

BAB II

LANDASAN LITERATUR

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Teori Atribusi (*Atribution Theory*)

Teori Atribusi pertama kali dikemukakan oleh (Fritz Helder, 1958) dalam (Lita Novia Yulianti, 2022) yaitu bahwa setiap perilaku dapat ditinjau melalui 2 faktor antara lain faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan dorongan yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri, seperti sifat, sikap, karakter, kemampuan dan motivasi pribadi. Sedangkan faktor eksternal merupakan dorongan yang berasal dari luar kendali individu, seperti situasi, kondisi lingkungan, tekanan sosial, maupun kebijakan yang berlaku. Teori ini mengacu tentang bagaimana seseorang menjelaskan penyebab perilaku orang lain atau dirinya sendiri, yang akan ditentukan apakah berasal dari internal misalnya sifat, karakter, sikap, ataupun eksternal misalnya tekanan situasi atau keadaan tertentu yang memberikan pengaruh terhadap perilaku (Palupi & Arifin, 2023).

Teori Atribusi relevan dalam konteks perpajakan karena perilaku kepatuhan wajib pajak tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, melainkan merupakan hasil interaksi antara kondisi internal dan tekanan eksternal yang dialami wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak terkait erat dengan sikap wajib pajak dalam membuat penilaian tersebut sangat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal yang ada pada diri sendiri. Perilaku yang disebabkan secara internal adalah perilaku yang diyakini berada dibawah kendali pribadi individu itu sendiri, seperti ciri

kepribadian, kesadaran, dan kemampuan, sedangkan perilaku yang disebabkan secara eksternal adalah perilaku yang dipengaruhi dari luar, yang mana individu akan terpaksa berperilaku demikian karena situasi tertentu. Dengan demikian, faktor-faktor internal maupun eksternal tersebut pada akhirnya memengaruhi keputusan wajib pajak untuk patuh atau tidak patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (sa'diyah et al., 2021).

Dalam konteks penelitian ini, teori atribusi digunakan sebagai landasan untuk mengklasifikasikan variabel-variabel yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM ke dalam dua kategori. Pertama, pemahaman perpajakan dikategorikan sebagai faktor internal, karena pemahaman merupakan kemampuan kognitif yang tumbuh dari dalam diri wajib pajak itu sendiri. Berdasarkan teori atribusi, pemahaman perpajakan termasuk ke dalam dispositional attribution (penyebab internal) yang mengacu pada perilaku individu, seperti kepribadian, persepsi diri, kemampuan, dan motivasi (Palupi & Arifin, 2023). Pemahaman perpajakan mencerminkan sejauh mana wajib pajak memahami aturan, mekanisme pelaporan dan pembayaran pajak, serta pentingnya kewajiban perpajakan (Hazmi et al., 2020). Semakin tinggi pemahaman yang dimiliki wajib pajak, semakin besar pula dorongan dari dalam dirinya untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela. Sebaliknya, wajib pajak yang tidak memahami perpajakan dengan baik cenderung memiliki kesadaran yang lebih rendah, sehingga kepatuhannya dalam membayar pajak pun akan semakin menurun (sa'diyah et al, 2021).

Sosialisasi perpajakan dan tarif pajak dikategorikan sebagai faktor eksternal, karena keduanya merupakan kebijakan dan upaya yang bersumber dari luar diri

wajib pajak, yaitu dari Direktorat Jenderal Pajak selaku otoritas perpajakan. Berdasarkan teori atribusi, kualitas kebijakan dan sosialisasi yang dilakukan oleh aparat pajak termasuk sebagai penyebab eksternal karena dilakukan oleh pihak luar yang dapat memengaruhi persepsi wajib pajak dalam melakukan sikap maupun tindakan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan. Sosialisasi perpajakan merupakan bentuk intervensi eksternal yang bertujuan memberikan informasi, pengetahuan, dan pembinaan kepada wajib pajak sehingga mereka lebih termotivasi untuk mematuhi kewajiban perpajakannya (Daud Dahniyar, 2023). Sedangkan tarif pajak merupakan ketentuan yang ditetapkan pemerintah melalui peraturan perundang-undangan sehingga berada sepenuhnya di luar kendali wajib pajak (Dewi et al, 2020).

Dalam konteks kepatuhan ini, Teori Atribusi diterjemahkan sebagai landasan bagi Direktorat Jenderal Pajak untuk memahami dan mengarahkan faktor penyebab tindakan kepatuhan pelaku UMKM melalui kebijakan dan edukasi perpajakan. Faktor eksternal dikendalikan oleh otoritas perpajakan melalui kebijakan tarif pajak dan pelaksanaan sosialisasi perpajakan yang aktif. Sementara itu faktor internal diperkuat secara sistematis melalui program edukasi perpajakan yang terarah. Ketika wajib pajak UMKM memahami dasar hukum, kegunaan uang pajak, dan prosedur pelaporan secara mandiri, maka kesadaran untuk memenuhi kewajiban perpajakannya akan bergeser dari faktor eksternal menjadi dorongan internal.

2.1.2 Sosialisasi Pajak

Berdasarkan teori atribusi, sosialisasi pajak termasuk faktor eksternal karena berasal dari luar diri wajib pajak, yaitu dari pemerintah atau otoritas pajak. Kegiatan

sosialisasi perpajakan dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak, namun pelaksanaannya harus efisien dan memanfaatkan berbagai media yang lebih familiar bagi masyarakat (Juliantari et .al, 2021).

Sosialisasi pajak merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah, khususnya Direktorat Jenderal Pajak, untuk memberikan informasi, edukasi, dan pemahaman kepada wajib pajak mengenai ketentuan perpajakan yang berlaku. Sosialisasi pajak bertujuan agar wajib pajak mengetahui hak dan kewajibannya serta mampu melaksanakan kewajiban perpajakan dengan benar. Dalam konteks perpajakan, sosialisasi tidak hanya berupa penyampaian informasi, tetapi juga menjadi sarana pembinaan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak.

Bagi pelaku UMKM, sosialisasi pajak memiliki peran yang penting karena masih banyak wajib pajak yang belum memahami tata cara perpajakan secara menyeluruh. Melalui sosialisasi, wajib pajak dapat memperoleh penjelasan mengenai pendaftaran, perhitungan, pembayaran, hingga pelaporan pajak. Hidayat & Dewayanto (2024) menjelaskan bahwa sosialisasi perpajakan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perpajakan sehingga dapat mendorong kepatuhan wajib pajak.

Pelaksanaan sosialisasi perpajakan di Kota Semarang juga menunjukkan adanya upaya aktif dari otoritas pajak dalam meningkatkan pemahaman wajib pajak, khususnya pelaku UMKM. Kegiatan sosialisasi tersebut dilakukan melalui

berbagai bentuk, baik secara tatap muka maupun daring, sebagaimana dirangkum pada tabel berikut:

Tabel 2. 1 Data Pendukung Sosialisasi Pajak di Kota Semarang

No	Tahun	Kegiatan	Jumlah Peserta	Bentuk Sosialisasi
1.	2025	BDS KPP Pratama Semarang Candisari	35 Pelaku UMKM	Edukasi perpajakan UMKM
2.	2025	Edukasi perpajakan KPP Semarang Tengah & Dinas Koperasi	40 Koperasi Aktif	Edukasi kewajiban perpajakan
3.	2023	Kelas Pajak Virtual KPP Semarang Selatan	72 WP UMKM	Edukasi insentif pajak UMKM
4.	2023	BDS Karwil DJP Jawa Tengah I	60 Pelaku UMKM difabel	Pembinaan dan edukasi perpajakan
5.	2024	Edukasi perpajakan UMKM KPP Candisari	39 Pelaku Usaha	Edukasi kewajiban perpajakan UMKM

Sumber : Direktorat Jenderal Pajak (DJP) 2023–2025, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 2.1, dapat diketahui bahwa sosialisasi perpajakan di Kota Semarang telah dilaksanakan melalui berbagai bentuk kegiatan, seperti *Business Development Service* (BDS), edukasi kewajiban perpajakan, dan kelas pajak virtual. Sasaran kegiatan tersebut tidak hanya pelaku UMKM secara umum. Tetapi juga koperasi serta kelompok UMKM tertentu penyandang disabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan di Kota Semarang telah dilakukan secara aktif dan beragam sebagai upaya meningkatkan pemahaman dan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi pajak dapat dipahami sebagai proses penyampaian informasi dan edukasi perpajakan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan kepatuhan wajib pajak, khususnya pelaku UMKM.

Bentuk sosialisasi perpajakan yang paling efektif bagi pelaku UMKM saat ini adalah kombinasi antara edukasi digital serta pendampingan langsung secara tatap muka. Implikasinya yaitu KPP Pratama Candisari menerapkan edukasi perpajakannya menjadi lebih humanis dan aplikatif.

2.1.3 Tarif Pajak

Berdasarkan teori atribusi, tarif pajak termasuk faktor eksternal karena ditetapkan oleh pemerintah dan berada diluar kendali wajib pajak. Apabila tarif pajak dipersepsikan adil dan tidak memberatkan, maka wajib pajak cenderung lebih patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Tarif pajak merupakan presentase atau besaran tertentu yang digunakan sebagai dasar dalam menghitung jumlah pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak. Tarif pajak menjadi salah satu unsur penting dalam sistem perpajakan karena berhubungan langsung dengan besarnya beban pajak yang ditanggung wajib pajak. Oleh karena itu, penetapan tarif pajak harus memperhatikan asas keadilan, kemampuan wajib pajak, serta kondisi ekonomi masyarakat.

Bagi pelaku UMKM, tarif pajak menjadi hal yang penting karena dapat memengaruhi kemampuan usaha dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Tarif pajak yang dianggap terlalu tinggi dapat menimbulkan persepsi bahwa pajak merupakan beban, sedangkan tarif yang lebih ringan dan adil cenderung lebih mudah diterima oleh wajib pajak. (Zulma 2020) menjelaskan bahwa tarif pajak yang sesuai akan membantu wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya tanpa merasa terlalu terbebani. Tarif pajak dapat dipahami sebagai

ketentuan besaran pajak yang harus dikenakan kepada wajib pajak, yang dalam pelaksanaannya dapat memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM.

Dalam konteks perpajakan UMKM di Indonesia, kebijakan tarif PPh final sebesar 0,5% menjadi bentuk upaya pemerintah untuk memberikan kemudahan dan mendorong kepatuhan wajib pajak. Persepsi mengenai keadilan tarif memegang peranan krusial dalam membentuk kepatuhan sukarela wajib pajak UMKM. Ketika pelaku usaha merasa persentase tarif yang ditetapkan adil dan sesuai dengan kemampuan ekonomisnya, akan muncul dorongan moral internal untuk melapor secara jujur. Kebijakan tarif yang adil terbukti mampu menggeser perilaku wajib pajak yang semula patuh karena takut sanksi, menjadi sadar karena sukarela.

2.1.4 Pemahaman Pajak

Berdasarkan teori atribusi, pemahaman pajak termasuk faktor internal karena berasal dari dalam diri wajib pajak, yaitu berupa pengetahuan dan kemampuan individu dalam memahami perpajakan. Wajib pajak yang memiliki pemahaman yang baik cenderung lebih sadar dan lebih patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Hal ini didukung oleh penelitian Dahniyar Daud (2023) yang menunjukkan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pemahaman pajak merupakan kemampuan wajib pajak untuk mengetahui, mengerti, dan menerapkan ketentuan perpajakan yang berlaku. Pemahaman pajak sangat penting dalam sistem Self Assessment System, karena wajib pajak diberi kepercayaan untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri pajaknya. Oleh

sebab itu, semakin baik pemahaman wajib pajak terhadap perpajakan, maka semakin besar kemungkinan wajib pajak dapat menjalankan kewajibannya dengan benar.

Bagi pelaku UMKM, pemahaman pajak sering menjadi tantangan karena tidak semua pelaku usaha memiliki latar belakang administrasi atau perpajakan. Kurangnya pemahaman dapat menyebabkan kesalahan dalam perhitungan, pembayaran, maupun pelaporan pajak. Mudiarti & Mulyani (2022) menjelaskan bahwa pemahaman pajak berkaitan dengan kemampuan wajib pajak dalam memahami aturan, prosedur, serta fungsi pajak dalam kehidupan bernegara.

Pemahaman pajak dapat diartikan ketika wajib pajak memahami bahwa pajak adalah sumber penerimaan negara, mengetahui informasi dari sosialisasi pajak yang diadakan pemerintah, memahami cara kerja sistem lapor pajak secara mandiri *Self Assessment System*, mengetahui apa saja hak dan kewajiban mereka, serta memahami semua fungsi dari pajak itu sendiri (Hazmi et al, 2020).

Peningkatan pemahaman perpajakan merupakan instrumen utama dalam membangun kepatuhan jangka panjang yang berkelanjutan. Pelaku UMKM tidak hanya paham mengenai nominal tarif, tetapi juga paham cara menghitung, melapor, serta fungsi uang pajak bagi pembangunan, pemenuhan kewajiban yang tidak lagi dianggap menjadi beban. Edukasi yang konsisten untuk memperdalam pemahaman ini akan membentuk kesadaran internal yang kokoh, sehingga wajib pajak tetap patuh secara konsisten dalam jangka panjang meskipun terjadi perubahan regulasi di masa depan.

2.1.5 Kepatuhan Pajak

Berdasarkan teori atribusi, kepatuhan pajak dipengaruhi oleh faktor internal, seperti pemahaman perpajakan, serta faktor eksternal seperti sosialisasi pajak dan tarif pajak. Dengan demikian, kepatuhan wajib pajak tidak muncul dengan sendirinya, melainkan terbentuk dari kombinasi pengetahuan, persepsi, dan kebijakan yang berlaku.

Kepatuhan pajak merupakan kondisi ketika wajib pajak melaksanakan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kepatuhan pajak menjadi salah satu unsur penting dalam sistem perpajakan karena berhubungan langsung dengan penerimaan negara. Wajib pajak yang patuh tidak hanya membayar pajak, tetapi juga menghitung, menyector, dan melaporkan pajaknya secara benar dan tepat waktu.

Kepatuhan pajak pada dasarnya dapat dilihat dari dua sisi, yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal berkaitan dengan kewajiban administratif, seperti pelaporan SPT tepat waktu, sedangkan kepatuhan material berkaitan dengan kebenaran isi dan perhitungan pajak yang dilaporkan. Dalam penelitian ini, kepatuhan pajak difokuskan pada perilaku wajib pajak UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakan secara benar dan sesuai aturan.

Meskipun demikian, masalah umum yang sering muncul adalah masih banyak masyarakat yang gagal memenuhi kewajiban perpajakannya, berakibat pada rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak terdaftar dalam melaksanakan kewajiban perpajakan di Indonesia (Hantono & Sianturi, 2022).

Bagi pelaku UMKM, kepatuhan pajak masih menjadi tantangan karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik dari dalam maupun luar diri wajib pajak. Dalam penelitian ini, kepatuhan pajak digunakan sebagai variabel dependen, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh sosialisasi pajak, tarif pajak, dan pemahaman pajak. Semakin baik sosialisasi yang diterima, semakin sesuai tarif pajak yang berlaku, dan semakin tinggi pemahaman wajib pajak, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan serangkaian penelitian yang sudah dituntaskan oleh peneliti sebelumnya dan memiliki hubungan variabel, tema, atau isu yang sudah diteliti. Penelitian terdahulu berperan sebagai landasan empiris untuk memahami perkembangan penelitian pada bidang terkait, mengevaluasi kesesuaian maupun perbedaan temuan penelitian, serta mengidentifikasi kekurangan penelitian (research gap) yang dapat dijadikan dasar dalam merumuskan arah dan kontribusi penelitian yang sedang dilakukan.

Tabel 2. 2 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Purba et al., 2023)	Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Pajak Dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kota Medan	-Variabel Dependen : Kepatuhan Pajak -Variabel Independen : Pengetahuan Perpajakan (H1) Sosialisasi Perpajakan (H2)	Pengetahuan Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Tarif Pajak juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Medan. Namun, Sosialisasi Pajak tidak memiliki pengaruh

No	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			Tarif Pajak (H3)	terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.
2.	(Wangi et al., 2023)	Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi, Tarif, Sosialisasi dan Kualitas Pelayanan Pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor pada Kantor Samsat Kabupaten Badung	-Variabel Dependen : Kepatuhan Pajak -Variabel Independen : Pengetahuan Pajak (H1) Sanksi Perpajakan (H2) Tarif Pajak (H3) Sosialisasi Perpajakan (H4) Kualitas Pelayanan Pajak (H5)	Sosialisasi ini tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Tarif pajak tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap tingkat kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar PKB di Kantor SAMSAT Badung. Pengetahuan Perpajakan yang dimiliki Wajib Pajak justru terbukti berpengaruh positif dikarenakan pengetahuan ini dianggap sebagai upaya mendewasakan pemikiran Wajib Pajak mengenai kewajiban mereka.
3.	(Sugiyani et al., 2022)	Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Pajak, Kewajiban Moral Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung	-Variabel Dependen : Kepatuhan Pajak -Variabel Independen : Sosialisasi Pajak (H1) Pengetahuan Pajak (H2) Kualitas Pelayanan (H3) Sanksi Pajak (H4) Kewajiban Moral (H5)	Seluruh variabel yang diteliti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
4.	(Dahniyar Daud 2023)	Dampak Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak dan	-Variabel Dependen : Kepatuhan Pajak	Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif karena wajib pajak dapat

No	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	-Variabel Independen : Sosialisasi Perpajakan (H1) Tarif Pajak (H2) Pemahaman Perpajakan (H3)	memahami secara universal peran fundamental pajak bagi pembangunan negara. Tarif pajak berpengaruh positif mengingat tarif merupakan presentase penentu besaran pajak terutang, sehingga wajib pajak dapat memenuhi kewajibannya tanpa terbebani. Dan pemahaman perpajakan secara langsung akan meningkatkan tingkat kepatuhan mereka dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, sehingga berpengaruh positif dalam kepatuhan pajak.
5.	(Hidayat & Dewayanto 2024)	PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK, PEMAHAMAN PERPAJAKAN, DAN TARIF PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PELAKU E-COMMERCE	-Variabel Dependen : Kepatuhan Pajak -Variabel Independen : Sosialisasi Perpajakan (H1) Kesadaran Perpajakan (H2) Pemahaman Perpajakan (H3) Tarif Pajak (H4)	Sosialisasi pajak berpengaruh positif dan berkontribusi pada tingkat kepatuhan perpajakan UMKM. Tarif pajak positif, namun pengaruhnya tidak signifikan terhadap tingkat kepatuhan perpajakan UMKM. Demikian pula, pemahaman pajak memiliki pengaruh positif tetapi tidak bermakna secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, yang utamanya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan pajak di kalangan pelaku UMKM <i>e-commerce</i> .

Sumber : Berbagai penelitian terdahulu (diolah), 2026

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, terdapat beberapa *research gap* yang menjadi dasar pelaksanaan penelitian ini. Meskipun penelitian mengenai kepatuhan wajib pajak telah banyak dilakukan, hasil yang diperoleh dari berbagai studi tersebut belum menunjukkan keseragaman. Hal inilah yang kemudian menjadi salah satu alasan mengapa penelitian ini perlu untuk dilakukan.

Pada variabel sosialisasi perpajakan, hasil yang diperoleh dari berbagai penelitian sebelumnya masih saling bertentangan. Sugiyani et al. (2022), Dahniyar Daud (2023), serta Hidayat & Dewayanto (2024) sama-sama menemukan bahwa sosialisasi perpajakan terbukti berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, Purba et al., (2023) dan Wangi et al., (2023) justru mendapatkan hasil yang berbeda, di mana sosialisasi perpajakan tidak terbukti berpengaruh secara signifikan. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa efektivitas sosialisasi perpajakan dalam mendorong kepatuhan wajib pajak tampaknya sangat bergantung pada kondisi dan karakteristik responden yang diteliti, sehingga masih perlu diuji kembali pada kelompok wajib pajak yang berbeda.

Hal serupa juga terjadi pada variabel tarif pajak. Purba et al., (2023) dan Dahniyar Daud (2023) menyimpulkan bahwa tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan Wangi et al., (2023) tidak menemukan adanya pengaruh yang berarti. Sementara itu, Hidayat & Dewayanto (2024) menemukan pengaruh positif namun nilainya tidak cukup signifikan secara statistik. Kondisi ini memperlihatkan bahwa temuan terkait tarif pajak masih belum

stabil dan kemungkinan besar dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang responden maupun kebijakan pajak yang berlaku di masing-masing daerah penelitian.

Begitu pula dengan variabel pemahaman perpajakan yang hasilnya juga belum seragam. Dahniyar Daud (2023) menemukan pengaruh yang positif dan signifikan, namun Hidayat & Dewayanto (2024) hanya menemukan pengaruh positif yang tidak signifikan. Menurut Hidayat & Dewayanto (2024), hal tersebut terjadi karena tingkat pengetahuan pajak di kalangan pelaku UMKM e-commerce yang menjadi respondennya masih tergolong rendah. Ini mengisyaratkan bahwa pengaruh pemahaman perpajakan bisa jadi sangat berbeda hasilnya apabila diuji pada segmen pelaku UMKM yang berbeda pula.

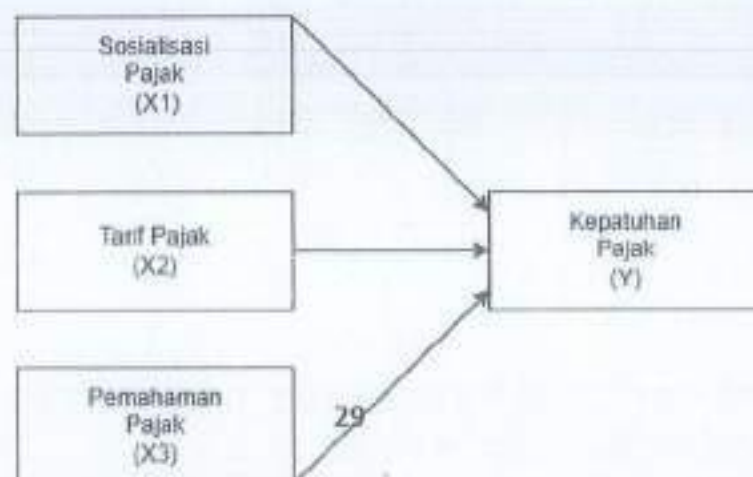
Selain perbedaan hasil temuan tersebut, mayoritas penelitian terdahulu juga dilakukan pada objek yang berbeda dengan penelitian ini. Wangi et al., (2023) dan Sugiyani et al., (2022) meneliti wajib pajak kendaraan bermotor, Hidayat & Dewayanto (2024) berfokus pada pelaku UMKM e-commerce, serta Purba et al., (2023) mengambil lokasi penelitian di Kota Medan. Penelitian yang secara khusus mengkaji wajib pajak pelaku UMKM di wilayah KPP Pratama Candisari Kota Semarang masih sangat jarang ditemukan, sehingga tidak dapat begitu saja diasumsikan bahwa temuan dari penelitian-penelitian tersebut akan berlaku sama di wilayah ini. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali pengaruh sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Candisari Kota Semarang.

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran atau kerangka berpikir merupakan dasar pemikiran dari sebuah penelitian yang merupakan gabungan data, pengamatan, dan studi literatur. Oleh karena itu, kerangka pemikiran mencakup teori, argumen, dan pengertian yang akan menjadi landasan dalam penelitian. Dalam kerangka pemikiran, variabel yang diteliti dijelaskan secara rinci dan berkaitan dengan isu yang dibahas, sehingga bisa digunakan sebagai acuan untuk menjawab masalah yang ada dalam penelitian (Syahputri et al., 2023).

Dalam kerangka pemikiran penelitian ini terdapat 4 variabel yang terdiri 3 variabel independen yaitu sosialisasi, tarif, dan pemahaman perpajakan. Dan satu dependen yaitu kepatuhan pajak. Berikut gambar kerangka pemikiran merupakan bagian dalam penelitian yang menjelaskan hubungan variabel untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan disusun dalam bentuk bagan.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.4. Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan teori atribusi yang dikemukakan oleh Heider (1958), sosialisasi perpajakan dikategorikan sebagai faktor eksternal yang berasal dari luar diri wajib pajak. Sebagai faktor eksternal, sosialisasi yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak berperan dalam membentuk persepsi dan perilaku wajib pajak dari luar. Ketika informasi perpajakan disampaikan secara efektif melalui berbagai media sosial, wajib pajak akan lebih memahami hak dan kewajibannya sehingga terdorong untuk bersikap patuh. Hal ini sejalan dengan teori atribusi yang menyatakan bahwa faktor eksternal seperti situasi dan kondisi lingkungan dapat memengaruhi keputusan individu dalam berperilaku, termasuk dalam memenuhi kewajiban perpajakan (sa'diyah et.al 2021).

Kegiatan sosialisasi perpajakan merupakan salah satu cara Dirjen Pajak untuk memberi pengetahuan kepada masyarakat tentang peraturan pajak ataupun segala seluk-behuk tentang perpajakan (Yanti et al., 2022). Melalui sosialisasi perpajakan yang menyeluruh, pengetahuan calon wajib pajak tentang keberagaman aspek perpajakan dapat meningkat. Tanpa adanya komunikasi yang baik kepada wajib pajak, mereka akan menghadapi tantangan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan mereka (Sugiyani et al., 2022).

Dengan sosialisasi ini juga masyarakat atau Wajib Pajak menjadi paham tentang manfaat membayar pajak serta sanksi jika tidak membayar pajak, yang pada akhirnya hal tersebut akan membuat Wajib Pajak menjadi patuh

dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Dengan sosialisasi ini juga masyarakat atau wajib pajak menjadi paham tentang manfaat membayar pajak serta sanksi jika tidak membayar pajak, yang pada akhirnya hal tersebut akan membuat wajib pajak menjadi patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya (Suci et al. 2023).

H1= Sosialisasi Pajak Berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

2.4.2 Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Tarif Pajak merupakan landasan pengenaan pajak terhadap objek pajak yang harus dipenuhi oleh wajib pajak. Umumnya, tarif pajak dinyatakan dalam bentuk presentase yang telah ditetapkan oleh pemerintah (Dewi et al., 2020). Tarif pajak yang tinggi menimbulkan persepsi beban yang mengurangi penghasilan. Akibatnya, wajib pajak termotivasi untuk mengecilkan kewajiban pajak mereka, yang dapat berujung pada penggelapan pajak (Auliana & Muttaqin, 2023)

Untuk mendorong kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Indonesia, Pemerintah mencrapkan strategi berupa kebijakan intensif, salah satunya adalah dengan mengurangi tarif PPh Final dari 1% menjadi 0,5% (Zulma, 2020). Dalam kerangka teori atribusi, tarif pajak termasuk ke dalam faktor eksternal yang sepenuhnya berada di luar kendali wajib pajak karena ditetapkan melalui kebijakan pemerintah. Sebagai faktor eksternal, besaran tarif pajak akan memengaruhi cara wajib pajak menilai kewajiban perpajakannya. Tarif yang dirasakan terlalu memberatkan berpotensi mendorong wajib pajak untuk mencari celah guna memperkecil pajaknya, bahkan hingga mengarah pada ketidakpatuhan.

Sebaliknya, tarif yang dianggap adil dan tidak memberatkan akan membentuk persepsi positif yang mendorong wajib pajak untuk secara sukarela memenuhi kewajibannya (Arifin, 2023). Dengan demikian, kebijakan penurunan tarif PPh Final menjadi 0,5% diharapkan mampu memperkuat dorongan eksternal bagi pelaku UMKM untuk lebih patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan mereka.

H2 = Tarif Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

2.4.3 Pengaruh Pemahaman Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pemahaman Perpajakan merupakan salah satu faktor penting bagi pemerintah untuk mendorong kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (Fatmawati & Adi, 2022). Pemahaman pajak yang mendalam adalah kunci bagi wajib pajak untuk menghindari pelanggaran dan mengoptimalkan manfaat pajak. Pemahaman ini meningkatkan efisiensi dalam memenuhi kewajiban dan memudahkan pemanfaatan insentif pajak yang ada (Sinuhaji et al., 2024).

Berdasarkan teori atribusi, pemahaman perpajakan dikategorikan sebagai faktor internal karena merupakan kemampuan kognitif yang tumbuh dari dalam diri wajib pajak itu sendiri. Pemahaman yang dimaksud mencakup sejauh mana wajib pajak mengerti aturan, prosedur, serta hak dan kewajibannya dalam sistem perpajakan. Semakin tinggi pemahaman yang dimiliki, semakin besar dorongan yang muncul dari dalam diri wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya secara sukarela tanpa perlu paksaan dari pihak luar. Sebaliknya, rendahnya pemahaman perpajakan akan menyebabkan wajib pajak kesulitan dalam menjalankan kewajiban

perpajakannya, yang pada akhirnya berujung pada ketidakpatuhan (Arifin, 2023). Hal ini sejalan dengan teori atribusi yang menegaskan bahwa perilaku kepatuhan seseorang sangat ditentukan oleh faktor internal yang ada pada dirinya (Hidayat & Dewayanto 2024).

H3 = Pemahaman Pajak Berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak