



**PENGARUH PERSEPSI PENGETAHUAN PERPAJAKAN,  
SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN  
KUALITAS PELAYANAN PAJAK TERHADAP  
KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM  
(Studi Pada UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
Pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh  
**Afrida Sakti Ngarviyanto**  
**NIM 7101413005**

**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2017**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 1 Juni 2017

Pembimbing



Drs. Asrori, MS  
NIP. 196005051986011001



# UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 7 Juli 2017

Penguji I




Dra. Margunani, M.P.  
NIP. 195703181986012001

Penguji II



Lyna Latifah, S.Pd., S.E., M.Si.  
NIP. 197909232008122001

Penguji III



Drs. Asrori, MS  
NIP. 196005051986011001

UNNES  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afrida Sakti Ngarviyanto  
NIM : 7101413005  
Tempat Tanggal Lahir : Wonosobo, 17 Maret 1995  
Alamat : Betengsari, Kertek RT 06 RW 01, Wonosobo

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 1 Juni 2017

  
Afrida Sakti Ngarviyanto  
NIM. 7101413005

UNNLS  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

- Wahai orang-orang yang beriman! Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan sholat. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar (Al-Baqarah: 153).
- Dan Kami pasti akan menguji kamu dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan. Dan sampaikanlah kabar gembira kepada orang-orang yang sabar (Al-Baqarah: 155).

### Persembahan

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT, atas segala karunia-Nya skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Bapak, Ibu, dan Nenek yang telah berjuang dalam memberikan pendidikan terbaik dalam hidupku sebagai bekal meniti kehidupan ini.
2. Pemerintah Republik Indonesia yang telah memberikan Beasiswa Bidikmisi
3. Keluarga besarku yang berjuang bahu membahu membantu kuliahku
4. Keluarga Bapak Mujiyo yang menjadi motivasi hidupku
5. Teman-Temanku di Sukari Kos yang selalu menemani lemburan Skripsiku
6. Oggi Susanti Wulandari yang selalu bersamaku disaat suka maupun duka.

## PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi pada UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah)”.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Pendidikan Ekonomi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Faturrokhman, M. Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Wahyono, M.M. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas negeri Semarang.
3. Dr. Ade Rustiana, M.Si. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
4. Drs. Asrori, MS. Dosen pembimbing skripsi
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak guna peningkatan kualitas belajar sehingga penulisan di masa yang akan datang dapat lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Semarang, 1 Juni 2017

Penulis

## SARI

**Afrida Sakti Ngarviyanto. 2017.** “Pengaruh Persepsi Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah)”. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.  
Pembimbing I: Drs. Asrori, MS. Pembimbing II: Drs. Kusmuriyanto, M.Si.

**Kata Kunci : kepatuhan Wajib Pajak UMKM, persepsi pengetahuan perpajakan, kualitas pelayanan pajak, sosialisasi perpajakan.**

Kepatuhan pajak merupakan suatu keadaan Wajib Pajak dalam memenuhi semua kewajiban perpajakannya secara sukarela. Kontribusi UMKM pada PDB mencapai 60% dari total keseluruhan, namun hal tersebut tidak tercermin dari kontribusi pajak UMKM yang hanya mencapai 5% dari total penerimaan pajak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah sebanyak 115.751 UMKM. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *cluster sampling*. Sampel diperoleh sebanyak 100 UMKM. Data dalam penelitian ini merupakan data primer dengan menggunakan angket yang telah uji validitas dan reliabilitasnya. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif antara persepsi pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM baik secara simultan maupun secara parsial. Pengaruh secara simultan sebesar 32,5% variasi kepatuhan Wajib Pajak UMKM dapat dijelaskan oleh model regresi, sedangkan 64,8% dijelaskan oleh faktor lain. Secara parsial persepsi pengetahuan perpajakan berpengaruh sebesar 9,98%, sosialisasi perpajakan berpengaruh sebesar 12,9%, dan kualitas pelayanan pajak berpengaruh sebesar 16,2%.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan pajak berpengaruh baik secara simultan maupun parsial. Saran dari penelitian ini hendaknya Direktorat Jendral Pajak dapat meningkatkan pengetahuan perpajakan Wajib Pajak UMKM secara menyeluruh, meliputi pendaftaran pajak sampai pelaporan pajak, kemudian sosialisasi perpajakan perlu ditingkatkan frekuensi dan luas tempat sosialisasi sehingga dapat menjangkau lebih banyak Wajib Pajak UMKM, serta hendaknya petugas pajak menerapkan pelayanan prima untuk meningkatkan kualitas pelayanan pajak.

## ABSTRACT

**Ngarviyanto, Afrida Sakti.** 2017. Effect of Tax Knowledge Perception, Tax Socialization, Tax Service Quality on Tax Compliance (Study of MSMEs in Cental Java). Final Project. Department of Economic Education. Faculty of Economics. Universitas Negeri Semarang. Supervisor: Drs. Asrori, MS. Co Supervisor: Drs. Kusmuriyanto, M.Si.

**Keywords: Tax Compliance of MSMEs, Tax Knowledge Perception, Tax Service Quality, Tax Socialization**

Tax compliance is a condition of taxpayer in fulfilling his obligation of taxation voluntarily. MSMEs contributes 60% of GDP, however the contribution of MSMEs on tax only reaches to 5% of total tax revenue. Therefore, this study aims to identify the effect of tax knowledge, tax socialization, and tax service quality on tax compliance of MSMEs.

The population in this research is MSMEs in Central Java about 115.751 MSMEs. The sampling method of this research used cluster sampling. There are 100 MSMEs as research samples. In addition, the data in this study is primary data obtained by using questionnaire that has been examined of its validity and reliability. Moreover, data is analyzed by multiple linear regression analysis.

The results show that there is a positive effect of tax knowledge perception, tax socialization and tax service quality on tax compliance of MSMEs, either simultaneously or partially. There is simultaneous effect of 32.5% variation in tax compliance of MSMEs that can be explained by regression model, whereas the 64.8% is explained by other factors. Partially, tax knowledge perception affects to 9,98%, tax socialization has impact of 12,9%, and tax service quality has effect of 16,2%.

Based on the results, it can be concluded that tax knowledge perception, tax socialization and tax service quality simultaneously and partially affect tax compliance. Therefore, it is suggested that Directorate General of Tax needs to improve tax knowledge of MSMEs thoroughly, including tax registration to tax reporting. Socialization of tax is also essential to be increased both the frequency and area to reach more taxpayers of MSMEs. Furthermore, tax officers should give prima services to improve tax service quality.



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA.....	vi
SARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Cakupan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Orisinalitas Penelitian.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Teori Pembelajaran Sosial ( <i>Social Learning Theory</i> ).....	13
2.2 Teori Atribusi ( <i>Attribution Theory</i> ).....	16

2.3 Kepatuhan Perpajakan .....	18
2.3.1 Pengertian Kepatuhan Wajib Pajak .....	18
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak .....	21
2.3.3 Indikator Kepatuhan Wajib Pajak UMKM .....	22
2.4 Persepsi Pengetahuan Perpajakan .....	23
2.4.1 Pengertian Persepsi Pengetahuan Perpajakan .....	23
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan .....	25
2.4.3 Indikator Persepsi Pengetahuan Perpajakan .....	26
2.5 Sosialisasi Perpajakan .....	27
2.5.1 Pengertian Sosialisasi Perpajakan .....	27
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sosialisasi Perpajakan .....	29
2.5.2 Indikator Sosialisasi Perpajakan .....	31
2.6 Kualitas Pelayanan Pajak .....	32
2.6.1 Pengertian Kualitas Pelayanan Pajak .....	32
2.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pajak .....	34
2.6.3 Indikator Kualitas Pelayanan Pajak .....	35
2.7 Penelitian Terdahulu .....	35
2.8 Kerangka Berfikir .....	39
2.9 Hipotesis Penelitian .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis dan Desain Penelitian .....	44
3.2 Populasi dan Sampel .....	44
3.2.1 Populasi .....	44
3.2.2 Sampel .....	44
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	46

3.3.1 Kepatuhan Wajib pajak UMKM (KWP) .....	46
3.3.2 Persepsi Pengetahuan Perpajakan (PP).....	46
3.3.3 Sosialisasi Perpajakan (SP).....	47
3.3.4 Kualitas Pelayanan Pajak (KPP).....	48
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	49
3.4.1 Metode Angket.....	49
3.5 Instrumen Penelitian .....	50
3.6 Validitas dan Reliabilitas .....	54
3.6.1 Validitas .....	54
3.6.2 Reliabilitas .....	57
3.7 Metode Analisis Data .....	57
3.7.1 Statistik Deskriptif .....	57
3.7.2 Analisis Regresi Berganda.....	63
3.7.2.1 Uji Prasarat.....	63
3.7.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.7.2.3. Pengujian Hipotesis .....	66
3.7.2.3.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	67
3.7.2.3.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t).....	67
3.7.2.3.3 Uji Signifikansi Koefisien Determinasi Simultan ( $R^2$ )..	68
3.7.2.3.4 Uji Signifikansi Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ ) .....	69

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian.....	70
4.1.1 Karakteristik Wajib Pajak UMKM .....	70
4.2 Analisis Data.....	71
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	71

4.2.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	71
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	85
4.2.2.1 Uji Prasarat .....	86
4.2.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	89
4.2.2.3 Pengujian Hipotesis .....	91
4.2.2.3.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	91
4.2.2.3.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t) .....	92
4.2.2.3.3 Uji Signifikansi Koefisien Determinasi Simultan ( $R^2$ )	93
4.2.2.3.4 Uji Signifikansi Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ ) .....	94
4.2.2.3.5 Ringkasan Hasil Hipotesis .....	96
4.3 Pembahasan .....	98
4.3.1 Pengaruh Persepsi Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Pajak, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	98
4.3.2 Pengaruh Persepsi Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .....	100
4.3.3 Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	103
4.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .....	106
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Simpulan .....	109
5.2 Saran .....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	111
<b>LAMPIRAN</b> .....	116

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kontribusi UMKM dan UB terhadap PDB Tahun 2009-2013 .....	2
Tabel 1.2. Rasio Kepatuhan Penyampaian SPT PPh oleh Wajib Pajak Badan dan Orang Pribadi Tahun 2011-2015.....	3
Tabel 1.2. Perkembangan UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012-2016 .....	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 3.1. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	51
Tabel 3.2. Hasil Perhitungan Validitas Uji Coba Variabel Pengetahuan Perpajakan.....	54
Tabel 3.3. Hasil Perhitungan Validitas Uji Coba Variabel Kualitas Pelayanan Pajak.....	55
Tabel 3.4. Hasil Perhitungan Validitas Uji Coba Variabel Sosialisasi Perpajakan.....	56
Tabel 3.5. Hasil Perhitungan Validitas Uji Coba Variabel Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.....	56
Tabel 3.6. Hasil Perhitungan Reliabilitas Uji Coba Angket.....	57
Tabel 3.7. Jenjang Kriteria Variabel Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.....	60
Tabel 3.8. Jenjang Kriteria Variabel Pengetahuan Perpajakan .....	61
Tabel 3.9. Jenjang Kriteria Sosialisasi Perpajakan.....	62
Tabel 3.10. Jenjang Kriteria Variabel Kualitas Pelayanan Pajak.....	62
Tabel 4.1. Hasil Identifikasi Responden .....	70
Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Variabel Kepatuhan Pajak UMKM .....	72
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Relatif Indikator Kewajiban Kepemilikan NPWP .....	73

Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Indikator Membayar Pajak Sesuai dengan yang Seharusnya .....	74
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Indikator Tepat Waktu dalam Membayar dan Melaporkan Pajak .....	74
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Indikator Tidak Mempunyai Tunggakan Pajak .....	75
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Relatif Variabel Pengetahuan Perpajakan .....	76
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Relatif Indikator Prosedur Pendaftaran Pajak .....	76
Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Indikator Prosedur Perhitungan Pajak .....	77
Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi Relatif Indikator Prosedur Pembayaran Pajak .....	78
Tabel 4.11. Distribusi Frekuensi Relatif Indikator Prosedur Pelaporan Pajak .....	78
Tabel 4.12. Distribusi Frekuensi Relatif Variabel Sosialisasi Perpajakan .....	79
Tabel 4.13. Distribusi Frekuensi Relatif Indikator Media Sosialisasi .....	80
Tabel 4.14. Distribusi Frekuensi Frekuensi Indikator Materi Sosialisasi .....	80
Tabel 4.15. Distribusi Frekuensi Indikator Kegiatan Sosialisasi .....	81
Tabel 4.16. Distribusi Frekuensi Relatif Variabel Kualitas Pelayanan Pajak .....	82
Tabel 4.17. Distribusi Frekuensi Relatif Indikator Bukti Langsung .....	82
Tabel 4.18. Distribusi Frekuensi Relatif Indikator Keadalan .....	83
Tabel 4.19. Distribusi Frekuensi Indikator Daya Tanggap .....	84
Tabel 4.20. Distribusi Frekuensi Indikator Jaminan .....	84
Tabel 4.21. Distribusi Frekuensi Relatif Indikator Empati .....	85
Tabel 4.22. Hasil Uji Statistik <i>Non-Parametrik Kolmogorov-Smirnov</i> .....	86
Tabel 4.23. Hasil Uji Linearitas Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM .....	87

Tabel 4.24. Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.....	88
Tabel 4.25. Hasil Uji Linearitas Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.....	88
Tabel 4.26. Hasil Uji Statistik Multikolinieritas.....	89
Tabel 4.27. Hasil Uji <i>Glejser</i> .....	90
Tabel 4.28. Hasil Uji Signifikansi Simultan (F-test).....	91
Tabel. 4.29. Hasil Uji t (t-test).....	92
Tabel 4.30. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	94
Tabel 4.31. Hasil Uji Signifikansi Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ ).....	95
Tabel 4.32. Ringkasan Hasil Hipotesis .....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Kerangka Berpikir..... 42



**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket Penelitian.....	118
Lampiran 2. Data Responden dan Tabulasi.....	123
Lampiran 3. Output Validitas Instrumen.....	140
Lampiran 4. Output Reliabilitas Instrumen.....	144
Lampiran 5. Output Analisis Regresi.....	145
Lampiran 6. Surat Izin Penelitian.....	146



**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kepatuhan Wajib Pajak merupakan pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan negara yang diharapkan didalam pemenuhannya dilakukan secara sukarela. Kepatuhan Wajib Pajak menjadi aspek penting mengingat sistem perpajakan Indonesia menganut sistem *self assessment* dimana dalam prosesnya mutlak memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar dan melapor kewajibannya (Tiraada, 2013).

Direktorat Jendral Pajak (DJP) sebagai lembaga pemerintahan yang bertugas mengelola perpajakan di Indonesia terus melakukan usaha untuk meningkatkan jumlah penerimaan pajak. Salah satu strategi yang dilakukan dengan melakukan intensifikasi dan ekstensifikasi pajak. Intensifikasi pajak adalah kegiatan optimalisasi penggalian penerimaan pajak terhadap obyek pajak serta subyek pajak yang telah tercatat atau terdaftar dalam administrasi DJP berupa pemberian himbauan, bimbingan konsultasi, pengawasan terhadap Wajib Pajak, penagihan pajak. Kemudian ekstensifikasi adalah kegiatan yang berkaitan dengan perluasan obyek-obyek pajak dan penambahan Wajib Pajak (Hardianingsih, 2011). Salah satu target ekstensifikasi pajak adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis (Bank Indonesia, 2015). Kontribusi UMKM dalam pembangunan ekonomi di Indonesia sangat signifikan, menurut data Dinas Koperasi dan UKM kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) disajikan dalam Tabel 1.1.

**Tabel 1.1. Kontribusi UMKM dan UB terhadap PDB Tahun 2009-2013**

Tahun	UMKM	Persentase (%)	Usaha Besar	Persentase (%)
2009	2.969.346,2	56,18	2.315.944,2	43,82
2010	3.411.574,7	56,22	2.657.188,1	43,78
2011	4.321.830,0	58,05	3.123.514,6	41,95
2012	4.869.568,1	59,08	3.372.296,1	40,92
2013	5.440.007,9	60,34	3.574.943,3	39,66

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM, 2017

Kontribusi UMKM pada PDB dapat dilihat dari Tabel 1.1, perekonomian Indonesia didominasi oleh sektor UMKM yang memiliki kontribusi besar dalam PDB sekitar 60% tiap tahunnya. Namun keadaan tersebut tidak tercermin dari kontribusi

perpajakan yang dihasilkan UMKM yaitu sebesar 5% dari total penerimaan pajak (Tambunan, 2013).

Peraturan yang mengatur pajak UMKM adalah Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 tentang pajak penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu, dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa Wajib Pajak yang mempunyai penghasilan dari usaha, akan dikenai pajak sebesar 1% dari peredaran bruto. Usaha yang dimaksud meliputi usaha dagang, industri, dan jasa seperti toko/kios/los kelontong, elektronik, bengkel, warung/rumah makan, salon, dan usaha lainnya. Namun pemberlakuan PP No. 46 Tahun 2013 belum sesuai dengan harapan DJP. Sebagian besar Wajib Pajak UMKM belum mengetahui tentang peraturan perpajakan tersebut, hal ini tercermin dari rasio kepatuhan pajak nasional yang dapat dilihat pada Tabel 1.2.

**Tabel 1.2. Rasio Kepatuhan Penyampaian SPT PPh oleh Wajib Pajak Badan dan Orang Pribadi Tahun 2011-2015**

Uraian	2011	2012	2013	2014	2015
WP Terdaftar	18.640.757	22.030.583	24.324.763	27.379.256	30.044.103
WP Badan	1.760.108	1.898.547	2.116.547	2.322.686	2.472.632
WP Orang Pribadi	16.880.649	20.132.036	22.231.741	25.127.977	27.571.471
Rasio Kepatuhan WP Badan	27,11%	48,43%	47,85%	47,40%	58,00%
Rasio Kepatuhan WP Orang Pribadi	48,12%	52,55%	56,78%	59,91%	60,63%
<b>Rata-rata Rasio Kepatuhan</b>	<b>46,23%</b>	<b>52,31%</b>	<b>56,21%</b>	<b>59,21%</b>	<b>60,42%</b>

Sumber: Direktorat Jendral Pajak 2015

Rasio kepatuhan pelaporan pajak dapat dilihat dari Tabel 1.2, penyampaian SPT oleh Wajib Pajak Orang Pribadi dan Badan tiap tahunnya mengalami peningkatan, namun dari segi rasio kepatuhan pajak belum masih rendah karena berada dikisaran 60%. Hal ini didukung oleh pernyataan Menteri Keuangan Sri Mulyani yang mengatakan bahwa kepatuhan masyarakat untuk membayar pajak masih rendah, dari 32,2 juta Wajib Pajak yang terdiri dari perorangan dan badan, hanya kisaran 20 juta yang menyampaikan SPT. Sementara yang patuh membayar pajak hanya 12,5 juta Wajib Pajak, dengan kondisi tersebut tidak mungkin negara Indonesia akan maju (Utami, 2016).

Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mempunyai perkembangan UMKM yang sangat pesat. Pembinaan UMKM dilakukan di bawah Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas serta kuantitas UMKM Binaan adalah dengan cara mengadakan sosialisasi materi tentang UMKM, pelatihan peningkatan kualitas produk UMKM, dan strategi pemasaran produk UMKM untuk dapat terus berkembang menjadi UMKM yang lebih besar. Menurut data dari Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah pertumbuhan UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah dari periode 2012-2016 dapat dilihat pada Tabel 1.3.

**Tabel 1.3. Perkembangan UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012-2016**

Tahun	Jumlah (Unit)	Omzet (Rp. Milyar)
2012	80.583	18.972
2013	90.339	20.345
2014	99.681	24.587
2015	108.937	29.113
2016	115.751	43.570

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah, 2017 (diolah)

Tabel 1.3 dapat dilihat perkembangan UMKM binaan di provinsi Jawa Tengah mengalami peningkatan yang sangat pesat, dari tahun ke tahun jumlah unit UMKM selalu mengalami peningkatan disamping itu omzet yang dihasilkan UMKM juga mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2012-2016. Kondisi tersebut selayaknya tercermin juga dari kepatuhan UMKM dalam membayarkan pajaknya, namun fakta tersebut tidak sesuai dengan data dari Kanwil Direktorat Jendral Pajak I Jawa Tengah pada Tabel 1.4.

**Tabel 1.4. Jumlah Wajib Pajak yang Terdaftar di Jawa Tengah**

Tahun	WP UMKM	WP Badan dan OP	Rasio Kepatuhan Pajak UMKM
2013	17.193	284.265	6,05%
2014	39.931	239.564	16,67%
2015	62.219	326.287	19,07%
2016	78.223	255.020	30,67%
2017	87.957	413.989	-

Sumber: Kanwil DJP I Jawa Tengah, 2017

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa penerimaan pajak penghasilan masih didominasi oleh Wajib Pajak Badan dan Orang Pribadi, kemudian dilihat dari jumlah Wajib Pajak UMKM yang terdaftar di Kanwil DJP I Jawa Tengah masih sangat sedikit

dibandingkan dengan data UMKM Binaan yang dimiliki Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah. Dilihat dari rasio kepatuhan pajak UMKM di Jawa Tengah masih tergolong sangat rendah jauh dibawah kepatuhan pajak nasional yaitu masih berkisar antara 30% sedangkan kepatuhan pajak nasional mencapai 60%.

Salah satu upaya Direktorat Jendral Pajak dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak UMKM adalah dengan menggandeng UMKM Center Jawa Tengah dalam rangka sosialisasi dan konsultasi di bidang perpajakan. UMKM Center Jawa Tengah adalah salah satu fasilitas yang disediakan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah untuk membina dan meningkatkan kapasitas dari UMKM yang berada di wilayah Jawa Tengah. Salah satu bidangnya adalah pembinaan perpajakan bagi UMKM. Pembinaan perpajakan bagi UMKM dilakukan secara berkala dan berkesinambungan guna meningkatkan pengetahuan Wajib Pajak UMKM akan pentingnya pajak bagi pembangunan Indonesia. Pembinaan perpajakan di UMKM Center meliputi tata cara pendaftaran pajak, pembayaran pajak dan pelaporan pajak melalui sosialisasi pajak secara berkala dan berkelanjutan, serta pendampingan perpajakan bagi UMKM yang mengalami kesulitan perpajakan.

Kajian penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak perlu terus dilakukan. Menurut Kusumawati (2006) (dalam Mustofa, 2011) beberapa faktor yang mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak antara lain: 1) faktor pendidikan, 2) faktor penghasilan, 3) faktor pelayanan aparatur pajak, 4) faktor penegakan hukum, dan 5) faktor sosialisasi. Penelitian Susmiatun dan

Kusmuriyanto (2014) tentang kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan secara parsial berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang sedangkan ketegasan sanksi dan keadilan perpajakan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang. Penelitian Andreas dan Savitri (2015) meneliti tentang pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Bentuk sosialisasi perpajakan dapat berupa penyuluhan oleh petugas pajak, pemasangan iklan di media massa, serta penggunaan layanan *online* seperti website Dirjen Pajak. Penelitian Murti dkk. (2014) meneliti tentang pengaruh pelayanan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak sudah banyak dilakukan dan saat ini semakin berkembang. Berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepatuhan Wajib Pajak sangatlah penting dalam mendukung program pemerintah meningkatkan penerimaan pajak negara. Namun dalam penelitian-penelitian terdahulu terdapat banyak perbedaan hasil penelitian sehingga menimbulkan adanya *research gap*.

Penelitian yang dilakukan Mukhlis dkk. (2015) menemukan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepatuhan



Wajib Pajak UMKM kerajinan tangan di Provinsi Jawa Timur. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan dalam penelitian Gautama & Suryono (2014) menyatakan bahwa pemahaman dan pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak studi kasus pada KPP Pratama Surabaya. Penelitian selanjutnya Sudrajat dan Ompusunggu (2015) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi di Jakarta Selatan. Namun berbeda dengan penelitian Wirenungan (2013), dalam penelitiannya yang dilakukan pada KPP Manado dan KPP Bitung menemukan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Kemudian penelitian yang dilakukan Siat dan Toly (2013) menemukan bahwa pelayanan pajak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak studi kasus pada pemilik toko di daerah Mulyosari Surabaya. Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian Tiraada (2013) menyatakan bahwa pelayanan pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan Wajib pajak di Kabupaten Minahasa.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian tentang kepatuhan Wajib Pajak UMKM karena rasio kepatuhan Wajib Pajak masih rendah dan adanya perbedaan penelitian terdahulu. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan Wajib pajak UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Kualitas

Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Pada UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah).”

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengusaha UMKM belum menyadari manfaat membayar pajak
2. Tingkat kepatuhan perpajakan UMKM di Jawa Tengah masih rendah
3. Peraturan perpajakan tentang UMKM belum banyak diketahui oleh pengusaha UMKM
4. Sosialisasi perpajakan untuk UMKM belum banyak dilakukan
5. Pelayanan perpajakan bagi UMKM masih sangat sedikit
6. Adanya perbedaan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

## 1.3 Cakupan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka perlu adanya penelitian mengenai pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah yang mengikuti pembinaan di UMKM Center Jawa Tengah pada bulan Maret – April 2017.

#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh persepsi pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan pajak secara simultan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM?
2. Bagaimanakah pengaruh persepsi pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan Wajib pajak UMKM?
3. Bagaimanakah pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib pajak UMKM?
4. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan Wajib pajak UMKM?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan maka dapat dijabarkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh persepsi pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan pajak secara simultan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh persepsi pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan Wajib pajak UMKM.

3. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib pajak UMKM.
4. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan Wajib pajak UMKM.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan evaluasi dan kontribusi dari perkembangan teori akuntansi perpajakan serta saling melengkapi dengan penelitian sebelumnya maupun yang akan dilakukan oleh para peneliti sesudahnya dalam mengkaji kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Sebagai sarana berlatih dalam mengembangkan kemampuan pada bidang penelitian dan sarana evaluasi dibidang akademik untuk pengembangan dan peningkatan mutu pendidikan serta penerapan teori yang telah diperoleh selama kuliah dan untuk menambah pengetahuan penulis mengenai pajak UMKM.

b. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan dan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh pemerintah dalam hal ini Direktorat Jendral Pajak dalam membuat kebijakan yang berhubungan dengan pajak UMKM.

c. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan untuk menambah pengetahuan bagi masyarakat khususnya Wajib Pajak yang memiliki UMKM agar mempunyai kesadaran untuk berkontribusi memajukan Indonesia lewat pajak yang dibayarkan.

### **1.7 Orisinalitas Penelitian**

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Susmiatun dan Kusmuriyanto (2014) tentang kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan secara parsial berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang sedangkan ketegasan sanksi dan keadilan perpajakan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang. Orisinalitas dalam penelitian ini dengan mengganti variabel ketegasan sanksi perpajakan dan keadilan perpajakan dengan variabel sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan pajak, kemudian penelitian ini menggunakan teori pembelajaran sosial dan teori atribusi dalam menjelaskan setiap variabel penelitian. Selain itu objek penelitian dalam penelitian ini menggunakan Wajib Pajak UMKM Binaan yang mengikuti pembinaan di UMKM Center Jawa Tengah.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*)**

Teori pembelajaran sosial dikemukakan oleh Albert Bandura (1971), teori ini disebut juga teori pembelajaran melalui peniruan (Bandura, 1971). Teori pembelajaran sosial (dalam Laila, 2015) didasarkan pada tiga asumsi yaitu:

1. Individu melakukan pembelajaran dengan meniru apa yang ada di lingkungannya, terutama perilaku-perilaku orang lain. Perilaku orang lain yang ditiru disebut sebagai perilaku model atau perilaku contoh. Apabila peniruan itu memperoleh penguatan, maka perilaku yang ditiru itu akan menjadi perilaku dirinya pembelajaran menurut proses kognitif individu dan kecakapan dalam membuat keputusan.
2. Terdapat hubungan yang erat antara individu dengan lingkungannya. Pembelajaran terjadi dalam keterkaitan antara tiga pihak yaitu lingkungan, perilaku dan faktor-faktor pribadi.
3. Hasil pembelajaran adalah berupa kode perilaku visual dan verbal yang diwujudkan dalam perilaku sehari-hari.

Atas dasar asumsi tersebut, maka teori pembelajaran sosial juga disebut teori sosial kognitif karena proses kognitif dalam diri individu memegang peranan dalam

pembelajaran, sedangkan pembelajaran terjadi karena adanya pengaruh lingkungan sosial. Individu akan mengamati perilaku di lingkungannya sebagai model, kemudian ditirunya sehingga menjadi perilaku miliknya. Perilaku individu terbentuk melalui peniruan terhadap perilaku di lingkungan, pembelajaran merupakan suatu proses bagaimana membuat peniruan yang sebaik-baiknya sehingga bersesuaian dengan keadaan dirinya dan tujuannya.

Proses pembelajaran menurut teori pembelajaran sosial, terjadi dalam tiga komponen (unsur) yaitu perilaku model, pengaruh perilaku model, dan proses internal pelajar. Jadi individu melakukan pembelajaran dengan proses mengenal perilaku model (perilaku yang akan ditiru), kemudian mempertimbangkan dan memutuskan untuk meniru sehingga menjadi perilakunya sendiri. Perilaku model ialah berbagai perilaku yang dikenal di lingkungannya. Apabila bersesuaian dengan keadaan dirinya (minat, pengalaman, cita-cita, tujuan dan sebagainya) maka perilaku itu akan ditiru.

Setiap proses belajar dalam hal ini belajar sosial terjadi dalam urutan tahapan peristiwa. Tahap-tahap ini berawal dari adanya peristiwa stimulus atau sajian perilaku model dan berakhir dengan penampilan atau kinerja (*performance*) tertentu sebagai hasil atau perolehan belajar seorang siswa. Tahap-tahap dalam proses belajar tersebut (dalam Laila, 2015) adalah sebagai berikut:

1. Tahap perhatian (*attentional phase*)

Pada tahap pertama ini para siswa atau para peserta didik pada umumnya memusatkan perhatian (sebab para siswa atau peserta didik tidak bisa mengimitasi sebuah model tanpa memberikan perhatian yang cukup kepada model tersebut) pada obyek materi atau perilaku model yang lebih menarik terutama karena keunikannya dibanding dengan materi atau perilaku lain yang sebelumnya telah mereka ketahui, untuk menarik perhatian para peserta didik, guru dapat mengekspresikan suara dengan intonasi khas ketika menyajikan pokok materi atau bergaya dengan mimik tersendiri ketika menyajikan contoh perilaku tertentu.

2. Tahap penyimpanan dalam ingatan (*retention phase*)

Pada tahap kedua ini, informasi berupa materi dan contoh perilaku model itu ditangkap, diproses dan disimpan dalam memori. Para peserta didik lazimnya akan lebih baik dalam menangkap dan menyimpan segala informasi yang disampaikan atau perilaku yang dicontohkan apabila disertai penyebutan atau penulisan nama, istilah, dan label yang jelas serta contoh perbuatan yang akurat.

3. Tahap reproduksi (*reproduction phase*)

Tahap ketiga ini, segala bayangan atau citra mental (*imagery*) atau kode-kode simbolis yang berisi informasi pengetahuan dan perilaku yang telah tersimpan dalam memori peserta didik itu diproduksi kembali. Untuk mengidentifikasi tingkat penguasaan para peserta didik, guru dapat menyuruh mereka membuat atau



melakukan lagi apa-apa yang telah mereka serap misalnya dengan menggunakan sarana post-test.

#### 4. Tahap motivasi (*motivation phase*)

Tahap terakhir dalam proses terjadinya peristiwa atau perilaku belajar adalah tahap penerimaan dorongan yang dapat berfungsi sebagai reinforcement (penguatan) bersemayamnya segala informasi dalam memori para peserta didik. Pada tahap ini, guru dianjurkan untuk memberi pujian, hadiah, atau nilai tertentu kepada para peserta didik yang berkinerja memuaskan. Sementara itu, kepada mereka yang belum menunjukkan kinerja yang memuaskan perlu diyakinkan akan arti penting penguasaan materi atau perilaku yang disajikan model (guru) bagi kehidupan mereka. Seiring dengan upaya ini, ada baiknya ditunjukkan pula bukti-bukti kerugian orang yang tidak menguasai materi atau perilaku tersebut.

### 2.2 Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Teori atribusi dikembangkan oleh Fritz Heider (1958) mempelajari proses bagaimana seseorang menginterpretasikan suatu peristiwa, alasan, atau sebab perilakunya, teori ini berargumentasi bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh kombinasi antara kekuatan internal (*internal forces*) yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, seperti kemampuan atau usaha, dan kekuatan eksternal (*external forces*) yaitu faktor yang berasal dari luar, seperti kesulitan dalam pekerjaan atau keberuntungan (Lubis, 2010). Berdasarkan hal tersebut seseorang akan termotivasi

untuk memahami lingkungannya dan sebab-sebab kejadian tertentu. Dalam riset keperilakuan, teori ini diterapkan dengan menggunakan variabel tempat pengendalian (*local of control*), variabel tersebut terdiri atas dua komponen yaitu tempat pengendalian internal (*internal locus of control*) dan tempat pengendalian eksternal (*eksternal locus of control*) (Lubis, 2010). Tempat pengendalian internal adalah perasaan yang dialami oleh seseorang bahwa dia mampu mempengaruhi kinerja serta perilakunya secara personal melalui kemampuan, keahlian, dan usahanya. Sementara, tempat pengendalian eksternal adalah perasaan yang dialami seseorang bahwa perilakunya dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar kendalinya (Lubis, 2010). Faktor-faktor yang menentukan apakah penyebab perilaku secara internal atau eksternal menurut teori atribusi dalam (Lubis, 2010) adalah:

1. Perbedaan (*distinctiveness*)

Perbedaan mengacu pada apakah seorang individu bertindak sama dalam berbagai keadaan. Apakah mahasiswa yang selalu *underperforming* (misalnya terlambat masuk kelas, masa bodoh dengan pertemuan tim, tidak segera menjawab *e-mail*) atau apakah perilaku mahasiswa dalam suatu situasi tidak seperti apa yang dia perlihatkan pada situasi lain? Jika perilaku adalah tidak biasa, pengamat mungkin menilai ini seperti disebabkan pertimbangan internal.

## 2. Konsensus (*concensus*)

Mempertimbangkan bagaimana perilaku seorang individu dibandingkan dengan individu lain pada situasi yang sama. Jika setiap orang yang diharapkan pada situasi yang sama menanggapi situasi tersebut dengan cara yang sama, kita dapat mengatakan perilaku tersebut menunjukkan konsensus. Namun, jika perilaku seorang individu berbeda dengan orang lain, anda dapat menyimpulkan penyebab perilaku individu adalah internal.

## 3. Konsistensi (*consistency*)

Akhirnya seorang pengamat melihat konsistensi pada suatu tindakan yang diulangi sepanjang waktu. Jika mahasiswa yang biasanya datang tepat waktu ini (dia tidak pernah terlambat) terlambat 10 menit, jalannya perkuliahan akan dirasakan berbeda olehnya dibandingkan ketika mahasiswa yang terlambat secara rutin (hampir setiap kelas) terlambat. Jika seorang mahasiswa selalu terlambat, maka keterlambatannya merupakan atribut internal.

## 2.3 Kepatuhan Perpajakan

### 2.3.1 Pengertian Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan Wajib Pajak menurut (Tiraada, 2013) merupakan pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan negara yang diharapkan didalam pemenuhannya dilakukan secara sukarela. Kepatuhan Wajib pajak menjadi aspek penting mengingat

sistem perpajakan Indonesia menganut sistem *Self Assessment* dimana dalam prosesnya mutlak memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar dan melapor kewajibannya.

Kepatuhan menurut Norman D. Nowak (dalam Yogatama, 2014) adalah kesadaran pemenuhan kewajiban perpajakan yang tercermin dalam situasi dimana Wajib Pajak paham atau berusaha untuk memahami semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas, menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar dan membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya. Nurmantu (2003) menjelaskan bahwa kepatuhan perpajakan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak pajaknya. Sedangkan Nurbani dan Syamsiati (2005) (dalam Wulandari, 2007) mencoba mendefinisikan kepatuhan membayar pajak yaitu masalah pola pikir atau paradigma yang mempengaruhi kemampuan si pembayar pajak dan dalam hal tidak dapat berubah begitu saja, terkecuali apabila pemerintah mengadakan program yang luas dan berkesinambungan akan manfaat pajak.

Menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 kriteria kepatuhan Wajib Pajak adalah:

1. Tepat waktu dalam menyampaikan SPT untuk semua jenis pajak dalam 2 tahun terakhir
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak
3. Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan dalam jangka waktu 10 tahun terakhir
4. Dalam 2 tahun terakhir menyelenggarakan pembukuan dan dalam hal terhadap Wajib Pajak pernah diadakan pemeriksaan koreksi pada pemeriksaan terakhir untuk masing-masing jenis pajak yang terutang paling banyak 5%.
5. Wajib Pajak yang laporan keuangannya untuk 2 tahun terakhir diaudit oleh akuntan publik dengan pendapat wajar tanpa pengecualian atau pendapat dengan pengecualian sepanjang tidak mempengaruhi laba/rugi fiskal.

Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dapat dijelaskan oleh teori atribusi yang dikembangkan oleh Fritz Heider (1958). Teori ini berargumentasi bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh kombinasi antara kekuatan internal (*internal force*) yaitu faktor yang ada dalam diri seseorang dan kekuatan eksternal (*external force*) yaitu faktor yang ada diluar diri seseorang. Penelitian ini menggunakan variabel persepsi pengetahuan perpajakan sebagai faktor yang ada dalam diri Wajib Pajak UMKM, dan

variabel sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan pajak sebagai faktor yang ada di luar diri seseorang. Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dapat ditingkatkan melalui peningkatan pengetahuan perpajakan yang merupakan faktor internal yang ada dalam diri seseorang. Kemudian didukung juga dengan faktor eksternal yang ada diluar diri seseorang yaitu dengan meningkatkan sosialisasi perpajakan dan memperbaiki kualitas pelayanan pajak.

### **2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak**

Menurut Kusumawati (2006) (dalam Mustofa, 2011) faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak antara lain:

1. Faktor pendidikan Wajib Pajak, yang meliputi pendidikan formal dan pengetahuan Wajib Pajak.
2. Faktor penghasilan Wajib Pajak, yang meliputi besarnya penghasilan bersih Wajib Pajak dari pekerjaan pokok dan sampingannya, serta jumlah anggota keluarga yang masih harus dibiayai.
3. Faktor pelayanan aparat pajak, disaat pelayanan penyampaian informasi, pelayanan pembayaran, maupun pelayanan keberatan dan penyaranan.
4. Faktor penegakan hukum pajak, yang terdiri dari sanksi-sanksi, keadilan dalam penentuan jumlah pajak yang dipungut, pengawasan dan pemeriksaan.
5. Faktor sosialisasi, diantaranya pelaksanaan sosialisasi dan media sosialisasi.

Penelitian ini memfokuskan pada tiga faktor yaitu faktor pengetahuan perpajakan, faktor sosialisasi perpajakan, dan faktor kualitas pelayanan pajak.

### **2.3.3 Indikator Kepatuhan Wajib Pajak UMKM**

Indikator kepatuhan pajak menurut (Widayati, 2010) sebagai berikut:

1. Kewajiban kepemilikan NPWP

Seseorang dianggap mematuhi peraturan perpajakan jika bersedia mendaftarkan diri sebagai Wajib Pajak, bukti dari pendaftaran sebagai Wajib Pajak adalah kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

2. Membayar pajak sesuai dengan jumlah yang seharusnya

Wajib Pajak menghitung pajak terutang sesuai dengan peraturan yang berlaku dan membayar pajak terutang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

3. Tepat waktu dalam membayar dan melaporkan pajak

Tepat waktu dalam menyampaikan surat pemberitahuan (SPT) dan membayarkan pajak terutang mengindikasikan Wajib Pajak mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku.

4. Tidak mempunyai tunggakan dalam semua jenis pajak

Wajib Pajak dinilai patuh jika tidak mempunyai tunggakan pajak dalam waktu 2 tahun terakhir dan tidak pernah menerima sanksi akibat pelanggaran/ tunggakan yang dialaminya.

Pemilihan indikator tersebut didasarkan pada ketercakupan kriteria menurut peraturan pemerintah tentang kriteria wajib pajak patuh.

## **2.4 Persepsi Pengetahuan Perpajakan**

### **2.4.1 Pengertian Persepsi Pengetahuan Perpajakan**

Persepsi adalah bagaimana orang-orang melihat atau menginterpretasikan peristiwa, objek, serta manusia. Orang-orang bertindak atas dasar persepsi mereka dengan mengabaikan apakah persepsi itu mencerminkan kenyataan sebenarnya. Pada kenyataannya setiap orang memiliki persepsinya sendiri atas suatu kejadian. Uraian kenyataan seseorang mungkin jauh berbeda dengan uraian orang lain. Definisi persepsi yang formal adalah proses di mana gambaran yang terpadu dan penuh arti (Lubis, 2010). Sementara itu, dalam lingkup yang lebih luas, persepsi merupakan suatu proses yang melibatkan pengetahuan-pengetahuan sebelumnya dalam memperoleh dan menginterpretasikan stimulus yang ditujukan oleh pancaindra. Dengan kata lain persepsi merupakan kombinasi antara faktor utama dunia luar (stimulus visual) dan diri manusia itu sendiri (pengetahuan-pengetahuan sebelumnya (Lubis, 2010).

Pengetahuan adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pengetahuan termasuk, tetapi tidak dibatasi pada deskripsi, hipotesis, konsep, teori, prinsip dan prosedur yang secara Probabilitas Bayesian adalah benar atau berguna (Meliono dkk, 2007 dalam Istanto, 2011). Menurut Istanto (2011) pengetahuan adalah berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan indrawi. Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan indera atau akal budinya



untuk mengenali benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya.

Pengetahuan perpajakan merupakan pengetahuan mengenai konsep ketentuan umum dibidang perpajakan, jenis pajak yang berlaku di Indonesia dari subjek pajak, objek pajak, tarif pajak, perhitungan pajak terutang, pencatatan pajak terutang, sampai dengan pelaporan pengisian pelaporan pajak (Supriyanti, 2009 dalam Wulandari, 2015). Berlakunya sistem pemungutan *self assesment* di Indonesia memberikan wewenang, kepada Wajib Pajak untuk menghitung, menyetor, dan melaporkan sendiri kewajiban-kewajiban dan hak-hak di bidang perpajakan secara benar, lengkap dan tepat waktu (Miratussholihah, 2014 dalam Wulandari, 2015). Hal ini mengharuskan Wajib pajak mempunyai pengetahuan yang memadai tentang perpajakan. pengetahuan tentang peraturan perpajakan dapat diperoleh dari pendidikan formal maupun pendidikan informal. Pengetahuan perpajakan akan berdampak positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Menurut teori pembelajaran sosial yang dikembangkan oleh Abert Bandura (1971) seseorang mendapatkan pengetahuan melalui peniruan. Seseorang melakukan pembelajaran dengan meniru apa yang ada di lingkungannya, terutama perilaku orang lain. Seorang Wajib Pajak UMKM mendapatkan pengetahuan perpajakan dari proses pengamatan terhadap lingkungannya, dalam hal ini rekan sesama UMKM dan pemerintah dalam proses sosialisasi dan pelayanan pajak. Jika lingkungannya

mendukung untuk taat pada pajak maka akan timbul rasa ketertarikan untuk meniru apa yang telah mereka lakukan. Hasil dari pembelajaran sosial tersebut akan menjadi perilaku yang diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari.

#### **2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan**

Pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya (Meliono dkk, 2007 dalam Istanto, 2011):

##### **1. Pendidikan**

Pendidikan adalah sebuah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, maka jelas dapat kita kerucutkan sebuah visi pendidikan yaitu mencerdaskan manusia.

##### **2. Media**

Media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Jadi, contoh dari media massa ini adalah televisi, radio, koran, dan majalah.

##### **3. Keterpaparan Informasi**

Pengertian informasi menurut *Oxford English Dictionary*, adalah “*that of which one is apprised or told: intelligence, news*”. Kamus lain menyatakan bahwa informasi adalah sebagai transfer pengetahuan. Selain itu istilah informasi juga memiliki arti yang lain seperti sebagaimana yang diartikan oleh Undang-Undang teknologi informasi yang mengartikan informasi sebagai suatu teknik untuk

mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, mengumumkan, menganalisa, dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu. Sedangkan informasi sendiri mencakup data, teks, gambar, suara, kode, program komputer, dan *data base*. Adanya perbedaan definisi informasi dikarenakan pada hakekatnya informasi itu dapat diuraikan (*intangible*), sedangkan informasi itu dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, yang diperoleh dari data dan observasi terhadap dunia sekitar kita serta diteruskan melalui komunikasi.

#### **2.4.3 Indikator Persepsi Pengetahuan Perpajakan**

Indikator persepsi pengetahuan perpajakan menurut (Susmiatun, 2014) sebagai berikut:

1. Pengetahuan prosedur pendaftaran

Adalah pengetahuan seseorang mengenai mekanisme pendaftaran sebagai Wajib Pajak yang dibuktikan dengan kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

2. Pengetahuan prosedur perhitungan

Adalah pengetahuan seseorang mengenai mekanisme perhitungan pajak, meliputi pengetahuan tarif pajak, dan perhitungan pajak terutang

3. Pengetahuan prosedur pelaporan

Adalah pengetahuan seseorang mengenai cara pelaporan pajak terutang dengan cara menyampaikan surat pemberitahuan (SPT) tahunan.

#### 4. Pengetahuan prosedur pembayaran

Adalah pengetahuan seseorang mengenai cara pembayaran pajak terutang yang dilakukan secara langsung dengan datang ke Tempat Pelayanan Pajak atau dengan aplikasi elektronik.

### **2.5 Sosialisasi Perpajakan**

#### **2.5.1 Pengertian Sosialisasi Perpajakan**

Sosialisasi perpajakan adalah upaya yang digunakan oleh Direktorat Jendral Pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat khususnya Wajib Pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat (Wijayanto, 2016).

Meningkatkan kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak dilakukan dengan Sosialisasi Perpajakan dalam berbagai bentuk atau cara sosialisasi. Namun, kegiatan sosialisasi harus dilakukan secara efektif dan dilakukan dengan media-media yang lain yang lebih diketahui masyarakat. Peran aktif pemerintah disini sangat dibutuhkan untuk menyadarkan masyarakat akan keberadaan pajak melalui penyuluhan atau sosialisasi rutin ataupun berupa pelatihan secara intensif, agar kesadaran masyarakat untuk membayar pajak dapat meningkat atau dengan kebijakan perpajakan dapat digunakan sebagai alat untuk merangsang Wajib Pajak agar meningkatkan kesadaran dalam membayar pajak (Wijayanto, 2016).

Sosialisasi merupakan hal yang tidak terpisahkan dalam rangka meningkatkan Jumlah Wajib Pajak atau program ekstensifikasi pajak. Adanya Gerakan Nasional Sadar dan Peduli Pajak yang dicanangkan pemerintah, dimana gerakan ini melibatkan para pejabat tinggi negara, menteri, anggota DPR, MPR, pengusaha besar, masyarakat, media masa, dan sebagainya. Gerakan ini disertai dengan pembenahan kepastian penegakan hukum. Hukum yang terkait pajak haruslah ditegakkan.

Sosialisasi perpajakan dapat dijelaskan oleh teori pembelajaran sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura (1971). Teori pembelajaran sosial menyatakan bahwa terdapat hubungan yang erat antara individu dengan lingkungannya. Wajib Pajak UMKM mendapatkan pengetahuan perpajakan melalui interaksi dengan lingkungannya, dalam hal ini mereka mengikuti pembinaan yang diselenggarakan di UMKM Center Jawa Tengah. Wajib Pajak UMKM yang mengikuti pembinaan tersebut akan melakukan proses pembelajaran sosial dengan melakukan pengamatan terhadap rekan sesama UMKM dan petugas pajak yang memberikan sosialisasi perpajakan. Jika Wajib Pajak UMKM tersebut telah memahami manfaat perpajakan maka ia akan melakukan proses peniruan, yang akan menjadi perilakunya di kehidupan sehari-hari sebagai Wajib Pajak UMKM yang patuh.

### 2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sosialisasi Perpajakan

Menurut Direktur Jendral Pajak Nomor SE-22/PJ./ 2007 tentang Penyeragaman Sosialisasi Perpajakan bagi Masyarakat menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi keberhasilan sosialisasi perpajakan (dalam Purnama, 2013) terdiri dari:

#### 1. Media Informasi

Sumber informasi tentang pajak banyak bersumber dari media massa, namun media luar ruang juga menjadi sumber informasi pajak yang diperhatikan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, maka sebaiknya media informasi lebih banyak digunakan dalam sosialisasi perpajakan secara urut adalah:

- a. Media televisi;
- b. Media koran;
- c. Media spanduk;
- d. Media *Flyers* (poster dan brosur);
- e. Media *billboard/miniboard*;
- f. Media radio

#### 2. Slogan

- a. Slogan yang digunakan hendaknya tidak boleh menakut-nakuti atau bersifat intimidasi, tetapi lebih bersifat ajakan.
- b. Slogan lebih ditekankan kepada kata “manfaat pajak” yang diperoleh.

- c. Contoh slogan yang memperoleh peringkat tertinggi karena memenuhi kriteria diatas : “Lunasi Pajaknya Awasi Penggunaannya”.

### 3. Cara Penyampaian

Penyampaian informasi perpajakan sebaiknya dilakukan dengan cara kontak langsung kepada masyarakat misalnya melalui seminar, diskusi, dan sejenisnya. Dalam penyampaian informasi tersebut sebaiknya menggunakan bahasa yang sesederhana mungkin dan bukan bersifat teknis, sehingga informasi tersebut dapat diterima dengan baik.

4. Kualitas sumber informasi tentang pajak dirasa masih sangat kurang oleh masyarakat. Sumber informasi yang dinilai informatif dan dibutuhkan secara urut adalah :

- a. *Call center*
- b. Penyuluhan
- c. Internet
- d. Petugas Pajak
- e. Televisi
- f. Iklan Bis

### 5. Materi Sosialisasi

Materi sosialisasi meliputi fungsi pajak, manfaat pajak, tata cara pendaftaran, mekanisme perhitungan, pelaporan dan pembayaran pajak.

## 6. Kegiatan Penyuluhan

Dalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan, yang penting diperhatikan adalah :

- a. Metode yang digunakan adalah metode diskusi
- b. Media yang dipergunakan adalah proyektor
- c. Materi yang disampaikan adalah pengisian SPT dan pengetahuan perpajakan
- d. Penyuluh/pembicara harus sudah menguasai materi

### 2.5.3 Indikator Sosialisasi Perpajakan

Indikator sosialisasi perpajakan dalam penelitian ini menggunakan indikator dari Direktur Jendral Pajak Nomor SE – 22/PJ/ 2007, namun dalam penelitian ini indikator yang digunakan difokuskan menjadi tiga indikator yaitu:

1. Media sosialisasi
2. Materi sosialisasi
3. Kegiatan sosialisasi

Pemilihan indikator tersebut berdasarkan pertimbangan fokus efektifitas sosialisasi dalam mencapai tujuan yang meliputi: media sosialisasi., materi sosialisasi dan kegiatan sosialisasi.



## 2.6 Kualitas Pelayanan Pajak

### 2.6.1 Pengertian Kualitas Pelayanan Pajak

Pelayanan didefinisikan sebagai aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Tumiwa, 2006 dalam Istanto, 2010). Kegiatan pelayanan tidak hanya dilakukan perusahaan-perusahaan yang memproduksi barang dan jasa tetapi juga dilakukan oleh instansi pemerintah yang memiliki kaitan dengan kegiatan pelayanan publik. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu pihak untuk memenuhi pengharapan dan kebutuhan dari pihak lain.

Oliver (1980) (dalam Aryobimo dan Cahyonowati, 2012) mengungkapkan bahwa pelanggan akan menilai kualitas pelayanan yang mereka dapatkan rendah jika kinerja tidak sesuai dengan yang mereka harapkan dan kualitas pelayanan akan meningkat jika kinerjanya sesuai dengan yang mereka inginkan. Berdasarkan asumsi tersebut, Asubonteng (1996) (dalam Aryobimo dan Cahyonowati, 2012) menarik kesimpulan bahwa apabila kualitas pelayanan diberikan untuk pelanggan akan meningkat, kepuasan dari pelayanan yang diberikan dan niat untuk kembali menggunakan pelayanan tersebut juga akan meningkat.

Kualitas pelayanan (dalam Mansur, 2008) dikemukakan oleh Christopher Lovelock (2004:76) dalam bukunya "*Product Plus*". Apa yang dikemukakan merupakan suatu gagasan yang menarik tentang bagaimana suatu produk bila ditambah

dengan pelayanan (*service*) akan menghasilkan suatu kekuatan yang memberikan manfaat pada organisasi dalam meraih keuntungan bahkan untuk menghadapi persaingan. Ada lima kriteria kualitas pelayanan menurut Parasuraman, dkk (dalam Algifari, 2015) meliputi:

1. Bukti Langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsive*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Menurut *The America Society of Quality Control* yang dikutip oleh (Istanto, 2010), kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa menyangkut kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten.

Pelayanan perpajakan adalah salah satu kegiatan pelayanan umum yang merupakan perwujudan dan penjabaran tugas dan fungsi dari pegawai pemerintah

dalam rangka menyelenggarakan tugas-tugas umum pemerintah dan pembangunan. Penyelenggaraan pelayanan perpajakan dimaksudkan untuk kegiatan mengatur, membina dan mendorong maupun dalam memenuhi kebutuhan atau kepentingan dari segala aspek kegiatan masyarakat dalam hal ini pelayanan perpajakan.

Berdasarkan teori atribusi, kualitas pelayanan pajak merupakan penyebab eksternal yang mempengaruhi persepsi seorang Wajib Pajak dalam membuat penilaian perilaku kepatuhan Wajib Pajak.

### **2.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pajak**

Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan menurut Moenir (2002) (dalam Mansur, 2008) antara lain:

1. Faktor kesadaran para pejabat dan petugas yang berkecimpung dalam pelayanan umum
2. Faktor aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan
3. Faktor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan
4. Faktor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan
5. Faktor ketrampilan petugas
6. Faktor sarana dalam pelaksanaan

### 2.6.3 Indikator Kualitas Pelayanan Pajak

Indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman, dkk (dalam Algifari, 2015) meliputi:

6. Bukti Langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
7. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
8. Daya tanggap (*responsive*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
9. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
10. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

### 2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang mengungkap tentang kepatuhan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya disajikan pada Tabel 2.1.

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti	Variabel	Metode dan Sampel	Hasil Penelitian
1	Susmiatun dan Kusmuriyanto (2014)	1) Pengetahuan ( $X_1$ ) 2) Ketegasan Sanksi ( $X_2$ ) 3) Keadilan Perpajakan ( $X_3$ ) 4) Kepatuhan Pajak UMKM (Y)	Regresi 59 UMKM di Kota Semarang	1) Pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM 2) Ketegasan sanksi dan keadilan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM
2	Islamah Kamil (2015)	1) Kesadaran ( $X_1$ ) 2) Pengetahuan ( $X_2$ ) 3) Denda Pajak ( $X_3$ ) 4) Pelayanan Pajak ( $X_4$ )	Regresi 550 Wajib Pajak Pribadi di Jabodetabek dan Bandung	1) Kesadaran pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak 2) Pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak 3) Denda pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak 4) Pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak
3	Ananda, Kumadji, dan Husaini, (2015)	1) Sosialisasi Perpajakan ( $X_1$ ) 2) Tarif Pajak ( $X_2$ ) 3) Pemahaman Perpajakan ( $X_3$ ) 4) Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Regresi 96 UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Kota Batu	1) Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak 2) Tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak 3) Pemahaman berpengaruh

				terhadap kepatuhan pajak
4	(Gautama dan Suryono (2014))	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kesadaran membayar pajak (<math>X_1</math>)</li> <li>2) Pengetahuan dan pemahaman pajak (<math>X_2</math>)</li> <li>3) Pelayanan Pajak (<math>X_3</math>)</li> <li>4) Sanksi Pajak (<math>X_4</math>)</li> <li>5) Kemauan Membayar Pajak (<math>Y</math>)</li> </ol>	Regresi 50 Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Surabaya Wonocolo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kesadaran membayar pajak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak</li> <li>2) Pengetahuan dan pemahaman pajak tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak</li> <li>3) Pelayanan pajak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak</li> <li>4) Sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak</li> </ol>
5	(Wirenungan, 2013)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Sosialisasi Perpajakan (<math>X_1</math>)</li> <li>2) Pelayanan Fiskus (<math>X_2</math>)</li> <li>3) Sanksi Perpajakan (<math>X_3</math>)</li> </ol>	Regresi 50 Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Manado dan KPP Pratama Bitung	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak</li> <li>2) Pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak</li> <li>3) Sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak</li> </ol>
6	(Palil dan Rusyidi (2013))	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kesadaran Perpajakan (<math>X_1</math>)</li> <li>2) Kepatuhan Wajib Pajak (<math>Y</math>)</li> </ol>	Korelasi 70 mahasiswa S2 di Universiti Kebangsaan Malaysia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Ada hubungan antara kesadaran perpajakan dengan kepatuhan pajak</li> <li>2) Nilai religi dapat memoderasi variabel kesadaran pajak</li> </ol>

		3) Nilai Religi sebagai variabel moderating		dengan kepatuhan pajak
7	Abrie dan Doussy (2006)	1) Kepatuhan Wajib Pajak	Deskriptif Kuantitatif 75 UMKM di Gueteng Afrika Selatan	1) Kepatuhan pajak merupakan persyaratan yang berat bagi sebagian besar UMKM yang beradai Gueteng Afrika Selan 2) Tidak adanya tenaga terampil yang dapat mengelola pajak UMKM 3) Perlu adanya sosialisasi dan pembinaan terhadap UMKM di Gueteng Afrika Selatan.
8	Mukhlis, Utomo, dan Soesetio (2015)	1) Pendidikan Perpajakan ( $X_1$ ) 2) Pengetahuan Perpajakan ( $X_2$ ) 3) Keadilan Perpajakan (Y) 4) Kepatuhan Pajak (Y)	Partial Least Square (PLS) 183 UMKM Kerajinan Tangan di Jawa Timur	1) Pendidikan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan perpajakan 2) Pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak 3) Keadilan pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak.

Sumber: Referensi dari berbagai sumber, 2017

## 2.8 Kerangka Berfikir

Kepatuhan Wajib Pajak perlu terus dioptimalkan untuk meningkatkan penerimaan pajak negara. Berbagai upaya telah dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak yaitu dengan intensifikasi pajak dan ekstensifikasi pajak. Salah satu cara ekstensifikasi pajak adalah dengan menambah jumlah Wajib Pajak. Wajib Pajak UMKM adalah sektor yang potensial untuk digali, karena perekonomian Indonesia sebagian besar ditopang oleh keberadaan UMKM yang tercermin dari besarnya kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) yang dihasilkan UMKM mencapai 60% tiap tahunnya, namun besarnya kontribusi PDB UMKM tidak tercermin dari kepatuhan pajaknya. Sebagian Wajib Pajak UMKM belum sadar akan pentingnya pajak bagi pembangunan negara, sehingga Wajib Pajak UMKM enggan untuk membayar pajak yang telah menjadi kewajibannya. Kepatuhan Wajib Pajak UMKM menurut teori atribusi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Beberapa faktor yang kemungkinan berpengaruh adalah sebagai berikut.

Persepsi pengetahuan perpajakan menurut teori atribusi merupakan faktor internal yang mempengaruhi Wajib Pajak UMKM untuk patuh dan melaksanakan kewajiban perpajakannya. kemudian menurut teori pembelajaran sosial proses untuk mendapatkan pengetahuan ada beberapa tahapan yaitu: 1) tahap perhatian, 2) tahap penyimpanan dalam ingatan, 3) tahap reproduksi 4) tahap motivasi. Menurut teori pembelajaran sosial untuk mendapatkan pengetahuan perpajakan Wajib Pajak



UMKM akan mengamati lingkungan sekitar, apakah Wajib Pajak UMKM yang lain patuh terhadap perpajakan atau tidak, kemudian dia akan mencoba bertanya dan mengamati manfaat dari pajak yang dibayarkan, apabila pajak itu bermanfaat dia akan melakukan keempat proses diatas, dan akan patuh membayar pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susmiatun dan Kusmuriyanto (2014) yang menjelaskan ada pengaruh positif dan signifikan pengetahuan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Selain pengetahuan perpajakan sosialisasi perpajakan juga dapat mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Sosialisasi perpajakan yang ditujukan kepada Wajib Pajak UMKM dalam hal pemberian informasi seputar perpajakan meliputi peraturan perpajakan dan mekanisme perpajakan. sosialisasi perpajakan menurut teori atribusi merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Pada tahun 2013 diberlakukan Peraturan Pemerintah nomor 46 tahun 2013 tentang pajak penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu. Peraturan ini dibuat untuk memudahkan dan menyederhanakan mekanisme pembayaran pajak UMKM. Namun kebijakan ini tidak akan diketahui oleh Wajib Pajak UMKM jika tidak ada sosialisasi yang masif dari Direktorat Jendral Pajak. Teori pembelajaran sosial menjelaskan bagaimana Wajib Pajak UMKM mendapatkan pengetahuan perpajakan lewat peniruan, peniruan tersebut akan menjadi perilakunya jika mendapat penguatan, dalam hal ini sosialisasi perpajakan merupakan penguatan bagi Wajib Pajak UMKM

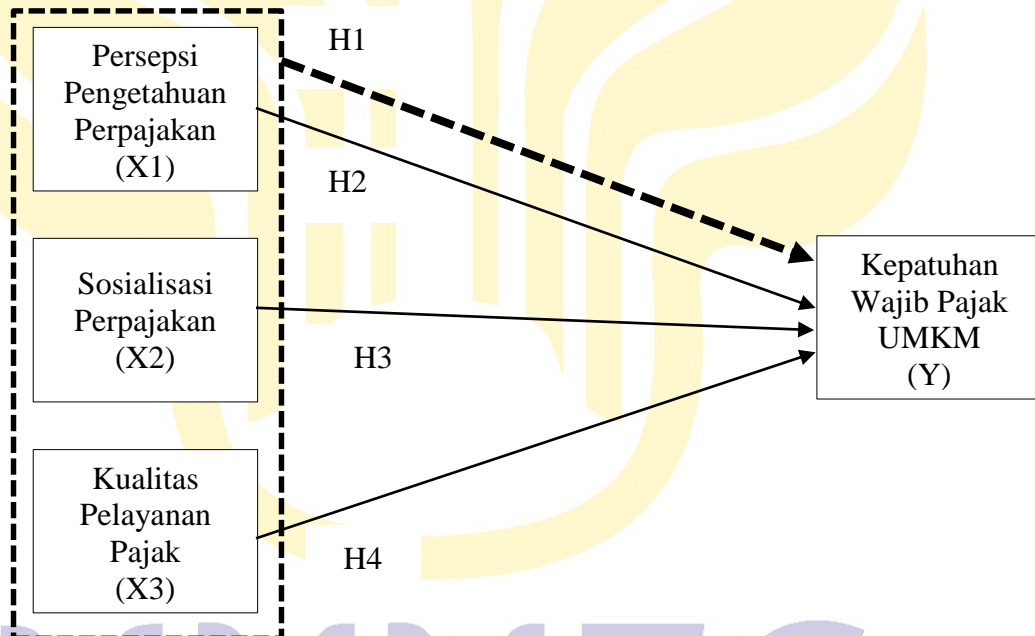
untuk mendapatkan pengetahuan perpajakan, sehingga ketika pengetahuan perpajakan dan sosialisasi perpajakan meningkat maka kepatuhan Wajib Pajak juga semakin meningkat. Penelitian Sudrajat dan Ompusunggu (2015) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Kualitas pelayanan pajak menurut teori atribusi merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak UMKM dalam melaksanakan kewajibannya. Pelayanan yang berkualitas meliputi 1) pemberian informasi perpajakan secara akurat, 2) konsultasi masalah perpajakan, 3) kemudahan pengisian administrasi pajak, 4) keramahan petugas dalam memberikan pelayanan pajak, 5) penanganan pelanggan sesuai dengan latar belakang, 6) pengecualian pelayanan bagi Wajib Pajak tertentu, 7) pembayaran yang cepat dan mudah, 8) fasilitas pembayaran yang beragam. Penelitian Andreas dan Savitri (2015) menjelaskan hubungan positif dan signifikan kualitas pelayanan perpajakan dengan kepatuhan Wajib Pajak, yang berarti semakin baik pelayanan yang diberikan maka Wajib Pajak akan semakin patuh.

Dari ketiga faktor yang telah dijelaskan peneliti mempunyai paradigma tentang pengaruh pengetahuan perpajakan, kualitas pelayanan pajak dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM (studi pada UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah). Penelitian ini mengambil lokasi di UMKM Center Jawa Tengah yang merupakan tempat pembinaan UMKM Binaan di Jawa Tengah, dari observasi awal

yang dilakukan menurut Kepala Bidang Pajak UMKM Center Jawa Tengah, setiap bulan terdapat sosialisasi mengenai UMKM yang didalamnya juga terdapat sosialisasi tentang perpajakan. meliputi pemberian informasi tentang mekanisme perpajakan, dan peraturan terbaru yang berlaku. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM Binaan Provinsi Jawa tengah telah melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Berikut disajikan gambaran tentang kerangka berpikir dari penelitian ini pada gambar 2.1.



**Gambar 2.1. Model Kerangka Berpikir**

## 2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Arikunto, 2002). Berdasarkan penelitian sebelumnya dan kerangka pemikiran maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H<sub>1</sub> = Persepsi pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan pajak secara simultan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM
- H<sub>2</sub> = Persepsi pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM
- H<sub>3</sub> = Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM
- H<sub>4</sub> = Kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Persepsi pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan pajak secara simultan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.
2. Persepsi pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.
3. Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.
4. Kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan analisis dan hasil pembahasan yang telah dilakukan peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Hendaknya Direktorat Jendral Pajak meningkatkan pengetahuan perpajakan Wajib Pajak UMKM dengan memberikan brosur yang menarik disertai dengan contoh

2. tata cara perpajakan meliputi pendaftaran, perhitungan, pembayaran, dan pelaporan dengan jelas dan menarik.
3. Hendaknya Direktorat Jendral Pajak lebih meningkatkan sosialisasi perpajakan bagi UMKM dengan menambah variasi sosialisasi perpajakan seperti *workshop* dan pelatihan secara berkala dan berkesinambungan dalam perhitungan pajak UMKM dan pelaporan pajak UMKM, selain itu tempat sosialisasi perpajakan hendaknya diperluas agar dapat menjangkau Wajib Pajak UMKM yang tidak terdaftar di UMKM Center Jawa Tengah.
4. Hendaknya Direktorat Jendral Pajak dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan mengacu pada kualitas pelayanan prima, agar petugas pajak mempunyai kompetensi dan keahlian yang memadai sehingga Wajib Pajak UMKM dapat terlayani dengan baik.
5. Hendaknya bagi penelitian selanjutnya dapat mengganti objek penelitian/tempat penelitian dan menggunakan metode penelitian yang berbeda agar penelitian tentang kepatuhan Wajib Pajak UMKM lebih bervariasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrie, W., & Doussy, E. (2006). Tax Compliance Obstacles encountered by Small and Medium Enterprises in South Africa. *Meditari Accountancy Research*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.1108/10222529200600001>
- Algifari. (2015). *Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance-Performance Analysis (IPA) dan Model Kano*. Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta.
- Andreas, Savitri, E. (2015). The Effect of Tax Socialization, Tax Knowledge, Expediency of Tax ID Number and Service Quality on Taxpayers Compliance with Taxpayers Awareness as Mediating Variables. In *Elsevier: Science Direct: Procedia* (Vol. 211, pp. 163–169). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.024>.
- Ananda, P. R. D., Kumadji, S., & Husaini, A. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada UMKM yang terdaftar sebagai Wajib Pajak di KPP Pratama Batu). *Jurnal Perpajakan*, 6(2), 1–9. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Andriani, Y., Herianti, E. (2015). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. In *Seminar Nasional dan 3rd Call for Syariah paper: Menakar Peran Profesi sebagai Engine of Reform dalam Pembangunan Global Berkelanjutan* (pp. 487–496).
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praaktek (Edisi Revisi V)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryobimo, P. T., & Cahyonowati, N. (2012). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak tentang Kualitas Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kondisi Keuangan Wajib Pajak dan Preferensi Risiko sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Semarang ), *Diponegoro Journal of Accounting*. Vol. 1, pp. 1–12.
- Atawodi, O. W., & Ojeka, S. A. (2012). Factors That Affect Tax Compliance among Small and Medium Enterprises ( SMEs ) in North Central Nigeria. *International Journal Business and Management*. Vol. 7(12), 87–96. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n12p87>.
- Bandura, A. (1971). Social learning theory. *Social Learning Theory*. New York City: General Learning Press. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1978.tb01621.x>

- Badan Pusat Statistik. (2017). Realisasi Penerimaan Negara Milyar Rupiah, 2007-2017. <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1286> (Diunduh 12 Februari 2017).
- Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Penerbit Bank Indonesia.
- Coolidge, J., & Hickman, K. (2012). Cost Surveys in Developing Countries. *Journal of Tax Findings of tax compliance*. Vol. 10(2).
- Devano, Sony dan Siti Kurnia Rahayu. (2006). *Perpajakan: Konsep, Teori dan Isu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Dinas Koperasi dan UKM. (2017). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar. <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/datainformasi/data-umkm> (diunduh tanggal 12 Februari 2017).
- Dinas Koperasi dan UMKM Jawa tengah. 2017. Data UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah Tahun 2016. [dinkop-umkm.jatengprov.go.id/](http://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/). (diunduh pada 12 februari 2017).
- Direktorat Jendral Pajak. (2015). *Laporan Tahunan 2015*. Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Gautama, M., & Suryono, B. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak Orang Pribadi dalam Membayar Pajak. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 3(12), 1–19.
- Ghozali Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardianingsih, Pancawati. (2011). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak. *Dinamika Keuangan Dan Perbankan*, Vol. 3(1), 126–143.
- Hendri, N. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Pada UMKMd Kota Metro. *Akuisisi*, Vol. 12(1), 1–15.
- Istanto, Ferry. (2011). Analisis Pengaruh Pengetahuan Tentang Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, Ketegasan Sanksi Perpajakan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Motivasi Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.



- Jatmiko, Agus Nugroho. (2006). Pengaruh Sikap Wajib Pajak Pada Pelaksanaan Sanksi Denda, Pelayanan Fiskus dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak ( Studi Empiris Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Semarang ). Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kamil, Islamiah. (2015). The Effect of Taxpayer Awareness , Knowledge , Tax Penalties and Tax Authorities Services on the Tax Compliance : ( Survey on the Individual Taxpayer at Jabodetabek & Bandung ). *Research Journal of Finance and Accounting*, 6(2), 104–112. Retrieved from [www.iiste.org](http://www.iiste.org)
- Kamleitner, B., Korunka, C., Kirchler, E. (2014). Tax Compliance of Small Business Owners A review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 18(3), 330–351. <https://doi.org/10.1108/13552551211227710>
- Laila, Qumruin Nurul. (2015). Pemikiran Pendidikan Moral Albert Bandura. *STITNU Al-Hikmah Mojokerto*, Vol. 3(1), Hal. 21–36.
- Lubis, Arfan Ikhsan. (2010). *Akuntansi Keperilakuan Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mansur, T. (2008). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas pelayanan Publik pada Bagian Bina Sosial Setdako Lhokseumawe. Tesis. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Mukhlis, I., Utomo, S.H., Soesetio, Y. (2015). The Role of Taxation Education on Taxation Knowledge and Its Effect on Tax Fairness as well as Tax Compliance on Handicraft SMEs Sectors in Indonesia. *International Journal of Financial Research*, 6(4), 161–169. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v6n4p161>
- Murti, H.W., Sondakh, J.W., Sabiyono, H. (2014). Pelayanan Fiskus dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 389–398.
- Mustafa, Khoirul. (2011). Pengaruh Penghasilan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) di Kelurahan Tembalang Semarang Tahun 2009. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Nasution, N.A. (2010). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nugroho, A., Andini, R., & Raharjo, K. (2016). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Penghasilan. *Jurnal Of Accounting*, 2(2).

- Nurmantu, Safri. (2003). Pengantar Perpajakan, edisi dua. Jakarta: Granit.
- Palil, M.R., Akir, M.R.M., Ahmad, W. F. B. W. (2013). The Perception of Tax Payers on Tax Knowledge and Tax Education with Level of Tax Compliance: A Study the Influences of Religiosity. *ASEAN Journal of Economics, Management and Accounting*, Vol. 1(1), 118–129.
- Prawagis, Febirizky Damayanty. (2016). Pengaruh Pemahaman Atas Mekanisme Pembayaran Pajak, Persepsi Tarif Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Pada Wajib Pajak Yang Terdaftar di KPP Pratama Batu). *Jurnal Perpajakan*, Vol. 10(1), 1–8.
- Purnama, Dwi. (2013). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Help Desk Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur). *Universitas Telkom*, Vol. 1(1), 1–20.
- Redae, R. B., & Sekhon, S. (2016). Taxpayers ' Knowledge and Tax Compliance Behavior in Ethiopia : A Study of Tigray State. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, Vol. 3(2), 1090–1102.
- Resmi. (2011). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat
- Siat, C.C., Toly, A. A. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Memenuhi Kewajiban Membayar Pajak di Surabaya. *Tax & Accounting Review*, Vol. 1(1), 41–48.
- Sudrajat, A., Ompusunggu, A. P. (2015). Pemanfaatan teknologi Informasi , Sosialisasi Pajak , Pengetahuan Perpajakan , dan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan*, Vol. 2(2), 193–202.
- Susmiatun dan Kusmuriyanto. (2014). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Perpajakan dan Keadilan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang. *Accounting Analysis Journal*, Vol. 3(3), 378–386
- Tambunan, Ruston. (2013). *Ketentuan Terbaru Pajak Penghasilan atas UMKM: Sederhana tapi Tidak Adil*. <http://ortax.org/ortax/?mod=issue&page=show&id=51>. (diunduh pada tanggal 4 Mei 2017).
- Tiraada, Tryana, A. M. (2013). Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus Terhadap Kepatuhan WPOP Di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA*, Vol. 1(3), 999–1008. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Tjiptono, Fandy. (2002). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Utami, Puji. 2016. *Kepatuhan Membayar Pajak Masih Rendah*. <https://jateng.merdeka.com/makro/kepatuhan-membayar-pajak-masih-rendah--1612292.html> (diunduh tanggal 4 Mei 2017).
- Widayati. (2010). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kemauan untuk Membayar Pajak Wajib pajak Orang Pribadi yang Melakukan Pekerjaan Bebas. In *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto* (Vol. 1, pp. 1–23).
- Wijayanto, Guntur Jati. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Prosedur Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Memenuhi Kewajiban Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB P2) di Kota Magelang Tahun 2015. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wirenungan, Oktavianie Lidya. (2013). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan WPOP di KPP Manado dan KPP Bitung. *Jurnal EMBA*, 1(3), 960–970. <https://doi.org/ISSN 2303-1174>.
- Wulandari, Tristian Nurfitriana. (2015). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak UMKM dengan Preferensi Resiko sebagai Variabel Intervening. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Yogatama, Arya. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi di Wilayah KPP Pratama Semarang Candisari). Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro
- Zulaikha, Siti Masruroh. (2013). Pengaruh Kemanfaatan NPWP, Pemahaman Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 2(4), 1–15. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>.