan sosialisasi.	2. Motivasi	2, 3	
	Suatu upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak.	3. Kejelasan sosialisasi pajak yang diberikan petugas pajak.	4, 5	
Tarif Pajak (X ₂)	Nilai yang menjadi dasar pengenaan pajak.	1. Sikap wajib pajak setelah adanya penurunan tarif pajak UMKM.	1,2,3	Likert
	Penentu pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak mengenai objek pajak dan dinyatakan dalam persentase tertentu	2. Persepsi wajib pajak tentang penurunan tarif pajak UMKM.	4,5	
Sanksi Perpajakan (X ₃)	Alat bagi pemerintah dalam mencegah dan mengatasi wajib pajak yang telah melanggar kewajiban perpajakannya.	1. Pengetahuan wajib pajak tentang adanya sanksi pajak.	1,2,3,4	Likert
	Menjadi jaminan atas kepatuhan dari wajib pajak tersebut.	2. Sikap wajib pajak terhadap sanksi perpajakan	5	
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Bidang Kuliner (Y)	Pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan wajib pajak.	1. Pengisian dan pelaporan SPT.	1,2,3	Likert
	Kontribusi terhadap pembangunan negara.	2. Perhitungan pajak terutang.	4,5	
		3. Sikap yang menunjukkan kepatuhan pajak.		

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu

kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Maka validitas dapat mengukur apakah dalam pertanyaan kuesioner yang sudah dibuat betul – betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur Ghozali (2018: 51).

Ghozali (2018: 45) menyatakan reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara yaitu *One Slot* atau pengukuran sekali saja yang merupakan pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>0,70$.

Ghozali (2018: 19) menyatakan bahwa statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, *maksimum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness*. Statistik deskriptif biasanya digunakan untuk menggambarkan profil data sampel sebelum memanfaatkan teknik analisis statistik yang berfungsi untuk menguji hipotesis.

Menurut Ghazali (2018: 161) menyatakan bahwa Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal atau tidak dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji kolmogorov smirnov. Pengambilan kesimpulan menggunakan kriteria sebagai berikut jika $\text{asympt, sig, (2-tailed)} > \alpha (0,05)$ maka data berdistribusi normal. Jika $\text{asympt, sig, (2-tailed)} < \alpha (0,05)$ maka data tidak berdistribusi normal Ghazali (2018: 166).

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Caramendeteksi ada tidaknya Multikolonieritas yaitu dengan cara memperhatikan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $> 0,1$ atau dengan nilai VIF < 10 Ghazali (2018: 108).

Menurut Halbert White (1980) dalam Kuncoro (2011: 118) berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas merupakan uji umum ada tidaknya misspesifikasi model karena hipotesis nol yang melandasi adalah asumsi bahwa residual adalah homoskedastis dan merupakan variabel independen, serta spesifikasi linear sudah benar. Menurut Ghazali (2018: 134) berpendapat bahwa jika tidak terjadi Heteroskedastisitas atau Homoskedastisitas maka model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik.

Untuk menguji heteroskedastisitas ini menggunakan uji *Glejser*, dimana uji ini dilakukan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Menurut Ghazali (2018: 134), kriteria pengambilan keputusan adalah jika probabilitas signifikansi dari variabel bebas lebih besar dari 0,05 atau 5% maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (dependen). Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) Ghozali (2018: 95).

Analisis regresi linier berganda dilakukan setelah uji asumsi klasik karena memastikan terlebih dahulu apakah model tersebut tidak terdapat masalah normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat (kepatuhan wajib pajak UMKM)

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi

X_1 = Sosialisasi Insentif Perpajakan

X_2 = Tarif Pajak

X_3 = Sanksi Perpajakan

e = *error* (Kesalahan)

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2016: 244), uji signifikansi parsial atau uji t berfungsi untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol atau $H_0 : b_i = 0$ maka suatu independen tidak signifikan terhadap variabel dependen sebaliknya dengan hipotesis alternatif (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol atau $H_a : b_i \neq 0$ maka variabel independen signifikan terhadap variabel dependen Ghozali (2018: 97). Dalam penelitian ini penulis menggunakan tingkat kepercayaan sebesar $\alpha = 0,05$. Sehingga uji t dilakukan dengan membuat hipotesis yaitu sebagai berikut jika nilai Sig. $t < 0,05$ maka H_0 diterima. Jika nilai Sig. $t > 0,05$ maka H_0 ditolak.

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel dependen berhubungan linier (secara bersama-sama) terhadap variabel independen. Dalam pengambilan keputusan uji F membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel Ghozali (2018: 96). Peneliti menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, jika nilai nilai F hitung $< F$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga uji F dilakukan dengan membuat hipotesis yaitu sebagai berikut jika nilai sig $< 0,05$ maka dapat dikatakan model regresi yang digunakan dalam penelitian baik. Jika nilai sig $> 0,05$ maka dapat dikatakan model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak baik.

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2016: 177), Koefisien determinasi (R^2) merupakan bagian dari keragaman total variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) yang dapat diterangkan atau diperhitungkan oleh keragaman variabel bebas independen (variabel yang mempengaruhi). Jadi, koefisien determinasi adalah kemampuan variabel independen memengaruhi variabel dependen. Nilai

koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Artinya, semakin besar koefisien determinasi (mendekati satu) maka menunjukkan semakin baik (kuat) kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen Ghozali (2018: 95).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wajib pajak UMKM bidang kuliner di Palembang. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *google form*, yang berguna untuk menyebarkan kuesioner secara cepat dan luas melalui link yang dibagikan kepada objek penelitian. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara online dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang membuat aktivitas menjadi terhambat diakibatkan adanya peraturan *social distancing*. Kuesioner berupa *google form* disebar secara online melalui beberapa media sosial berupa whatsapp, instagram, line dan juga dibantu oleh responden yang mengisi kuesioner untuk menyebarkannya kembali.

Tabel 4
Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Total Kuesioner yang disebar	103
Total Kuesioner yang dapat diolah	100
Total Kuesioner yang tidak dapat diolah	3

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4 hasil pengumpulan kuesioner dari total 103 yang disebar oleh peneliti terdapat 100 kuesioner yang dapat diolah, sedangkan 3 kuesioner tidak dapat diolah karena tidak sesuai dengan kriteria sampel penelitian.

Karakteristik responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan umur, omzet pertahun, dan kepemilikan NPWP adalah sebagai berikut:

Tabel 5
Demografi Responden

Deskripsi	Jumlah	Persentase
Umur :		
<25 tahun	23	23%
25 – 35 tahun	38	38%
>35 tahun	39	39%
Omzet Per Tahun:		
<4,8 M	100	100%
>4,8 M	0	0%
Kepemilikan NPWP:		
Memiliki NPWP	100	100%
Tidak memiliki NPWP	0	0%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan jumlah di atas bahwa responden umur <25 tahun sejumlah 23 orang (23%), 25-35 tahun sejumlah 38 orang (38%), dan >35 tahun sejumlah 39 orang (39%). Dari 100 responden tersebut terbagi menjadi omzet per tahun, dimana kategori tersebut menjadi 2 bagian yaitu <4,8 M terdapat 100 responden (100%)

sedangkan >4,8M terdapat nol responden (0%). Dari 100 responden tersebut terbagi menjadi kepemilikan NPWP, dimana kategori tersebut menjadi 2 bagian yaitu memiliki NPWP terdapat 100 responden (100%) sedangkan tidak memiliki NPWP terdapat nol responden (0%).

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

Uji Validitas digunakan dengan membandingkan r_{tabel} dengan r_{hitung} . Nilai r_{tabel} sendiri di dapat dengan menggunakan tabel r dengan *degree of freedom* ($n-2$) = 98 dengan tingkat signifikansi sebesar 5% untuk dua arah, sehingga di dapat bahwa nilai r_{tabel} adalah 0,196.

Tabel 6
Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	Output SPSS Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Sosialisasi Insentif Perpajakan			
a. S1	0,632	0,196	Valid
b. S2	0,767	0,196	Valid
c. S3	0,776	0,196	Valid
d. S4	0,641	0,196	Valid
e. S5	0,564	0,196	Valid
Tarif Pajak			
a. T1	0,712	0,196	Valid
b. T2	0,700	0,196	Valid
c. T3	0,659	0,196	Valid
d. T4	0,664	0,196	Valid
e. T5	0,676	0,196	Valid
Sanksi Perpajakan			
a. SS1	0,723	0,196	Valid
b. SS2	0,733	0,196	Valid
c. SS3	0,758	0,196	Valid
d. SS4	0,684	0,196	Valid
e. SS5	0,615	0,196	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM			
a. K1	0,703	0,196	Valid
b. K2	0,628	0,196	Valid
c. K3	0,708	0,196	Valid
d. K4	0,580	0,196	Valid
e. K5	0,607	0,196	Valid

f.	K6	0,584	0,196	Valid
----	----	-------	-------	-------

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa semua butir pertanyaan variabel memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan tersebut valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh suatu hasil penelitian dikatakan sama (konsisten). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>0,70$.

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> hitung	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Standard	Keterangan
Sosialisasi Insentif Perpajakan (X ₁)	0,710	0,70	Reliabel
Tarif Pajak (X ₂)	0,712	0,70	Reliabel
Sanksi Perpajakan (X ₃)	0,745	0,70	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Y)	0,706	0,70	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 7 nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel sosialisasi insentif perpajakan sebesar 0,710, variabel tarif pajak sebesar 0,712, variabel sanksi perpajakan sebesar 0,745, sedangkan variabel kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0,706 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga semua variabel tersebut dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengukuran data.

Hasil Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menjelaskan tentang gambaran umum dari data yang digunakan berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata dan nilai standar deviasinya dari jawaban responden. Berikut disajikan hasil uji statistik deskriptif atas variabel-variabel pada penelitian ini yaitu sosialisasi insentif perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan.

Tabel 8
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Sosialisasi Insentif Perpajakan	100	16,00	25,00	21,31	2,038
Tarif Pajak	100	13,00	23,00	19,91	2,137
Sosialisasi Perpajakan	100	17,00	25,00	20,98	2,160

Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	100	20,00	29,00	25,30	2,285
Valid N (list wise)					

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah yang menjadi sampel sebanyak 100 responden. Variabel sosialisasi insentif perpajakan mempunyai rata-rata sebesar 21,31 dengan nilai tertinggi 25, nilai terendah 16, dan standar deviasi sebesar 2,038. Hal ini berarti sosialisasi insentif perpajakan memiliki hasil yang baik karena mean lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Variabel tarif pajak mempunyai rata-rata sebesar 19,91 dengan nilai tertinggi 23, nilai terendah 13, dan standar deviasi sebesar 2,137. Hal ini berarti tarif pajak memiliki hasil yang baik karena mean lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Variabel sanksi perpajakan mempunyai rata-rata sebesar 20,98 dengan nilai tertinggi 25, nilai terendah 17, dan standar deviasi sebesar 2,160. Hal ini berarti sanksi perpajakan memiliki hasil yang baik karena mean lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Variabel kepatuhan wajib pajak UMKM mempunyai rata-rata sebesar 25,30 dengan nilai tertinggi 29, nilai terendah 20, dan standar deviasi sebesar 2,285. Hal ini berarti kepatuhan wajib pajak UMKM memiliki hasil yang baik karena mean lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Hasil Uji asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *one-sample kolmogrov smirnov*. Kriteria dalam uji normalitas dengan menggunakan tes *kolmogrov smirnov* yaitu jika signifikan $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal. Besarnya nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang didapat melalui uji *one-sample kolmogrov smirnov test* sebesar $0,249 > \alpha (0,05)$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 9
Hasil Uji Normalitas

Model	Nilai	Hasil
Asymp Sig. (2-tailed)	0,249	Berdistribusi normal

Sumber : data primer yang diolah

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel indenpenden. Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan analisis perhitungan nilai *tolerance* dan *Variance Inflantion Factor (VIF)*. Variabel dikatakan tidak mengalami multikolinearitas jika tingkat nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai *VIF* < 10 . Hasil pengujian dapat dilihat

sebagai tabel berikut.

Tabel 10
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
Sosialisasi Insentif Perpajakan	0,987	1,014	Bebas Multikolinearitas
Tarif Pajak	0,698	1,432	Bebas Multikolinearitas
Sanksi Perpajakan	0,706	1,417	Bebas Multikolinearitas

Sumber : data primer yang diolah

Pada tabel 10, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *gletzer*. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dalam dilihat pada tabel berikut.

Tabel 11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Sosialisasi Insentif Perpajakan	0,185	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Tarif Pajak	0,058	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Sanksi Perpajakan	0,066	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 11, nilai signifikansi dari variabel sosialisasi insentif perpajakan sebesar 0,185, variabel tarif pajak sebesar 0,058, dan variabel sanksi perpajakan sebesar 0,066 yang berarti nilai-nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan model regresi linier berganda. Perhitungan analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS for Windows Release 25. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas. Adapun hasil pengolahan data dalam tabel 12.

Tabel 12
Hasil Analisis Uji Regresi

	Beta	T	Sig
<i>Constant</i>	6,358	2,373	0,020
Sosialisasi Insentif Perpajakan	0,517	5,650	0,000
Tarif Pajak	0,333	3,214	0,002
Sanksi Perpajakan	0,061	0,599	0,550

Sumber : data primer yang diolah,

Setelah melakukan pengujian data dengan menggunakan program SPSS dimana akan mempermudah peneliti untuk melakukan pengujian data, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

$$Y = 6,358 + 0,517 + 0,333 + 0,061 + e$$

Berdasarkan hasil tersebut, persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut: Nilai konstanta dari hasil uji regresi berganda sebesar 6,358 menunjukkan bahwa apabila variabel sosialisasi insentif perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan dianggap tetap, maka nilai kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 6,358. Nilai koefisien variabel sosialisasi insentif perpajakan bernilai positif sebesar 0,517. Dapat diartikan bahwa setiap variabel sosialisasi insentif perpajakan mengalami peningkatan maka akan menimbulkan peningkatan variabel kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0,517. Nilai koefisien variabel tarif pajak bernilai positif sebesar 0,333. Dapat diartikan bahwa setiap variabel tarif pajak mengalami peningkatan maka akan menimbulkan peningkatan variabel kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0,333. Nilai koefisien variabel sanksi perpajakan bernilai positif sebesar 0,061. Dapat diartikan bahwa setiap variabel sanksi perpajakan mengalami peningkatan maka akan menimbulkan peningkatan variabel kepatuhan wajib pajak UMKM sebesar 0,061.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji F

Uji statistic F atau uji kelayakan model digunakan untuk mengetahui model regresi layak atau tidak layak untuk digunakan. Pengujian ini menggunakan uji statistic F yang terdapat pada tabel anova. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 13
Hasil Uji F

Model	df	F	Sig.
<i>Regression</i>	3	18,702	0,000

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 13, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18,702 > 2,70$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha$ ($0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini baik.

Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (sosialisasi insentif perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan) terhadap variabel dependen (kepatuhan wajib pajak UMKM). Hasil Pengujian dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 14
Hasil Uji t

Variabel	<i>Unstandardized Coeficient</i>	t hitung	Sig.	Hasil
<i>Constants</i>	6,358	2,373	0,020	
Sosialisasi Insentif perpajakan	0,517	5,650	0,000	H1 diterima
Tarif Pajak	0,333	3,214	0,002	H2 diterima
Sanksi Perpajakan	0,061	0,599	0,550	H3 ditolak

Sumber : data primer yang diolah

Hasil Uji t dijelaskan sebagai berikut Variabel sosialisasi insentif perpajakan memiliki nilai t hitung sebesar 5,650 > t tabel 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis pertama diterima. Hal ini berarti sosialisasi insentif perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Variabel tarif pajak memiliki nilai t hitung sebesar 3,214 > t tabel 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) maka hipotesis kedua diterima. Hal ini berarti tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Variabel sanksi perpajakan memiliki nilai t hitung sebesar 0,599 < t tabel 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,550. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,550 > 0,05$) maka hipotesis ketiga ditolak. Hal ini berarti sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen (sosialisasi insentif perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan) dalam menjelaskan variabel dependen (kepatuhan wajib pajak UMKM). Hasil uji koefisiensi determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15
Hasil Uji Adjusted R Square

Model	R Square	Adjusted R Square
	0,369	0,349

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 15, nilai dari *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,349 yang berarti bahwa sebesar 34,9% kepatuhan wajib pajak UMKM dipengaruhi oleh variabel sosialisasi insentif perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan, sedangkan sisanya 65,1% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Pengujian hipotesis pertama (H_1) terlihat nilai t hitung untuk variabel sosialisasi insentif perpajakan sebesar 5,650 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih besar dari $\alpha = 5\%$ ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi insentif perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di bidang kuliner. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andrew dan Sari (2021) yang menyatakan bahwa sosialisasi insentif perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

UMKM.

Temuan ini juga mendukung teori atribusi yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh kekuatan eksternal. Pada penelitian ini membuktikan bahwa kepatuhan wajib pajak UMKM pada masa covid-19 dipengaruhi oleh sosialisasi insentif perpajakan. Sosialisasi yang intensif terkait peraturan perpajakan menjadikan wajib pajak mengerti kewajiban perpajakannya. Sosialisasi tersebut mendorong wajib pajak untuk mau menjalankan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pengujian hipotesis kedua (H_2) terlihat nilai t hitung untuk variabel sosialisasi insentif perpajakan sebesar 3,214 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ ($0,002 < 0,05$). Dengan demikian hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di bidang kuliner. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviana, dkk (2020) yang menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Hasil pengujian penelitian ini juga sesuai dengan teori atribusi memiliki andil dalam penentuan tarif pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak itu sendiri itu, berarti bahwa semakin wajib pajak memiliki hak kewajiban bagi suatu negara, maka semakin besar pula pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah. Di dalam teori atribusi juga mempengaruhi faktor eksternal dari kepatuhan wajib pajak UMKM berupa pemanfaatan tarif pajak yang lebih murah membuat wajib pajak lebih patuh.

Teori *planned behavior* juga mendukung penelitian ini melalui niat yang dirasa wajib pajak UMKM dengan tariff yang ditanggung pemerintah (tariff 0%) sehingga menimbulkan kepatuhan wajib pajak, namun pemerintah belum sepenuhnya memberikan kebijakan untuk mempermudah pemanfaatan tariff tersebut. Pemerintah telah menetapkan beban pajak yang harus dibayar UMKM sesuai dengan kepentingan wajib pajak dalam melindungi diri wajib pajak, selain itu pemerintah juga harus melihat besarnya penghasilan yang dihasilkan oleh wajib pajak (objektif) dan besarnya kebutuhan material yang harus dipenuhi oleh wajib pajak UMKM (subjektif) di tengah pandemic Covid19, karena usaha UMKM membutuhkan bantuan di tengah pandemi dan tidak mempunyai penghasilan untuk membayar pajak.

Pengujian hipotesis ketiga (H_3) terlihat nilai t hitung untuk variabel sanksi perpajakan sebesar 0,599 dengan nilai signifikansi sebesar 0,550 yang lebih besar dari $\alpha = 5\%$ ($0,550 > 0,05$). Dengan demikian hipotesis ketiga ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di bidang kuliner. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulma (2020) yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Pengujian ini sesuai dengan teori atribusi dimana kepatuhan wajib pajak dapat berhasil apabila prosedur-prosedur yang telah dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak harus jelas dan tidak memihak pada siapapun, terutama dalam hal pengenaan sanksi perpajakan kepada tiap wajib pajak UMKM yang melanggar ketentuan Undang-Undang Perpajakan. Sanksi tersebut tidak boleh dilonggarkan dan pemeriksaan pajak tetap harus dilakukan sehingga menimbulkan

niat dan norma serta perspektif dari wajib pajak seperti yang juga dijelaskan dalam teori Planned behavior (TPB) dan kepatuhan pajak itu terjadi.

Sanksi perpajakan yang tidak terlalu ketat di masa pandemi serta berbagai relaksasi yang diberikan pemerintah, menyebabkan hasil penelitian yang dilaksanakan di masa pandemi ini menunjukkan hasil bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Oleh karena itu pemerintah tetap harus menerapkan sanksi perpajakan dan melakukan pemeriksaan pajak sebagaimana mestinya dan tidak sepenuh-penuhnya melonggarkan atau merelaksasi sanksi tersebut bagi wajib pajak UMKM, walaupun di tengah pandemi Covid-19 sekalipun agar tercipta kepatuhan bagi wajib pajak UMKM itu sendiri di tengah pandemi.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan analisis dan pengujian data pada penelitian “Pengaruh Sosialisasi Insentif Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Bidang Kuliner”, maka dapat disimpulkan bahwa Sosialisasi Insentif Perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di bidang kuliner. Sosialisasi insentif ini telah dilakukan pemerintah secara masif secara elektronik sampai sekarang di tengah pandemi Covid 19 sehingga memunculkan pengetahuan dan kesadaran bagi wajib pajak UMKM untuk segera memanfaatkan insentif tersebut. Serta kesadaran akan kemudahan dan kepedulian yang diberikan pemerintah membuat wajib pajak UMKM tetap menjalankan kewajibannya walaupun di tengah pandemi sekalipun.

Tarif Pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di bidang kuliner. Karena program insentif PMK 9/2021 dengan tarif pajak yang ditanggung pemerintah (tarif 0%) membuat wajib pajak UMKM segera memanfaatkan tarif yang lebih murah dibandingkan tarif sebelumnya sebesar 0,5%. Sanksi Perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di bidang kuliner. Sanksi perpajakan yang tidak terlalu ketat di masa pandemi dan cenderung longgar serta berbagai relaksasi yang diberikan pemerintah menyebabkan hasil penelitian yang dilaksanakan di masa pandemi ini menunjukkan hasil bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, oleh karena itu pemerintah tetap harus menerapkan sanksi perpajakan dan melakukan pemeriksaan pajak sebagaimana mestinya dan tidak sepenuh-penuhnya melonggarkan atau merelaksasi sanksi.

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(2), 349–366.
- Cahyani, L. P. G., & Noviani, N. (2019). Pengaruh Tarif Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 1885.
- Dewi, A. A. (2020). *Pengaruh Insentif Pajak PPh Badan terhadap Kenaikan Dunia Usaha dan Investasi*. <https://www.pajakku.com>. Diakses tanggal 4 Maret

- 2021.
- Hasibuan, B. M. (2016). *Sekilas Tentang Insentif Pajak*. <https://business-law.binus.ac.id/>. Diakses tanggal 10 Maret 2021.
- Iman Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kurniati, D. (2020). *Duh, Omzet UMKM Turun 30% karena Pandemi Covid-19*. <https://news.ddtc.co.id>. Diakses tanggal 4 Maret 2021.
- Latuputty, R. B. (2020). *Manfaatkan Insentif, UMKM Harus Perhatikan Ini agar Terhindar Sanksi*. <https://www.pajak.go.id>. Diakses tanggal 5 Maret 2021.
- Lazuardini, E. R., Susyanti, H. J., & Priyono, A. A. (2018). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Tarif Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar di KPP Pratama Malang Selatan). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 77–97.
- Machmudah, N., & Putra, U. Y. (2020). *Pengaruh Tarif Pajak, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM Kuliner*. 1–15.
- Maula, C. F., M. Cholid Mawardi, & Hariri. (2020). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Dan Moral Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kabupaten Mojokerto. *E-Jurnal Riset Akuntansi (E-JRA)*, 9(2), 47–57.
- Megantara, K., Purnamawati, I. G. A., & Sinarwati, N. K. (2017). Pengaruh Penghasilan Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan Kemauan Membayar Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usahawan atas Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 46 tahun 2013. *E-Journal SI Ak*, 7(1), 1–10.
- Mudiarti, H.-, & Mulyani, U. R. (2020). Pengaruh Sosialisasi Dan Pemahaman Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86 Tahun 2020 Terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan Pada Masa Covid-19 (Pada Umkm Orang Pribadi Sektor Perdagangan Di Kudus). *Accounting Global Journal*, 4(2), 167–182.
- Mudrajad Kuncoro. (2011). *Metode Kuantitatif; Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi* (4th ed.). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Noviana, Rika, Afifudin, dan H. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, Penerapan PP No. 23 Tahun 2018, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E-Jra*, 08(09), 1–13.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Putri, N. J. P., & Iqbal, S. (2018). ANALISIS KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM TERKAIT PEMBERIAN INSENTIF PAJAK DALAM PP NOMOR 23 TAHUN 2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 23, 121.
- Redaksi Pajak Online. (2020). *Baru 19% Pelaku UMKM Manfaatkan Insentif*

Pajak, Ayo yang Belum! <https://www.pajakonline.com>. Diakses tanggal 6 Maret 2021.

- Septiani, E., Susyanti, J., & Rachmat, A. (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Tarif Perpajakan, Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Umkm Yang Terdaftar Sebagai Wajib Pajak Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 126–138.
- Suharyadi dan Purwanto S.K. (2016). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Edisi 3 Buku 2). Salemba Empat.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Andi.
- Zulma, G. W. M. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak , Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia*. 4(September), 288–294.