

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Pajak

2.1.1 Definisi Pajak

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara yang memiliki peran vital dalam membiayai pengeluaran publik dan pembangunan nasional. Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang dikenakan kepada orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dan tidak mendapatkan imbalan secara langsung (Mardiasmo, 2023). Hal ini menekankan bahwa pajak memiliki unsur paksaan hukum, namun hasilnya akan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pelayanan publik dan fasilitas negara.

Secara umum, pajak memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Bersifat memaksa: setiap warga negara atau badan usaha wajib membayar pajak sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
2. Tanpa imbalan langsung: pembayaran pajak tidak memberikan balas jasa secara langsung kepada pembayar, namun dimanfaatkan untuk kepentingan umum.
3. Ditetapkan berdasarkan hukum: seluruh aspek pemungutan pajak diatur oleh peraturan perundang-undangan, sehingga memiliki kekuatan hukum tetap.

Dengan demikian, pajak menjadi pilar utama dalam sistem keuangan negara yang mendukung fungsi negara dalam menyediakan layanan dan menciptakan

kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

2.1.2 Fungsi Pajak

Pajak memiliki beberapa fungsi penting dalam sistem perekonomian dan keuangan negara. Menurut (Mardiasmo, 2023) fungsi utama pajak tidak hanya terbatas pada pengumpulan pendapatan negara, tetapi juga sebagai alat kebijakan ekonomi. Secara umum, pajak memiliki empat fungsi utama, yaitu:

1. Fungsi Anggaran (*Budgeter*): Pajak menjadi sumber penerimaan utama negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan pembangunan. Penerimaan dari pajak digunakan untuk menyediakan pelayanan publik, seperti pendidikan, kesehatan, pertahanan, serta pembangunan infrastruktur.
2. Fungsi Mengatur (*Regulerend*): Pajak digunakan sebagai instrumen untuk mengatur kegiatan ekonomi masyarakat. Melalui kebijakan tarif dan insentif pajak, pemerintah dapat mendorong atau mengendalikan aktivitas ekonomi tertentu, seperti memberikan tarif pajak yang lebih rendah bagi UMKM guna mendorong pertumbuhan sektor informal ke sektor formal.
3. Fungsi Redistribusi Pendapatan: Pajak yang telah dipungut oleh negara dimanfaatkan untuk membiayai berbagai kepentingan publik, termasuk pendanaan pembangunan. Hal ini pada gilirannya dapat menciptakan lapangan kerja dan secara tidak langsung meningkatkan pendapatan masyarakat.
4. Fungsi Stabilisasi: Pajak membantu menstabilkan kondisi perekonomian

negara. Dalam situasi inflasi atau resesi, pemerintah dapat menyesuaikan kebijakan pajak untuk mengendalikan daya beli masyarakat, investasi, dan konsumsi.

2.2. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

2.2.1 Definisi UMKM

Menurut Halim (Halim, 2020), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memproduksi barang atau jasa dengan memanfaatkan sumber daya alam lokal, keterampilan, serta nilai seni tradisional dari wilayah asalnya. UMKM memiliki sejumlah karakteristik, antara lain: bahan baku yang mudah didapatkan, penggunaan teknologi sederhana yang memungkinkan transfer teknologi dengan mudah, serta keterampilan dasar yang umumnya diwariskan secara turun-temurun. Selain itu, UMKM bersifat padat karya karena mampu menyerap banyak tenaga kerja, memiliki potensi pasar yang luas, dan sebagian besar produk mereka dipasarkan di tingkat lokal atau domestik, meskipun beberapa juga memiliki potensi ekspor. Produk UMKM juga seringkali mencerminkan ciri khas budaya dan seni daerah, serta memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat berpenghasilan rendah di sekitarnya. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM adalah kegiatan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar.

Kriteria UMKM dalam undang-undang tersebut diklasifikasikan berdasarkan jumlah kekayaan bersih (aset) dan hasil penjualan tahunan (omzet), sebagai berikut:

1. Usaha Mikro

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau besar. Kriterianya meliputi:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00.

3. Usaha Menengah

Usaha menengah juga merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan tidak dimiliki atau dikendalikan oleh usaha besar. Kriteria usaha menengah adalah:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00.

2.3. Perpajakan UMKM di Indonesia

Pemerintah Indonesia melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018 menetapkan kebijakan khusus perpajakan bagi Wajib Pajak Orang Pribadi dan Badan yang memiliki peredaran bruto tidak melebihi Rp4,8 miliar dalam satu tahun pajak. Kebijakan ini menetapkan tarif Pajak Penghasilan (PPh) Final sebesar 0,5% dari omzet, yang dirancang sebagai bentuk penyederhanaan administrasi dan untuk meningkatkan kepatuhan sukarela pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Tujuannya adalah memberikan kemudahan, efisiensi, dan keadilan fiskal bagi UMKM yang umumnya memiliki keterbatasan dalam aspek pencatatan dan administrasi keuangan (Direktorat Jenderal Pajak, 2018).

PP 23 Tahun 2018 juga mengatur batas waktu pemanfaatan tarif PPh Final 0,5% yang berbeda tergantung bentuk badan usaha, yaitu selama:

1. 7 tahun untuk Wajib Pajak Orang Pribadi,
2. 4 tahun untuk koperasi, firma, atau CV,
3. dan 3 tahun untuk Perseroan Terbatas (PT).

Setelah jangka waktu tersebut berakhir atau jika omzet melebihi Rp4,8 miliar, maka Wajib Pajak tidak lagi dapat menggunakan fasilitas PPh Final dan wajib

beralih ke sistem perpajakan umum. Dalam sistem ini, Wajib Pajak harus melakukan pembukuan serta melaporkan penghasilan berdasarkan penghitungan laba/rugi dan dikenai tarif sesuai ketentuan Pasal 17 UU PPh.

Sebagai kebijakan lanjutan, Pemerintah menerbitkan PP Nomor 55 Tahun 2022 tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan. Meskipun PP ini tidak menggantikan PP 23/2018 secara langsung, peraturan tersebut memperkenalkan ketentuan tambahan, seperti pembebasan PPh Final atas omzet hingga Rp500 juta per tahun bagi Wajib Pajak Orang Pribadi. Ketentuan ini bersifat melengkapi dan memberikan insentif tambahan

Kewajiban perpajakan UMKM dalam kerangka PP 23 Tahun 2018 meliputi:

1. Pendaftaran dan pengaktifan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP),
2. Penghitungan PPh Final sebesar 0,5% dari omzet bulanan,
3. Penyetoran pajak ke kas negara melalui kanal resmi Direktorat Jenderal Pajak.
4. Pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan.

2.4. Kepatuhan Pajak

2.4.1 Definisi Kepatuhan Pajak

Menurut (Hasanudin, Ramdhani, & Giyantoro, 2020), kepatuhan wajib pajak merupakan kondisi di mana wajib pajak menjalankan seluruh kewajiban perpajakan serta melaksanakan hak-haknya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kepatuhan ini tercermin melalui pelaporan SPT secara tepat waktu dan kemampuan dalam menghitung serta melunasi jumlah pajak terutang. Ketika kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak meningkat, maka

penerimaan negara dari sektor perpajakan juga akan mengalami peningkatan. Hal ini memberikan dampak positif, baik bagi negara dalam mendukung kelancaran pembangunan, maupun bagi masyarakat melalui tercapainya target penerimaan negara yang optimal. Dalam konteks administrasi perpajakan modern, kepatuhan tidak hanya dipandang sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai bentuk partisipasi aktif warga negara dalam pembiayaan pembangunan negara. (Nurmantu, 2005) membedakan dua jenis kepatuhan, yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Menurut (Rahayu, 2017) Kepatuhan formal merujuk pada pemenuhan kewajiban administratif seperti pendaftaran NPWP, pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT), dan pembayaran pajak tepat waktu. Sedangkan kepatuhan material menitikberatkan pada kebenaran dan kejujuran dalam penghitungan serta pelaporan jumlah penghasilan dan pajak terutang yang sebenarnya. Sebagai contoh, pelaku UMKM yang melaporkan SPT tepat waktu namun melaporkan omzet lebih rendah dari yang sebenarnya, tergolong patuh secara formal namun tidak secara material.

Selain itu, literatur perpajakan kontemporer mengemukakan adanya perbedaan antara kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*) dan kepatuhan karena paksaan (*enforced compliance*). Kepatuhan sukarela terjadi saat WP menjalankan kewajiban tanpa tekanan, karena kesadaran moral, pemahaman yang baik, dan kepercayaan terhadap sistem perpajakan. Sebaliknya, kepatuhan karena paksaan muncul sebagai respons atas ketakutan terhadap sanksi atau pemeriksaan pajak (Kirchler, 2007). Dalam konteks UMKM di Indonesia, dorongan untuk patuh seringkali bersifat campuran, dipengaruhi oleh persepsi

risiko, kepercayaan terhadap pemerintah, dan persepsi terhadap manfaat fasilitas pajak yang diberikan.

2.4.2 Indikator Kepatuhan Pajak UMKM

(Rahayu, 2017) membedakan dua jenis kepatuhan, yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material.

1. Kepatuhan Formal

Kepatuhan formal adalah suatu keadaan di mana wajib pajak memenuhi seluruh kewajiban administratif perpajakan sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam perundang-undangan perpajakan. Kepatuhan ini mencakup tindakan seperti mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, menghitung pajak sesuai tarif yang berlaku, membayar pajak tepat waktu, serta menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) dalam batas waktu yang ditentukan. Fokus utama dari kepatuhan formal adalah pada keterpenuhan aspek-aspek prosedural dan teknis yang secara eksplisit diatur oleh peraturan perpajakan. Dengan kata lain, kepatuhan formal menekankan pada kepatuhan terhadap bentuk atau administrasi hukum, tanpa meninjau lebih dalam mengenai kesesuaian substansi atau niat dari wajib pajak.

2. Kepatuhan Material

Kepatuhan material merupakan bentuk kepatuhan yang lebih mendalam dan substansial, di mana wajib pajak tidak hanya menjalankan kewajiban administratif, tetapi juga memahami serta mematuhi jiwa dan inti dari peraturan perpajakan itu sendiri. Hal ini berarti bahwa wajib pajak secara sadar dan sukarela memenuhi

kewajiban perpajakan dengan benar dan jujur sesuai dengan substansi yang diamanatkan oleh undang-undang. Kepatuhan materil menekankan bahwa pajak yang dibayarkan sesuai dengan jumlah sebenarnya berdasarkan penghasilan atau omzet yang diperoleh, bukan sekadar untuk memenuhi formalitas administratif. Oleh karena itu, kepatuhan materil mencerminkan integritas dan etika kepatuhan wajib pajak terhadap hukum yang berlaku.

2.5. Kondisi Keuangan

2.5.1 Definisi Kondisi Keuangan

Kondisi keuangan adalah kemampuan organisasi untuk mempertahankan tingkat layanan, menahan gangguan ekonomi, dan memenuhi tuntutan pertumbuhan dan penurunan (Maher & Nollenberger, 2009). Kondisi keuangan secara umum merujuk pada tingkat kesehatan finansial suatu entitas dalam menjalankan kegiatan operasional dan memenuhi kewajiban keuangannya. Menurut (Harahap, 2016) kondisi keuangan dapat mencerminkan posisi keuangan serta kemampuan perusahaan dalam mencapai kinerja keuangan tertentu, khususnya melalui analisis rasio keuangan. Sementara itu, (Kasmir, 2009) menjelaskan bahwa kondisi keuangan yang sehat diperlukan untuk menjaga kelangsungan hidup usaha dan mendukung pengambilan keputusan manajerial.

Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), kondisi keuangan menjadi aspek krusial karena berkaitan langsung dengan keberlanjutan usaha, kemampuan memenuhi kewajiban termasuk pajak, serta

akses terhadap pembiayaan. UMKM yang memiliki kondisi keuangan stabil cenderung memiliki daya tahan terhadap tekanan ekonomi dan fleksibilitas dalam menyusun strategi bisnis.

2.5.2 Indikator Kondisi Keuangan UMKM

Secara teoritis, kondisi keuangan diukur menggunakan rasio keuangan, yang terdiri dari:

1. Rasio Likuiditas seperti current ratio (Aset Lancar / Kewajiban Lancar), untuk mengukur kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek.
2. Rasio Profitabilitas, seperti net profit margin (Laba Bersih / Penjualan), untuk melihat efisiensi menghasilkan laba.
3. Rasio Solvabilitas, seperti debt to equity ratio (Total Utang / Ekuitas), yang menunjukkan kemampuan melunasi kewajiban jangka panjang.

Namun, penerapan pengukuran formal ini pada UMKM seringkali terkendala oleh absennya laporan keuangan standar. (Kusumawati & Putri, 2023) sebagian besar UMKM di Indonesia belum menyusun laporan keuangan secara sistematis, sehingga pengukuran kondisi keuangan dalam penelitian UMKM lebih banyak menggunakan pendekatan perseptual.

2.6. Kesadaran Wajib Pajak

2.6.1 Definisi Kesadaran Pajak

Merupakan kondisi dimana wajib pajak sadar untuk membayar pajak, mengetahui fungsi pajak untuk pembiayaan negara, memahami kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai ketentuan yang berlaku (Hapsari & Kholis, 2020). Menurut (Hendri, 2016), kesadaran perpajakan merupakan suatu

keadaan di mana wajib pajak memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik mengenai peraturan perpajakan, serta secara sukarela dan tepat melaksanakan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dalam konteks UMKM, kesadaran menjadi elemen krusial karena pelaku UMKM seringkali belum memiliki pemahaman formal mengenai aturan perpajakan, sehingga keputusan mereka lebih banyak dipengaruhi oleh persepsi dan sikap terhadap pajak.

Penting untuk membedakan antara sekadar tahu (*awareness of existence*) dengan sadar (*internalized responsibility*). Wajib pajak yang hanya tahu mungkin mengenal adanya pajak, tetapi belum tentu merasa perlu memenuhinya secara sukarela.

2.6.2 Indikator Kesadaran Pajak

(Anggraeni, 2017) mengidentifikasi empat indikator utama kesadaran pajak yang sangat relevan dalam penelitian UMKM:

1. Mengetahui adanya UU dan ketentuan perpajakan.
2. Mengetahui dan memahami fungsi pajak untuk pembiayaan negara.
3. Menghitung, membayar, melaporkan pajak secara suka rela.
4. Menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan benar.

2.7 Sosialisasi Pajak

2.7.1 Definisi Sosialisasi Pajak

Menurut (Wardani & Wati, 2018), sosialisasi perpajakan adalah suatu bentuk upaya untuk menyampaikan informasi terkait perpajakan dengan tujuan meningkatkan pemahaman individu mengenai pajak, sehingga diharapkan

dapat mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak. Menurut (Listiyowati, Indrati, Wijayanti, & Setiawan, 2021) sosialisasi perpajakan merupakan upaya dan proses memberi informasi terkait perpajakan untuk menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan dan sikap masyarakat, dunia usaha, aparat, serta lembaga pemerintah maupun non pemerintah agar untuk memahami, sadar, peduli dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Sosialisasi pajak sering kali tumpang tindih dengan istilah edukasi pajak, penyuluhan pajak, atau kampanye pajak. Meskipun ketiganya memiliki tujuan yang serupa, masing-masing memiliki pendekatan yang berbeda. Edukasi pajak menekankan aspek pendidikan jangka panjang yang bertujuan membentuk pemahaman konseptual dan sikap positif terhadap pajak sejak dini. Penyuluhan pajak lebih bersifat praktis dan aplikatif, misalnya memberikan bimbingan langsung mengenai pelaporan pajak atau penggunaan aplikasi perpajakan. Sementara itu, kampanye pajak bersifat massal dan biasanya memanfaatkan media publik secara luas untuk menjangkau masyarakat umum. Sosialisasi pajak mencakup ketiga pendekatan ini secara menyeluruh, sehingga menjadi instrumen penting dalam membangun pemahaman, keterlibatan, dan hubungan positif antara otoritas pajak dan masyarakat.

Melalui kegiatan sosialisasi yang dirancang dengan baik, wajib pajak tidak hanya menerima informasi, tetapi juga dapat memperoleh berbagai bentuk insentif, baik secara informatif, administratif, maupun simbolik. Insentif ini, seperti kemudahan layanan, akses informasi praktis, sertifikat, atau pengakuan sosial, dapat meningkatkan partisipasi aktif wajib pajak dalam mengikuti sosialisasi. Dengan demikian, wajib pajak akan lebih memahami arti penting

membayar pajak sebagai kontribusi bagi negara. Pengetahuan ini dapat memperkuat kemampuan mereka dalam melaksanakan kewajiban perpajakan secara benar, yang pada akhirnya turut mendorong peningkatan kepatuhan pajak secara berkelanjutan.

2.7.2 Indikator Sosialisasi Pajak

Menurut (Widodo, Djefris, & Wardhani, 2010), sosialisasi perpajakan mencakup tiga indikator utama yang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas penyampaian informasi perpajakan kepada wajib pajak:

1. Penyuluhan

Penyuluhan melibatkan kegiatan edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak mengenai peraturan dan kewajiban perpajakan. Aspek-aspek yang diperhatikan dalam penyuluhan meliputi:

- a. Metode yang digunakan: cara penyampaian informasi, seperti ceramah, diskusi, atau pelatihan.
- b. Tempat dan fasilitas: lokasi dan sarana yang mendukung kelancaran penyuluhan.
- c. Media yang digunakan: alat bantu seperti slide presentasi, brosur, atau video edukatif.
- d. Materi yang disampaikan: konten yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan wajib pajak.

2. Cara Sosialisasi

Sosialisasi dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, baik secara

langsung maupun tidak langsung:

- a. Sosialisasi langsung: interaksi tatap muka antara petugas pajak dan wajib pajak, seperti seminar atau *workshop*.
- b. Sosialisasi tidak langsung: penyampaian informasi melalui media massa, seperti iklan di televisi, radio, atau media cetak.

3. Media Informasi yang Digunakan

Media informasi berperan penting dalam menyebarkan informasi perpajakan kepada masyarakat. Media yang digunakan dapat berupa:

- a. Media cetak: koran, majalah, brosur, atau leaflet.
- b. Media elektronik: televisi, radio, atau internet.
- c. Media luar ruang: spanduk, baliho, atau papan reklame.

Dengan memahami dan menerapkan ketiga indikator tersebut, diharapkan sosialisasi perpajakan dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan mereka.

2.7. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini didasarkan pada pemahaman bahwa kepatuhan pajak pada pelaku UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, di antaranya kondisi keuangan, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi pajak. Kondisi keuangan yang baik mencerminkan kemampuan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban finansialnya, termasuk dalam hal pembayaran pajak secara tepat waktu dan sesuai ketentuan, sehingga pelaku usaha yang memiliki stabilitas keuangan cenderung lebih patuh. Di sisi lain, kesadaran pajak merupakan faktor internal yang mencerminkan sejauh mana wajib pajak memahami peran dan manfaat pajak bagi pembangunan negara serta memandang pajak sebagai tanggung jawab moral. Kesadaran ini mendorong

kepatuhan secara sukarela, bukan semata-mata karena paksaan hukum. Selain itu, sosialisasi pajak berperan penting dalam membentuk perilaku wajib pajak melalui pemberian informasi yang jelas dan mudah diakses mengenai hak dan kewajiban perpajakan. Sosialisasi yang efektif, baik melalui penyuluhan langsung, media digital, maupun cetak, dapat meningkatkan pemahaman dan mengubah sikap wajib pajak menuju perilaku yang lebih patuh. Dengan demikian, kondisi keuangan, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi pajak secara bersama-sama diperkirakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak UMKM di Kabupaten Sleman. Kondisi keuangan mendukung kemampuan membayar, kesadaran membentuk komitmen moral, dan sosialisasi memperkuat pemahaman serta norma kepatuhan. Ketiganya saling melengkapi dalam mendorong perilaku patuh yang berkelanjutan.

2.8. Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan salah satu teori perilaku yang dikembangkan oleh (Ajzen, 1991), yang menjelaskan bahwa tindakan manusia merupakan hasil dari proses berpikir dan pertimbangan yang direncanakan. Tidak seperti teori stimulus-respons yang bersifat reaktif, TPB menekankan bahwa perilaku seseorang dapat diprediksi berdasarkan niat (*intention*), yang terbentuk sebelum seseorang benar-benar bertindak.

(Ajzen, 1991) menyatakan bahwa TPB memiliki keunggulan dibanding teori keperilakuan lainnya karena dapat mengidentifikasi keyakinan seseorang terhadap kendali atas hasil perilaku, serta membedakan antara individu yang memiliki niat kuat untuk bertindak dengan mereka yang tidak. Artinya, teori ini mampu menjelaskan mengapa dua individu dalam kondisi yang sama bisa memiliki perilaku yang berbeda. TPB membentuk niat berperilaku melalui tiga komponen

utama:

1. *Behavioral Belief* (Keyakinan Perilaku): Yaitu keyakinan individu mengenai hasil yang mungkin ditimbulkan dari suatu tindakan. Keyakinan ini membentuk sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*). Semakin individu meyakini bahwa suatu tindakan akan menghasilkan manfaat, semakin positif sikapnya untuk melakukan tindakan tersebut.
2. *Normative Belief* (Keyakinan Normatif): Merupakan persepsi individu terhadap tekanan sosial dari lingkungan sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau otoritas. Keyakinan ini membentuk *subjective norm*, yaitu sejauh mana individu merasakan adanya harapan atau dorongan sosial untuk melakukan suatu tindakan. Jika individu merasa bahwa orang-orang penting dalam hidupnya mendukung suatu tindakan, maka kecenderungan untuk bertindak sesuai harapan sosial tersebut akan meningkat.
3. *Control Belief* (Keyakinan Kontrol): Berkaitan dengan sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan atau sumber daya yang cukup untuk melaksanakan suatu tindakan. Ini mencerminkan persepsi terhadap kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan perilaku, dan memengaruhi apa yang disebut dengan *perceived behavioral control*.

Ketiga komponen tersebut secara bersama-sama membentuk *intention* (niat), yang merupakan faktor penentu utama apakah seseorang akan melakukan tindakan atau tidak. Dalam konteks kepatuhan pajak UMKM, teori ini

menjelaskan bahwa keputusan wajib pajak untuk patuh tidak hanya ditentukan oleh sikap positif terhadap pajak, tetapi juga oleh tekanan sosial (misalnya dari lingkungan usaha atau otoritas pajak) dan persepsi terhadap kemampuan diri untuk memenuhi kewajiban pajak secara benar dan tepat waktu.

2.9. Hubungan Antar Variabel

2.10.1 Hubungan Antara Variabel Kondisi Keuangan dengan Variabel Kepatuhan Pajak UMKM

Kondisi keuangan merupakan salah satu indikator utama dari kesehatan operasional UMKM. Ketika arus kas lancar, likuiditas memadai, dan usaha menunjukkan profitabilitas yang stabil, pelaku UMKM lebih mampu melakukan perencanaan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang, termasuk dalam mengalokasikan dana untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Dalam kondisi demikian, pembayaran pajak tidak lagi dipandang sebagai beban yang mengancam kelangsungan usaha, melainkan sebagai bagian dari kewajiban rutin yang dapat dikelola.

Sebaliknya, ketika UMKM mengalami kesulitan keuangan misalnya akibat penurunan omzet, tingginya biaya operasional, atau krisis likuiditas maka kemungkinan besar pajak akan menjadi pos pengeluaran yang ditunda. Dalam situasi seperti ini, pelaku usaha cenderung memilih bertahan hidup secara ekonomi terlebih dahulu sebelum memenuhi kewajiban formal seperti pelaporan dan penyetoran pajak.

Dari sudut pandang *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), Kondisi keuangan berperan sebagai faktor yang memperkuat *control belief*, yakni

keyakinan pelaku usaha terhadap kemampuannya untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Ketika UMKM memiliki kondisi keuangan yang stabil ditandai dengan likuiditas yang memadai, arus kas lancar, dan kemampuan membayar kewajiban tepat waktu, pelaku usaha akan merasa lebih mampu secara finansial untuk menyetor pajak tanpa mengorbankan kebutuhan operasional bisnis. Hal ini meningkatkan *perceived behavioral control* yang kemudian memperkuat *intention* atau niat untuk patuh pajak.

Sebaliknya, jika kondisi keuangan UMKM lemah, seperti mengalami penurunan omzet atau tekanan biaya operasional, maka pelaku usaha akan merasa kurang mampu untuk membayar pajak, yang menurunkan *perceived control*. Dalam situasi ini, meskipun sikap terhadap pajak mungkin positif, niat untuk patuh menjadi lemah karena persepsi terhadap kesulitan dalam melaksanakan kewajiban tersebut. Dengan demikian, kondisi keuangan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak melalui persepsi kontrol dalam TPB.

2.10.2 Hubungan Antara Variabel Kesadaran Pajak dengan Variabel Kepatuhan Pajak UMKM

Kesadaran pajak merupakan sikap mental dan pemahaman individu dalam menyadari pentingnya memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela. Dalam konteks pelaku UMKM, kesadaran ini mencakup kemampuan memahami peraturan perpajakan, menerima peran pajak dalam pembangunan nasional, dan bersedia menjalankan kewajiban pajak bukan karena takut sanksi, tetapi karena kesadaran akan tanggung jawab sebagai warga negara.

Hubungan antara kesadaran pajak dan kepatuhan pajak dapat dijelaskan

secara teoritis melalui pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh (Ajzen, 1991). TPB menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku (dalam hal ini, kepatuhan pajak) dapat dikaitkan dengan *Behavioral Belief*. Kesadaran pajak memengaruhi bagaimana seseorang memandang tindakan membayar pajak. UMKM yang menyadari bahwa pajak digunakan untuk membiayai pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan sektor publik lainnya, akan memiliki sikap positif terhadap kewajiban perpajakan. Sikap ini mendorong timbulnya intensi untuk taat. Ketika pajak dipandang sebagai bentuk kontribusi, bukan beban, maka pelaku usaha akan lebih cenderung melakukan pelaporan dan pembayaran secara tertib.

2.10.3 Hubungan Antara Variabel Sosialisasi Pajak dengan Variabel Kepatuhan Pajak UMKM

Sosialisasi pajak adalah upaya untuk menyampaikan informasi terkait perpajakan dengan tujuan meningkatkan pemahaman individu mengenai pajak, sehingga diharapkan dapat mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak. Informasi yang disampaikan tidak hanya mencakup hak dan kewajiban perpajakan, tetapi juga prosedur administratif, pembaruan kebijakan, serta fasilitas dan insentif yang tersedia. Bagi pelaku UMKM yang banyak berada dalam sektor informal, memiliki keterbatasan akses terhadap informasi perpajakan, dan sering kali belum tersentuh oleh edukasi fiskal secara langsung, peran sosialisasi menjadi sangat strategis dalam membangun kesadaran dan kepatuhan terhadap sistem pajak.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh (Ajzen, 1991), sosialisasi pajak dapat menjadi faktor yang mendorong norma subjektif (*subjective norms*), yaitu persepsi individu terhadap harapan sosial dari lingkungan sekitarnya. Ketika pelaku UMKM menerima informasi perpajakan secara konsisten melalui seminar, penyuluhan, media sosial, atau interaksi langsung dengan petugas pajak, maka terbentuk pemahaman bahwa kepatuhan pajak adalah suatu kewajiban sosial yang diakui dan diharapkan. Lingkungan sosial yang mendukung dan teredukasi menciptakan dorongan normatif agar wajib pajak memenuhi kewajiban pajaknya. Dengan demikian, semakin tinggi intensitas dan kualitas sosialisasi, semakin kuat *subjective norm* yang terbentuk, dan semakin besar pula kecenderungan untuk patuh pajak.

2.10. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa referensi penelitian terdahulu yang dapat memberikan gambaran kepada penulis mengenai penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Objek	Hasil Penelitian
1	(Luayyi, Septianingtya s, & Yani, 2022)	X1: Pengetahuan Pajak X2: Sanksi Pajak X3: Modernisasi Sistem	Pelaku UMKM di Kecamatan Kota Kediri	Semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Objek	Hasil Penelitian
		X4: Kondisi Keuangan Y: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM		pajak UMKM
2	(Marsha, 2021)	X1: Kesadaran Wajib Pajak X2: Pemahaman Peraturan Perpajakan X3: Kualitas dan Pelayanan Fiskus Y: Kepatuhan Wajib Pajak	Wajib Pajak Orang Pribadi yang berada di wilayah Jakarta Timur	Semua Variabell independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi
3	(Gabriella, 2017)	X1: Sosialisasi Perpajakan X2: Sanksi Pajak X3: Pemeriksaan Pajak Y: Kepatuhan Wajib Pajak	Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu	Semua Variabell independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi
4	(Anwar, Suwailim, Azizia, & Purnomo, 2024)	X1: Sosialisasi Perpajakan, X2: Keadilan Pajak, X3: Efektivitas Penerapan Pajak Y: Kepatuhan Wajib Pajak	UMKM di Kediri	Semua variabel berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM.
5	(Wula Djo, 2022)	X1:Pemanfaatan Teknologi Informasi	Wajib Pajak di Kota	Ketiga variabel bebas memiliki

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Objek	Hasil Penelitian
		X2: Sosialisasi Pajak X3: Penerapan E-Filing Y: Kepatuhan Wajib Pajak	Yogyakarta	pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
6	(Panggiarti & Sarfiah, 2023)	X1: Edukasi X2: Kesadaran Pajak Y: Kepatuhan Wajib Pajak	UMKM baru di DJP Jawa Tengah	Kedua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM.
7	(Dewi, 2021)	X1: Sosialisasi Perpajakan X2: Pelayanan Fiskus X3: Pelaksanaan self assessment system X4: Kesadaran Wajib Pajak X5: Pemahaman peraturan perpajakan Y: Kepatuhan Wajib Pajak	UMKM di KPP Pratama Temanggung	Variabel pelayanan fiskus, kesadaran wajib pajak, pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif, sedangkan variabel sosialisasi perpajakan dan pelaksanaan self assessment system tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

2.11. Review Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan dalam skripsi ini menunjukkan bahwa berbagai faktor seperti pengetahuan pajak, kesadaran, kondisi keuangan, sosialisasi, hingga pemanfaatan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, baik pada UMKM maupun wajib pajak orang pribadi.

Penelitian oleh (Luayyi, Septianingtyas, & Yani, 2022) meneliti pengaruh variabel pengetahuan pajak, sanksi pajak, modernisasi sistem, dan kondisi keuangan terhadap kepatuhan pajak UMKM di Kota Kediri. Hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak.

Studi oleh (Marsha, 2021) yang meneliti wajib pajak orang pribadi di Jakarta Timur juga menemukan bahwa kesadaran wajib pajak, pemahaman peraturan, serta kualitas pelayanan fiskus secara signifikan meningkatkan kepatuhan pajak.

Sementara itu, (Gabriella, 2017) menyoroti pentingnya sosialisasi, sanksi, dan pemeriksaan pajak dalam meningkatkan kepatuhan di KPP Pratama Batu. Hasil penelitian ini memperkuat pentingnya pendekatan non-struktural dalam meningkatkan kepatuhan pajak.

Penelitian lainnya oleh (Anwar, Suwailim, Azizia, & Purnomo, 2024) yang berfokus pada UMKM di Kediri menunjukkan bahwa sosialisasi, keadilan, dan efektivitas sistem perpajakan memiliki dampak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian (Wula Djo, 2022) di Yogyakarta menambahkan perspektif digitalisasi melalui pemanfaatan e-filing dan teknologi informasi, yang terbukti secara positif meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Dalam konteks edukasi dan kesadaran (Panggiarti & Sarfiah, 2023) meneliti UMKM baru di Jawa Tengah dan menemukan bahwa edukasi dan kesadaran pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan.

Terakhir, (Dewi, 2021) menemukan bahwa variabel pelayanan fiskus, kesadaran wajib pajak, pemahaman peraturan perpajakan berpengaruh positif, sedangkan variabel sosialisasi perpajakan dan pelaksanaan self assessment system tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

2.13 Pengembangan Hipotesis

2.13.1 Pengaruh kondisi keuangan terhadap kepatuhan pajak UMKM di Sleman

Kondisi keuangan yang sehat menggambarkan kemampuan UMKM dalam mengelola arus kas, membayar kewajiban jangka pendek, serta menghasilkan keuntungan yang cukup. Dalam konteks perpajakan, kondisi keuangan yang baik meningkatkan *perceived behavioral control* (TPB), sebagaimana dijelaskan dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), karena pelaku usaha merasa memiliki kemampuan dan sumber daya yang cukup untuk melaksanakan kewajiban pajak dengan benar dan tepat waktu. Ketika UMKM tidak berada dalam tekanan finansial, mereka lebih siap secara psikologis maupun administratif untuk menunjukkan perilaku patuh pajak secara

sukarela.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Luayyi, Septianingtyas, & Yani, 2022) yang menunjukkan bahwa kondisi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil penelitian tersebut memperkuat argumen bahwa semakin baik kondisi keuangan UMKM maka semakin besar kemampuan dan kesiapan pelaku usaha untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara tepat waktu dan sesuai ketentuan. Ketika pelaku usaha merasa mampu secara finansial, mereka cenderung memandang pajak bukan sebagai beban, melainkan sebagai kewajiban rutin yang terencana. Sebaliknya, dalam situasi keuangan yang tidak stabil, pembayaran pajak sering kali menjadi prioritas rendah. Oleh karena itu, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 = Kondisi keuangan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak UMKM di Sleman.

2.13.2 Pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Sleman

Kesadaran pajak mencerminkan sejauh mana wajib pajak memahami pentingnya membayar pajak sebagai kontribusi terhadap pembangunan negara. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), kesadaran pajak berperan dalam membentuk *attitude toward behavior*, yaitu sikap positif terhadap tindakan membayar pajak. Ketika pelaku UMKM memiliki pengetahuan yang cukup tentang manfaat pajak serta kesadaran moral sebagai warga negara, mereka akan memandang kepatuhan pajak bukan sebagai beban, tetapi sebagai tindakan yang benar dan bermakna.

Penelitian oleh (Marsha, 2021) menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Jakarta Timur, yang berarti semakin tinggi kesadaran, semakin tinggi pula kepatuhan. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Panggiarti & Sarfiah, 2023) yang menyatakan bahwa kesadaran pajak secara positif dan signifikan memengaruhi kepatuhan pajak pada UMKM baru di Jawa Tengah

Dengan demikian, kesadaran pajak memainkan peran penting dalam membentuk niat untuk patuh melalui ketiga komponen utama dalam TPB, yang pada akhirnya mendorong terwujudnya perilaku patuh secara aktual. Oleh karena itu, semakin tinggi kesadaran wajib pajak, semakin besar kemungkinan pelaku UMKM akan mematuhi peraturan perpajakan secara sukarela dan konsisten.

H2 = kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak UMKM di Sleman.

2.13.3 Pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Sleman

Sosialisasi pajak adalah upaya untuk menyampaikan informasi terkait perpajakan dengan tujuan meningkatkan pemahaman individu mengenai pajak, sehingga diharapkan dapat mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak. Bagi pelaku UMKM sosialisasi menjadi saluran utama untuk memahami kewajiban perpajakan secara tepat dan menyeluruh. Keberadaan sosialisasi menjadi krusial dalam menjembatani kesenjangan informasi antara otoritas pajak dan pelaku usaha.

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), sosialisasi

pajak memperkuat *subjective norms*, yaitu persepsi wajib pajak terhadap harapan sosial yang berkembang di lingkungan sekitar. Ketika UMKM secara aktif menerima informasi dari seminar, media sosial, penyuluhan, atau interaksi langsung dengan petugas pajak, tumbuh kesadaran bahwa kepatuhan pajak adalah kewajiban sosial. Lingkungan yang mendukung dan teredukasi memberikan dorongan normatif untuk patuh. Semakin intensif dan berkualitas sosialisasi yang diterima, semakin kuat *subjective norm* yang terbentuk, sehingga kecenderungan untuk patuh pajak pun meningkat.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wula Djo, 2022), yang menunjukkan bahwa sosialisasi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pelaporan pajak pelaku UMKM. Penelitian lain oleh (Anwar, Suwailim, Azizia, & Purnomo, 2024) juga menunjukkan bahwa peningkatan intensitas sosialisasi berbanding lurus dengan peningkatan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini semakin menegaskan bahwa semakin efektif sosialisasi pajak yang dilakukan, maka semakin besar kemungkinan pelaku UMKM untuk memahami dan melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan baik.

H3 = Sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak UMKM di Sleman.