

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia menjadi salah satu negara berkembang, yang mana sampai saat ini Indonesia masih menyelenggarakan berbagai pembangunan di beragam sektor. Seluruh pengeluaran dan pembangunan negara di biayai oleh APBN yang mana sumber utamanya berasal dari pajak. Pajak merupakan suatu pembayaran wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan usaha yang bersifat memaksa dengan tidak mendapat imbalan secara langsung (UU KUP). Di Indonesia, sekitar 70 persen penerimaan negara bersumber dari pajak itu sendiri karena pajak ialah salah satu sumber pendapatan besar negara, sehingga dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan jantungnya negara. Pajak menjadi aspek penting untuk sebuah negara, karena untuk melaksanakan rencana dan menjalankan pembangunan pemerintah membutuhkan dana yang besar, maka dari itu pajak memiliki peran besar dan diandalkan untuk kepentingan pembangunan dan membiayai pengeluaran pemerintah (Rusli & Nainggolan, 2021). Selain itu, pajak memiliki peran sebagai penggerak perekonomian dan fungsi sebagai alat retribusi pendapatan dan untuk mencapai pembangunan nasional perlu adanya kerja sama antara pemerintah dan masyarakat.

Pajak menjadi bagian yang penting dari penerimaan negara yang mana peningkatan tingkat kepatuhan pajak menjadi satu kebutuhan yang penting, salah satunya dengan meningkatkan kepatuhan perpajakan pada sektor Usaha Mikro

Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM adalah salah satu sektor yang berpotensi mendukung peningkatan penerimaan negara. Meski peran penerimaan pajak dari masing-masing pelaku UMKM relatif tidak besar, namun jumlah UMKM yang terus bertambah dan meningkat diperkirakan mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penerimaan pajak negara (Arifa & Panggabean, 2025).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagaimana telah mengalami penyesuaian melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023, UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh orang perseorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Menurut Rifani, J. (2022) kehadiran UMKM memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pemerataan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat. UMKM memiliki karakteristik yang relatif fleksibel, mudah beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, serta mampu menjangkau berbagai sektor ekonomi, seperti perdagangan, jasa, manufaktur, pertanian, hingga sektor kuliner. Fleksibilitas tersebut menjadikan UMKM sebagai salah satu penggerak utama perekonomian Indonesia, terutama dalam menghadapi dinamika ekonomi dan perkembangan teknologi digital (Purba, 2025).

Salah satu sektor UMKM yang mengalami perkembangan pesat di Indonesia adalah sektor kuliner. Sektor ini memiliki peran penting dalam

memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat sekaligus memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan pelaku usaha, dan pengembangan ekonomi kreatif (Suryani, 2022). Pertumbuhan sektor kuliner didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat, meningkatnya permintaan terhadap produk makanan dan minuman, serta pemanfaatan teknologi digital yang memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan produk melalui media sosial maupun platform perdagangan elektronik (e-commerce). Digitalisasi tersebut turut memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM kuliner di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif (Nursita & Anam, 2024).

Meskipun jumlah UMKM di Kota Semarang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, peningkatan tersebut belum tentu diikuti oleh meningkatnya kepatuhan pelaku UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Direktorat Jenderal Pajak menyatakan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya pemahaman mengenai ketentuan perpajakan, kurangnya kesadaran untuk melaksanakan kewajiban perpajakan, serta masih terbatasnya pemanfaatan media informasi perpajakan sebagai sarana edukasi kepada wajib pajak (Direktorat Jenderal Pajak, 2024).

Selain itu, penelitian Yulianti dan Meiranto (2023) menunjukkan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, sedangkan penelitian Pratama dan Sari (2024) menemukan bahwa sanksi perpajakan yang diterapkan secara konsisten mampu meningkatkan

kepatuhan wajib pajak. Namun demikian, hasil penelitian mengenai pengaruh media massa terhadap kepatuhan wajib pajak masih menunjukkan hasil yang beragam sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut, khususnya pada pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Semarang yang terus mengalami perkembangan:

Tabel 1. 1 Jumlah dan Jenis UMKM Kota Semarang Tahun 2022-2024

Jenis Usaha	Tahun		
	2022	2023	2024
Bidang Kuliner	3.031	3.291	3.506
Bidang Fashion	335	360	360
Bidang Lainnya	26.245	27.889	26.373
Jumlah	29.611	31.540	30.239

Sumber: Dinas Koperasi & UMKM Kota Semarang, 2025

Berdasarkan Tabel 1.1, sektor kuliner menjadi salah satu sektor UMKM yang mendominasi di Kota Semarang. Besarnya jumlah pelaku usaha pada sektor tersebut seharusnya menjadi potensi dalam mendukung penerimaan pajak negara. Akan tetapi, kepatuhan perpajakan pelaku UMKM masih menjadi tantangan karena masih terdapat wajib pajak yang belum memahami ketentuan perpajakan, kurang memperhatikan sanksi perpajakan, dan belum memperoleh informasi perpajakan secara memadai melalui media massa. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa

terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM sektor kuliner di Kota Semarang (Putri & Setiawan, 2023).

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Pajak (DJP), meskipun target rasio kepatuhan formal wajib pajak pada tahun 2024 berhasil terlampaui, tingkat kepatuhan tersebut masih menunjukkan penurunan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Rasio kepatuhan formal wajib pajak pada tahun 2022 tercatat sebesar 86,80%, meningkat menjadi 86,97% pada tahun 2023, namun menurun menjadi 85,75% pada tahun 2024. Penurunan sebesar 1,22 poin persentase dari tahun 2023 ke tahun 2024 menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak masih menjadi tantangan dalam sistem perpajakan di Indonesia. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa masih terdapat berbagai faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya, seperti tingkat pemahaman perpajakan, efektivitas penerapan sanksi perpajakan, serta penyampaian informasi perpajakan melalui media massa

Selain itu, usaha bidang kuliner relatif mudah karena memerlukan modal yang tidak terlalu besar untuk dijalankan sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk menjalani usaha di bidang tersebut. Karakteristik dari usaha bidang kuliner yang melibatkan kegiatan transaksi secara langsung dengan konsumen dan perputaran penjualan yang cukup tinggi menjadikan sektor ini memiliki kemampuan dalam mendukung penerimaan pajak negara (Wardani & Sari, 2025). Akan tetapi, tingginya jumlah pelaku UMKM sektor kuliner belum sepenuhnya disertai dengan tingkat kepatuhan perpajakan yang optimal. Masih terdapat beberapa pelaku usaha yang belum memahami kewajiban perpajakan

secara tepat, serta belum terdorong secara maksimal oleh faktor eksternal seperti penerapan sanksi perpajakan dan penyampaian informasi perpajakan lewat media massa (Tomy & Rozi, 2025).

Faktor ini terjadi dikarenakan minimnya sosialisasi dan edukasi perpajakan yang diperoleh oleh pelaku UMKM sektor kuliner, keterbatasan pengetahuan serta keahlian dalam bidang keuangan menyebabkan para pelaku usaha kuliner terkendala untuk mengkalkulasikan perhitungan biaya pajak yang harus dibayarkan dan dilaporkan dengan benar dan tepat (Simanjuntak, 2023). Karena skala usaha yang kecil, para pelaku usaha kuliner sering menghadapi keterbatasan modal dan arus kas yang membuat mereka harus sangat cermat dan teliti dalam mengelola keuangan, sehingga setiap pengeluaran yang dikeluarkan harus dipertimbangkan dengan teliti dengan tujuan untuk memastikan keberlanjutan usaha, terutama di tengah persaingan pasar yang ketat dan ketidakpastian ekonomi. Efeknya banyak pelaku usaha kuliner lebih memilih untuk menghindari dan menunda pembayaran pajak, bahkan para pelaku usaha tersebut ada yang tidak mendaftarkan dirinya sebagai wajib pajak (Zaki, Sugiarti, & Siddiq, 2022).

Faktor penting lainnya selain dari kendala keuangan adalah persepsi negatif terhadap pajak yang memengaruhi rendahnya kepatuhan pajak, yang seringkali dipandang sebagai kewajiban yang tidak memberikan manfaat langsung bagi usaha mereka. Karena sebagian besar pelaku usaha kuliner merasakan manfaat pajak yang dipungut pemerintah seringkali tidak terlihat dan dirasakan secara nyata dalam kehidupan mereka sehari-hari. Hal ini diperkuat

berdasarkan penelitian Siahaan dan Halimatusyadiah (2021) bahwa persepsi negatif terhadap pajak secara signifikan menurunkan kepatuhan wajib pajak para pelaku usaha kuliner, yang merasa bahwa pajak hanya membebani mereka tanpa adanya manfaat nyata yang dirasakan, seperti infrastruktur yang kurang memadai, layanan publik yang minim serta kebijakan pemerintah yang tidak berpihak terhadap pengembangan usaha mereka, memperkuat anggapan mereka bahwa pajak hanyalah beban tambahan. Adapun faktor eksternal yang memengaruhi kepatuhan pajak UMKM ialah sosialisasi perpajakan yang kurang efektif.

Dalam penelitian Astuti dan Rahman (2024) menyatakan bahwa hubungan antara pelaku UMKM dan kantor pajak serta efektivitas sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak, dengan tidak efektifnya sosialisasi menyebabkan dari mereka yang tidak patuh dan bahkan tidak terdaftar sebagai wajib pajak. Adanya kompleksitas sistem administrasi perpajakan dengan sistem yang rumit menjadi kendala terutama bagi pelaku UMKM yang terbatas dalam pemahaman teknologi, menyebabkan para pelaku kesulitan dalam menghitung, membayar, dan melaporkan pajak (Nur, Frestyani, & Alfiqui, 2025). Kepatuhan wajib pajak juga dipengaruhi oleh pemahaman wajib pajak akan kewajibannya dalam bidang perpajakan.

Menurut Racmawati dan Haryati (2022) pemahaman wajib pajak tentang perpajakan ialah proses yang terjadi ketika wajib pajak memiliki *knowledge* yang berkaitan dengan seluruh perpajakan di Indonesia. Tingkat pemahaman yang berbeda-beda dapat memengaruhi penilaian wajib pajak terutama bagi

pelaku UMKM untuk berperilaku patuh dalam melakukan kewajiban perpajakan. Tingkat pemahaman yang tinggi akan menimbulkan tingkat kepatuhan yang tinggi juga bagi pelaku UMKM terhadap kewajiban perpajakan. Rendahnya pemahaman perpajakan bagi pelaku UMKM, mengakibatkan ketidakpatuhan wajib pajak yang tinggi. Untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM perlu adanya sanksi perpajakan yang mampu menekan dan memberikan efek takut kepada wajib pajak UMKM jika hendak melanggar atau tidak menjalankan kewajibannya.

Sanksi pajak timbul akibat adanya pelanggaran perpajakan, dengan dua tujuan adanya sanksi pajak yaitu tujuan untuk mendidik dan tujuan untuk menghukum. Tujuan dengan mendidik artinya supaya wajib pajak yang dikenakan sanksi akan menjadi lebih baik dan lebih mengetahui hak dan kewajibannya. Dan tujuan dengan menghukum artinya supaya wajib pajak yang terhukum menjadi jera dan tidak mengulangi kesalahan yang sama. Sanksi perpajakan harus jelas dan tidak boleh memberikan toleransi kepada wajib pajak yang melanggar peraturan perpajakan dengan alasan apapun, tidak ada kompromi, memiliki kekuatan untuk memberikan efek jera, adalah beberapa indikator yang harus ada dalam sebuah sanksi perpajakan sehingga bisa memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Menurut Mardiasmo (2020) berpendapat bahwa sanksi perpajakan berfungsi sebagai mekanisme yang bertujuan untuk menumbuhkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan perpajakan (Sambodo & Shinta, 2021).

Di zaman modern ini, hampir semua orang memiliki alat komunikasi berupa handphone (gadget) yang bertujuan untuk komunikasi, namun demikian dengan adanya berbagai jenis fitur yang ada di handphone tersebut memudahkan orang untuk mengakses informasi dan melakukan kegiatan interaksi sosial melalui berbagai jenis fitur media sosial yang ada dan berkembang saat ini. Media massa di setiap peristiwa membangun konstruksi atas peristiwa tersebut yang kemudian dijadikan sebagai sebuah sajian berita, saat konstruksi peristiwa menjadi berita inilah yang selanjutnya membentuk pemberitaan masing-masing media berbeda, karena tergantung dari tingkat kesadaran media terhadap etika jurnalistik. Dalam era digital saat ini, media massa memiliki fungsi utama sebagai penyebar informasi, pembentuk opini publik dan pengontrol sosial, termasuk pelaku UMKM terhadap kebijakan dan regulasi pemerintah.

Media massa menjadi sumber informasi utama yang diandalkan masyarakat dalam memahami berbagai isu ekonomi, sosial, dan hukum, baik di tingkat nasional maupun internasional. Namun, tidak jarang media memberikan informasi yang kurang akurat atau objektif yang dapat memengaruhi cara UMKM menafsirkan kebijakan yang berlaku, baik karena kesalahan teknis maupun adanya kepentingan tertentu. Framing dalam pemberitaan media massa seringkali menonjolkan aspek tertentu yang bisa membentuk opini publik secara selektif.

Di sisi lain, media sosial memberikan ruang yang lebih terbuka bagi masyarakat untuk memproduksi dan menyebarkan informasi secara mandiri yang turut memperkuat dinamika opini publik. Perkembangan media digital

memberikan peluang bagi pemerintah untuk meningkatkan efektivitas sosialisasi perpajakan kepada masyarakat, termasuk kepada pelaku UMKM (Wardani & Sari, 2025). Informasi mengenai tarif pajak, tata cara pelaporan, batas waktu pembayaran, hingga perubahan kebijakan perpajakan dapat diakses dengan lebih mudah melalui berbagai platform media massa. Apabila informasi yang diterima bersifat akurat, mudah dipahami, dan disampaikan secara konsisten, maka pelaku UMKM akan memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai kewajiban perpajakannya sehingga dapat mendorong meningkatnya kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, media massa menjadi salah satu faktor yang layak diteliti dalam menjelaskan tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM (Purba & Siregar, 2025).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada lokasi penelitian, objek penelitian, variabel yang digunakan, serta tahun pelaksanaan penelitian. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Cynthia dan Trisnawati (2024) yang berjudul “Pengaruh Kesadaran, Sosialisasi, dan Sanksi Perpajakan terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM” dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Namun, dalam penelitian ini, peneliti mengganti dan menambah variabel media massa sebagai faktor yang turut memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM, serta menambahkan lokasi penelitian di kota Semarang untuk mendapatkan perseptif yang lebih kontekstual dan relevan dengan kondisi lokal.

Mengingat masih banyak pelaku UMKM di Semarang yang belum memahami secara menyeluruh kewajiban perpajakan, serta kurangnya kesadaran

akan pentingnya membayar pajak sebagai bagian dari tanggung jawab usaha, maka diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman tersebut. Selain itu, pemahaman pajak, ketegasan sanksi perpajakan dan peran media massa sebagai sumber informasi dan edukasi turut berpengaruh terhadap perilaku kepatuhan wajib pajak UMKM. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Sanksi Perpajakan, dan Media Massa terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Sektor Kuliner di Kota Semarang.”

1.2 Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang yang telah diuraikan di atas, diperoleh rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang?
2. Apakah sanksi perpajakan berpengaruh terhadap perilaku kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang?
3. Apakah peran media massa berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang?
4. Apakah pemahaman perpajakan, sanksi perpajakan dan media massa secara simultan memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang.
2. Menguji efektivitas sanksi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang.
3. Menguji kontribusi media massa dalam membentuk persepsi dan perilaku kepatuhan wajib pajak di kalangan UMKM Sektor Kuliner di Semarang.
4. Menguji pengaruh simultan antara pemahaman pajak, sanksi perpajakan dan peran media massa terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perpajakan dan kepatuhan wajib pajak, serta memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat realistik yang penting untuk pemangku kepentingan, meliputi pemerintah, pelaku UMKM Sektor Kuliner, dan institusi keuangan. Berikut manfaat dari masing-masing pemangku kepentingan :

1. Bagi Pemerintah dan Direktorat Jenderal Pajak :

Sebagai rekomendasi kebijakan bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dan pemerintah daerah Semarang untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan pajak UMKM dan bahan evaluasi dalam merumuskan kebijakan perpajakan yang lebih efektif. Selain itu, temuan tentang peran sanksi perpajakan yang kurang efektif dapat mendorong revisi regulasi sanksi agar lebih tegas dan transparan sehingga meningkatkan penerimaan pajak hingga 20 persen dan mendukung target pembangunan infrastruktur di Semarang. Adapun temuan tentang media massa dapat digunakan untuk kolaborasi dengan media dalam framing positif tentang pajak, mengurangi persepsi negatif dan meningkatkan partisipasi UMKM Sektor Kuliner dalam system perpajakan nasional.

2. Bagi pelaku UMKM Sektor Kuliner:

Memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak, sehingga mereka dapat meningkatkan praktik usaha yang lebih patuh. Dengan memahami pentingnya pemahaman perpajakan, UMKM Sektor Kuliner dapat untuk mengikuti pelatihan atau menggunakan e-filing untuk menghindari kesalahan administrasi yang berujung pada sanksi. Temuan tentang sanksi perpajakan yang efektif dapat membuat UMKM Sektor Kuliner lebih sadar akan resiko denda, mendorong mereka untuk melaporkan pajak tepat waktu dan menghindari kerugian finansial. Selain itu, peran media massa dapat membantu UMKM Sektor Kuliner memilih sumber informasi yang objektif,

mengurangi persepsi negatif terhadap pajak, dan meningkatkan kepercayaan pada kebijakan pemerintah, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha mereka di tengah persaingan pasar.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya :

Menjadi referensi dan dasar bagi penelitian lanjutan yang ingin mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi kepatuhan pajak UMKM Sektor Kuliner di wilayah atau konteks yang berbeda.

Manfaat praktis penelitian ini merangkum perbaikan kebijakan perpajakan, peningkatan literasi keuangan UMKM Sektor Kuliner, serta pengembangan ekonomi UMKM Sektor Kuliner di Kota Semarang. Adapun peran media massa, penelitian ini dapat mendorong kolaborasi antara DJP dan media untuk framing positif tentang pajak, mengurangi persepsi negatif yang sering muncul dari pemberitaan yang kurang objektif sehingga kebijakan perpajakan menjadi lebih diterima oleh masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab yang saling terkait. Secara garis besar, sistematika penulisan penelitian ini terbagi menjadi:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai dasar acuan penelitian, ringkasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, skema kerangka pemikiran untuk penelitian dan hipotesis yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi terkait variabel yang digunakan dalam penelitian dan penjelasan terkait operasional seluruh variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengambilan data, serta metode analisis.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab ini menguraikan deskripsi objek penelitian, analisis kuantitatif, interpretasi hasil dan opini terhadap hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir dari penelitian yang memuat kesimpulan, keterbatasan, dan saran dalam penelitian.