

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

1. *Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior (TPB), dijelaskan bahwa perilaku yang ditampilkan oleh individu timbul karena adanya niat untuk berperilaku. Sedangkan munculnya niat berperilaku ditentukan oleh tiga faktor penentu (Ajzen,1991), yaitu :

- a. *Normatif Beliefs*, yaitu keyakinan tentang harapan normatif orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (*normative beliefs and motivation comply*). Menurut Arum (2012) ketika akan melakukan sesuatu, individu akan memiliki keyakinan tentang harapan normatif dari orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (*normative beliefs*). Hal tersebut dapat dikaitkan dengan pelayanan pajak, dimana dengan adanya pelayanan yang baik dari petugas pajak, sistem perpajakan yang efisien dan efektif, serta penyuluhan-penyuluhan pajak yang memberikan motivasi kepada wajib pajak agar taat pajak, akan membuat wajib pajak memiliki keyakinan atau memilih perilaku taat pajak.
- b. *Behavioral Beliefs*, yaitu keyakinan individu akan hasil dari suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut (*beliefs strenght and outcome evaluation*). Behavior relevan untuk menjelaskan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Sebelum individu melakukan

sesuatu, individu tersebut akan memiliki keyakinan mengenai hasil yang akan diperoleh dari perilakunya tersebut. Kemudian yang bersangkutan akan memutuskan bahwa akan melakukannya atau tidak melakukannya. Hal tersebut berkaitan dengan kesadaran wajib pajak. Wajib pajak yang sadar pajak, akan memiliki keyakinan mengenai pentingnya membayar pajak untuk membantu menyelenggarakan pembangunan negara.

- c. *Control Beliefs*, yaitu keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan (*control beliefs*) dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut (*perceived power*). *Control beliefs* berkaitan dengan sanksi pajak. Sanksi pajak dibuat bertujuan untuk mendukung agar wajib pajak mematuhi peraturan perpajakan. Kepatuhan wajib pajak akan ditentukan berdasarkan persepsi wajib pajak tentang seberapa kuat sanksi pajak mampu mendukung perilaku wajib pajak untuk taat pajak.

2. Kemauan Menjalankan Kewajiban

Kemauan didalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia tahun 2005 didefinisikan sebagai suatu dorongan dari dalam yang sadar, berdasarkan pertimbangan pikiran dan perasan, serta seluruh pribadi seseorang yang menimbulkan kegiatan yang terarah pada tercapainya tujuan tertentu, yang berhubungan dengan kebutuhan hidupnya. Kemauan menjalankan kewajiban perpajakan merupakan suatu nilai dimana seseorang dengan

sukarela membayar, melaporkan perpajakan yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum negara dengan tidak mendapat jasa timbal balik secara langsung (Listyaningsih dkk, 2019).

3. Sosialisasi Perpajakan

Menurut Handayani (2016:63), mendefinisikan Sosialisasi Perpajakan sebagai berikut: “Sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat.”. Definisi Sosialisasi Perpajakan yang dikemukakan oleh Devano (2016:98) adalah sebagai berikut : “Sosialisasi perpajakan adalah pemberian wawasan, dan pembinaan kepada wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan”. Jadi dari pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan adalah upaya pemerintah untuk memberikan pengetahuan dan pembinaan kepada seseorang dalam hal ini wajib pajak mengenai segala sesuatu mengenai perpajakan.

3.1 Bentuk Sosialisasi

Menurut Susanto (2012:42), beragam bentuk sosialisasi bisa dikelompokkan berdasarkan metode penyampaian, segmentasi maupun medianya:

1. Berdasarkan Metode: Penyampaiannya bisa melalui acara yang formal ataupun informal. Acara formal biasanya menggunakan format acara

yang disusun sedemikian rupa secara resmi. Acara informal biasanya menggunakan format acara yang lebih santai dan tidak resmi.

2. Berdasarkan segmentasi: Bisa membaginya untuk kelompok umur tertentu, kelompok pelajar dan mahasiswa, kelompok pengusaha tertentu, kelompok profesi tertentu, kelompok/ormas tertentu.
3. Berdasarkan media yang dipakai: Sosialisasi dapat dilakukan melalui media elektronik dan media cetak. Misalnya, dilakukan dengan talkshow di radio atau televisi, membuat opini, ulasan dan rubrik tanya jawab di koran, tabloid atau majalah. Iklan pajak juga mempunyai pengaruh dampak positif terhadap meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Bentuk propaganda lainnya seperti: spanduk, banner, papan iklan/billboard, dan sebagainya

Menurut (Winerungan, 2013) terdapat strategi sosialisasi perpajakan, meliputi:

1. Publikasi (Publication), adalah kegiatan yang dilakukan melalui media komunikasi baik media cetak maupun media audiovisual dengan tujuan mempublikasi/memberitahukan informasi.
2. Kegiatan (Event), merupakan penyelenggaraan aktivitas yang dihubungkan dengan program peningkatan kesadaran masyarakat akan pajak yang dilakukan oleh institusi pajak. Misalnya seminar di kampus dan lain lain.
3. Pemberitaan (News), yaitu pemberitaan dalam berita yang positif akan menjadi sarana promosi yang efektif.

4. Keterlibatan Komunitas (Community Involvement), yaitu kegiatan yang mana institusi pajak dapat berkolaborasi dengan komunitas. Cara ini akan mendekatkan institusi pajak dengan masyarakat secara langsung.
5. Pencantuman Identitas (Identity), adalah kerjasama dalam hal ini institusi pajak dapat melakukan promosi pada berbagai media dengan pencantuman logo otoritas pajak.
6. Pendekatan Pribadi (Lobbying), merupakan pendekatan pribadi ini dilakukan secara informal untuk mencapai tujuan tertentu.

Ananda et al. (2015:3) sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya DJP (Direktorat Jenderal Pajak) dalam memberikan informasi dan pembinaan kepada Wajib Pajak mengenai segala sesuatu yang ada korelasinya dengan bidang perpajakan. Atau bisa dikatakan sosialisasi perpajakan merupakan upaya untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang hak dan kewajiban perpajakannya. Kegiatan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan dapat dilakukan dengan dua cara (Toly dan Herryanto, 2012) yaitu, sosialisasi langsung dan sosialisasi tidak langsung. Sosialisasi langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan dengan berinteraksi langsung dengan wajib pajak atau calon wajib pajak. Sedangkan sosialisasi tidak langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat dengan sedikit atau tidak melakukan interaksi dengan peserta bisa dengan media elektronik maupun media cetak

4. Pemahaman Perpajakan

Pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan merupakan penalaran dan penangkapan makna tentang peraturan perpajakan. Mengacu pada peraturan perpajakan, pengertian wajib pajak adalah setiap orang yang terlibat dalam aktivitas perpajakan termasuk pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak. Karena disebut sebagai wajib pajak, seseorang memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Hak dan kewajiban inilah yang dilindungi oleh pemerintah melalui undang-undang. Kewajiban wajib pajak antara lain seperti memiliki NPWP, membayar, memotong, dan melaporkan pajak, kooperatif pada saat mengikuti pemeriksaan pajak, dan lain sebagainya. Wajib pajak yang tidak memahami peraturan perpajakan secara jelas cenderung akan menjadi wajib pajak yang tidak taat (Hardiningsih dkk, 2011).

Semakin paham wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, maka semakin paham pula wajib pajak kewajiban perpajakannya. Dan menurut Pangesti dan Yushita (2019) Pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perpajakan adalah cara wajib pajak dalam memahami peraturan perpajakan yang telah ada.

5. Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018

Peraturan pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 adalah sebuah peraturan yang membahas tentang pajak penghasilan atau pendapatan dari usaha yang diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu dalam satu tahun pajak. Peraturan Pemerintah Nomor 23 ini mulai diberlakukan pada 1 juli 2018. Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 pasal 2 ayat (2)

menyatakan bahwasannya besarnya tarif pajak penghasilan bersifat final sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 adalah 0,5% dari omzet. Dasar pengenaan pajak yang digunakan untuk menghitung pajak penghasilan yaitu jumlah peredaran bruto. Maksud di terapkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 adalah kurangnya kontribusi pelaku UMKM terhadap pajak dikarenakan tarif yang 1% masih membebankan.

Berdasarkan peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima yang memiliki peredaran bruto tertentu yang menjadi subjek pajak sesuai pasal 3 ayat (1) yaitu:

- a. Wajib pajak orang pribadi
- b. Wajib pajak badan berbentuk koperasi, persekutuan komanditer, firma, atau perseroan terbatas.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang pajak penghasilan dari penghasilan usaha yang diterima wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu, objek pajak yang tidak dikenai pajak penghasilan yang dijelaskan dalam pasal 2 ayat (3) yaitu :

- a. Penghasilan yang diterima atau diperoleh wajib pajak orang pribadi dari jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas.
- b. Penghasilan yang diterima atau diperoleh di luar negeri yang pajaknya terutang atau telah dibayar di luar negeri.

- c. Penghasilan yang telah dikenai pajak penghasilan yang bersifat final dengan ketentuan peraturan perundang – undangan perpajakan tersendiri.
- d. Penghasilan yang dikecualikan sebagai objek pajak.

6. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK.03/2020

Pemerintah memberikan insentif pajak untuk mendukung penanggulangan dampak Corona Virus Disease 2019 bagi UMKM yang diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK.03/2020 tentang insentif pajak untuk wajib pajak terdampak pandemi corona virus disease 2019 yang berlaku sejak bulan April sampai dengan Desember 2020. Insentif pajak penghasilan (PPh) final diberikan kepada wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 yang dikenai PPh final sebesar 0,5% (nol koma lima persen) dari jumlah peredaran bruto. Wajib pajak mengajukan permohonan surat keterangan UMKM terlebih dahulu kepada DJP atau yang dikenal surat keterangan PP 23/2018 melalui situs www.pajak.go.id.

Wajib pajak harus menyampaikan laporan realisasi pemanfaat insentif PPh final ditanggung pemerintah (DTP) paling lambat tanggal 20 bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir. Dalam menyampaikan laporan realisasi, wajib pajak mengunduh format dan jenis file laporan realisasi sesuai dengan insentif yang dimanfaatkan di laman www.pajak.go.id, tepatnya pada fitur ‘e-Reporting Insentif Covid-19’. Laporan realisasi PPh

final DTP meliputi penjabaran identitas wajib pajak serta PPh terutang atas penghasilan yang diterima atau diperoleh wajib pajak serta rekapitulasi peredaran bruto atas transaksi dengan pemotong atau pemungut pajak.

Didalam PMK No.86/PMK.3/2020 dibuat karena adanya bencana nasional yang mempengaruhi stabilitas ekonomi dan produktivitas masyarakat sebagai pekerja maupun sebagai pelaku usaha, sehingga perlu dilakukannya upaya pengaturan dalam rangka mendukung penanggulangan dampak dari Corona Virus Disease 2019 (COVID-19). Dalam peraturan tersebut yang dijelaskan pada Bab II pasal 2 dijelaskan bahwa pemerintah akan memberikan insentif Pajak Penghasilan atau PPh 21 ditanggung pemerintah (DTP) kepada karyawan selama bulan April sampai dengan bulan Desember. Insentif Pajak Penghasilan di dalam peraturan perpajakan Indonesia disebut dengan sebuah fasilitas pajak secara umum yang diberikan pemerintah untuk kemudahan dalam hal perpajakan.

Menteri Keuangan Sri Mulyani telah memberikan fasilitas Pajak Penghasilan Ditanggung Pemerintah (DTP), sebagai salah satu upaya Pemerintah dalam menangani kebijakan stabilisasi harga pangan pokok. Hal itu, seperti disebutkan dalam rilisan Departemen Keuangan yaitu untuk mengantisipasi kecenderungan melambatnya ekonomi global dan meningkatnya harga komoditas pangan terutama harga beberapa komoditas pangan strategis di dalam negeri, seperti beras, tepung terigu, gandum, kedelai, dan minyak goreng.

Adapun pengertian DTP menurut Kepala Biro Humas Depkeu Samsuar Said adalah "DTP adalah pajak terutang suatu perusahaan, baik swasta maupun BUMN yang ditanggung oleh pemerintah melalui penyediaan pagu anggaran dalam subsidi pajak. Dengan demikian, dalam melakukan perhitungan anggaran Pemerintah akan bersifat netral (in-out), karena dalam penerimaan perpajakan akan bertambah sebesar nilai DTP dan pada saat yang sama dalam subsidi pajak yang tercatat pada pengeluaran juga akan bertambah sebesar nilai DTP yang dicatat pada penerimaan. Dengan kata lain, Pemerintah tidak akan membayar pajak, namun Pemerintah memberikan keringanan pada beban pajak kepada masyarakat melalui DTP. Jadi pemberian DTP tersebut lebih bersifat transparan dan dapat dikontrol".

Insentif PPh Pasal 21 hanya berlaku untuk penghasilan pekerja atau pegawai dengan kriteria tertentu yang telah dijelaskan pada PMK No.86/PMK.3/2020 Bab 2 pasal 2. Pegawai dengan kriteria tertentu tersebut meliputi:

- a. Menerima atau memperoleh penghasilan dari Pemberi Kerja, yang:
 - 1) Memiliki kode Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan No. 86/PMK.03/2020,
 - 2) Telah ditetapkan sebagai Perusahaan Kemudahan Impor Tujuan Ekspor (KITE), atau
 - 3) Telah mendapatkan izin Penyelenggaraan Kawasan Berikat, izin Pengusaha Kawasan Berikat, atau izin Pengusaha Dalam Kawasan Berikat (PDKB).

- b. Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
- c. Pada Masa Pajak yang bersangkutan menerima atau memperoleh Penghasilan Bruto yang bersifat tetap dan teratur yang disetahunkan tidak lebih dari Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah)

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Tujuan penelitian	Variabel	Sampel	Metode penelitian	Hasil
1	Mudiarti dan Mulyani (2020)	Pengaruh Sosialisasi dan Pemahaman Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86 Tahun 2020 Terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan Pada Masa Covid-19 Pada UMKM Orang Pribadi Sektor Perdagangan Di Kudus	Menguji pengaruh sosialisasi sosialisasi Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK.03/2020 Tahun 2020 (insentif pajak untuk wajib pajak terdampak pandemi <i>corona virus disease</i> 2019) dan pemahaman wajib pajak atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK.03/2020 Tahun 2020 terhadap kemauan wajib pajak dalam menjalankan	Sosialisasi PMK Nomor 86 Tahun 2020, pemahaman PMK Nomor 86 Tahun 2020 dan kemauan menjalankan kewajiban perpajakan	Sampel menggunakan metode <i>purposive sampling</i> , dengan jumlah sampel sebanyak 66 responden	Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis PLS (<i>Partial Least Square</i>) melalui <i>software SmartPLS</i>	Hasil pengujian disimpulkan bahwa sosialisasi dan pemahaman PMK No.86 Tahun 2020 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan di masa covid-19. Nilai R-Squares diperoleh sebesar 0,375 yang artinya kemauan menjalankan kewajiban perpajakan di masa covid-19 dipengaruhi oleh sosialisasi dan pemahaman PMK No.86 Tahun 2020 sebesar 37,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini

			kewajiban perpajakannya				
2	Pebriyanti (2021)	Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Dan Pemberian Insentif Pph Final Umkm Terhadap Kesadaran Wajib Pajak Umkm Di Kota Palembang (Studi Pada Kpp Pratama Palembang Ilir Timur)	Menguji pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan pemberian insentif PPh final umkm terhadap kesadaran Wajib pajak UMKM	Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Pemberian insentif, kesadaran Wajib Pajak	Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus <i>Slovin</i> , sehingga didapat jumlah sampel sebanyak 98 responden	Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 23	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan pemberian insentif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran Wajib pajak UMKM.
3	Andrew dan Sari (2021)	Insentif PMK 86/2020 Di Tengah Pandemi Covid 19: Apakah Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Surabaya?	Menganalisis dan menentukan pengaruh sosialisasi insentif PMK 86/2020, tarif pajak, pelayanan pajak, batas waktu PP 23/2018, dan pajak	Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Surabaya, PMK 86/2020 Sosialisasi Insentif, Tarif Pajak dan Jasa	Sampel penelitian adalah seluruh wajib pajak (UMKM) di Surabaya	Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 23	Sosialisasi insentif PMK 86/2020, tarif pajak, pelayanan pajak, Batas waktu PP 23/2018 berpengaruh, sedangkan sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM

			sanksi kepatuhan wajib pajak UMKM di Surabaya	Fiskal, Batas Akhir PP 23/2018, Sanksi Perpajakan			
--	--	--	--	--	--	--	--

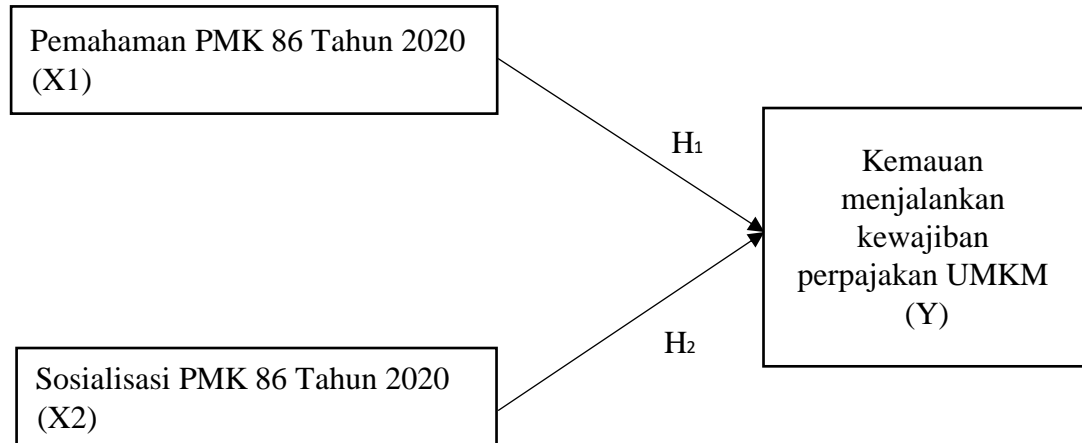
Sumber: Ringkasan dari berbagai hasil penelitian

2.3 Model Konseptual Penelitian

Kerangka pemikiran memiliki tujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai konsep pemikiran dalam menjalankan penelitian ini. Penyusunan kerangka pemikiran dilakukan atas dasar pemahaman peneliti terhadap tinjauan teoritis serta penelitian terdahulu yang telah di kaji penulis pada bagian sebelumnya. Kerangka pemikiran ini akan dijadikan dasar oleh peneliti untuk membentuk hipotesis dan instrumen penelitian yang digunakan.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang bagaimana pemahaman PMK 86 Tahun 2020 dan sosialisasi PMK 86 Tahun 2020 dapat mempengaruhi kemauan menjalankan kewajiban perpajakan UMKM.

Gambar 2. 1 Model Konseptual Penelitian



2.4 Pengembangan Hipotesis

- 1. Pengaruh Pemahaman PMK Nomor 86 Tahun 2020 Terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan**

Pemahaman wajib pajak adalah pemahaman wajib pajak terhadap sistem pemungutan pajak yang ada di Indonesia dan segala macam peraturan perpajakan yang berlaku. Sistem pemungutan pajak di Indonesia adalah sistem self assessment yang merupakan sistem yang mempercayakan sepenuhnya kepada wajib pajak untuk menghitung, membayarkan, dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang terutang. Di dalam sistem pemungutan pajak seperti ini tentu diperlukan berbagai macam peraturan yang digunakan sebagai alat kontrol dan pemahaman wajib pajak terhadap peraturan ini juga berpengaruh terhadap sukses atau tidaknya penerapan sistem pemungutan self assessment ini.

Pemerintah memberikan insentif pajak yang diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86 Tahun 2020 tentunya bertujuan untuk meringankan beban ekonomi wajib pajak UMKM dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya. Insentif PPh final terutang diberikan kepada wajib pajak sesuai kriteria PP Nomor 23 Tahun 2018 yang terdampak pandemi corona virus disease 2019. Wajib mengajukan permohonan surat keterangan PP 23/2018 kepada DJP terlebih dahulu, secara online setelah itu wajib pajak dapat memanfaatkan insentif PPh DTP tersebut. Peraturan yang mudah dipahami dan diterapkan, menjadikan wajib pajak bersedia untuk menjalankan kewajiban perpajakannya.

Menurut penelitian Mudiarti (2020) yang membuktikan bahwa pemahaman insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kemauan membayar pajak. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis yang pertama dalam penelitian ini yaitu:

H₁: Pemahaman insentif pajak berpengaruh positif terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan.

2. Pengaruh Sosialisasi PMK Nomor 86 Tahun 2020 Terhadap Kemauan Menjalankan Kewajiban Perpajakan

Kegiatan penyuluhan pajak memiliki andil yang cukup besar dalam mensukseskan sosialisasi pajak seluruh wajib pajak. Berbagai media diharapkan mampu menggugah kesadaran masyarakat untuk patuh terhadap pajak dan membawa pesan moral terhadap pentingnya pajak bagi negara. Sosialisasi adalah suatu konsep umum yang dimaknakan sebagai proses dimana kita belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berfikir, merasakan dan bertindak dimana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif/

Sosialisasi PMK Nomor 86 Tahun 2020 merupakan sosialisasi perpajakan yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) melalui penyuluhan secara langsung oleh dirjen pajak maupun melalui media sosial. Sosialisasi ini bertujuan memberikan informasi mengenai PMK Nomor 86 Tahun 2020 yang mengatur tentang insentif pajak penghasilan final yang terutang ditanggung oleh pemerintah bagi wajib pajak UMKM yang sesuai kriteria PP Nomor 23 Tahun 2018 yang terdampak pandemic corona virus

disease 2019. Sosialisasi yang semakin intensif akan menjadikan wajib pajak mengerti akan kewajiban perpajakannya sehingga bersedia untuk menjalankan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Menurut penelitian Ayem dan Nofitasari (2019) serta Hasna Mudiarti (2020) yang membuktikan bahwa sosialisasi insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemauan membayar pajak. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis yang pertama dalam penelitian ini yaitu:

H₂: Sosialisasi PMK Nomor 86 Tahun 2020 berpengaruh positif terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan.