

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan negara merupakan mekanisme kegiatan yang terjadi secara berkesinambungan. Indonesia juga terus memberlakukan pembangunan di segala bidang untuk memajukan negara. Termasuk pada perekonomian, pendidikan, kebudayaan, peraturan dan bidang lainnya. Pembangunan negara tentunya juga membutuhkan anggaran dengan jumlah besar.

Agar dapat memenuhi target anggaran negara, pengendalian dan pengelolaan sumber pendapatan negara harus dilakukan. Salah satu cara untuk mendapatkan dana adalah dengan pengenaan pajak. Sesuai dengan UU No. 6 Tahun 1983 yang sebagaimana telah diubah terakhir dengan UU No. 28 Tahun 2007 mengenai Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Dijelaskan pada Pasal 1 ayat 1 yakni “Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Pajak merupakan sumber pendapatan yang sangat diandalkan pada masa kini karena tingkat pertumbuhan penduduk dan ekonomi yang terus bertambah. Pajak juga merupakan kontribusi wajib warga negara sehingga masyarakat harus memperhatikan ketentuan yang ada dan dibuat pemerintah berdasarkan demokrasi. Maka dari itu komitmen warga negara Indonesia dalam patuh memenuhi kewajiban pajak penting untuk meningkatkan potensi-potensi yang ada di Indonesia.

Tax ratio merupakan suatu ukuran kinerja penerimaan pajak dalam suatu negara yang menggambarkan perbandingan penerimaan pajak terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Angka *tax ratio* digunakan untuk mengukur optimalisasi kapasitas administrasi perpajakan di suatu negara dalam rangka menghimpun penerimaan pajak di suatu negara. *Tax ratio* di Negara Indonesia masih rendah jika dibandingkan dengan negara yang termasuk dalam *ASEAN, The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* dan G20, hal ini disampaikan oleh Menteri Keuangan Sri Mulyani dalam Acara Mandiri Investment Forum 2024. *Tax ratio* dilihat dari penerimaan pajak langsung dan tidak langsung yang tentunya secara umum dipengaruhi oleh kepatuhan masyarakat memenuhi kewajiban pajaknya. Peningkatan penerimaan pajak terus terjadi pada beberapa tahun terakhir dan berikut adalah tabel realisasi penerimaan pajak tahunan Negara Indonesia diluar pungutan bea cukai selama 5 tahun terakhir.

Tabel 1. 1 Total Tahunan Penerimaan Pajak Tahun 2020-2024

Tahun	Realisasi Pertumbuhan Penerimaan Pajak (year on year)	Total
2020	(19,7%)	Rp 1,072,11 T
2021	19,3 %	Rp 1.278,63 T
2022	34,3 %	Rp 1.716,77 T
2023	8,9 %	Rp 1.869,23 T
2024	3,5 %	Rp 1.932,40 T

Sumber: (Kementerian Keuangan)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu unit usaha yang memiliki kontribusi luas dan berperan penting bagi perekonomian Indonesia. Menurut data terbaru dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai lebih dari 65 juta unit. UMKM ini tersebar di berbagai sektor termasuk kuliner, tata busana, otomotif, hingga kreatif. UMKM memegang kurang lebih 99% dari keseluruhan usaha di Indonesia di banding dengan usaha besar. Sehingga UMKM juga mendorong terciptanya lapangan kerja baru dan meningkatkan PDB di Indonesia. Oleh karena itu pemerintah perlu untuk menyokong pertumbuhan UMKM sehingga secara keseluruhan berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia termasuk penerimaan pajak walau efeknya tidak langsung.

Walaupun menurut data UMKM memiliki potensi yang besar meningkatkan penerimaan pajak dikarenakan menjadi 99% bagian dari keseluruhan usaha di Indonesia. Kontribusi UMKM dalam penerimaan pajak negara belum besar, belum tepat dan masih banyak yang tidak terdaftar sebagai wajib pajak. Menurut Damayanti (2024) kontribusi penerimaan pajak dan jumlah wajib pajak dari UMKM masih sangat sedikit. Penelitian yang dilakukan oleh Herprabangkoro dan Rosdiana (2024) menunjukkan meskipun jumlah UMKM mengalami pertumbuhan yang signifikan, namun hal ini belum sepenuhnya tercermin dalam sektor perpajakan. Menurut data terbaru dari Direktorat Jenderal Pajak Indonesia per tahun 2022 – 2023, UMKM yang terdaftar sebagai wajib pajak dan mempunyai NPWP adalah sejumlah 2,3 juta. Artinya persentase UMKM yang mendaftarkan usaha sebagai wajib pajak adalah 3 – 4% dari total keseluruhan UMKM di Indonesia

yakni 65 Juta. Mengingat potensi penerimaan pajak UMKM yang besar namun tingkat kepatuhan pajak yang rendah, realisasi penerimaan pajak tentunya dapat meningkat apabila UMKM berperan aktif dalam perekonomian negara berupa kepatuhan wajib pajak. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, diantaranya adalah sosialisasi pajak berbasis media sosial, kesadaran pajak dan pengetahuan pajak.

Di negara dengan ketentuan pajak yang berubah-ubah dan kompleks, usaha pemerintah dalam menyebarkan informasi dan mensosialisasikan pajak sangatlah penting. Di masa globalisasi dengan teknologi yang berkembang pesat dan serba *online*, informasi dan data dapat di akses dengan cepat, tepat dan relevan oleh masyarakat. Pada tahun 2024 menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Penduduk Indonesia semakin melek internet yang mana menjadi 221,56 juta jiwa dan dengan tujuan tertinggi bermedia sosial.

Berdasarkan data *The Global Statistics*, Instagram menjadi media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak saat ini. Sekitar 84,8 % pengguna di Indonesia atau sekitar 173,59 juta pengguna aktif memakai media sosial Instagram setiap bulannya. Menurut laporan *We Are Social, Platform* dengan pengguna tertinggi adalah Whatsapp Messenger dan diikuti oleh Instagram. Whatsapp Messenger adalah *platform* bertukar pesan, sedangkan Instagram digunakan sebagai media sosial resmi untuk membagikan, menyebarkan informasi dan mensosialisasikan konten data.

Media sosial memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan UMKM dan penerimaan pajaknya. Kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan eksternal. Faktor pertama yang diduga dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah sosialisasi pajak berbasis media sosial. Penelitian oleh Cyan dkk. (2016) menemukan pengaruh yang kuat dari kampanye pajak di surat kabar dan iklan televisi. Di zaman yang sudah berkembang menjadi serba digital hal tersebut dimanfaatkan oleh DJP Indonesia dalam menyebarkan informasi dan mensosialisasikan pajak melalui media sosial, terutama Instagram.

Instagram mampu memberikan pengalaman kepada pengguna untuk berbagi foto atau video sebagai konten pada profil Instagram, selain itu penggunanya dapat mengikuti akun pengguna lain (*followers*) agar dapat melihat foto atau video yang diunggah oleh pengguna yang telah diikuti. Instagram memiliki kekuatan di bidang visual dan dinilai dapat memberikan stimulus yang lebih terhadap penggunanya. Dengan cara ini sosialisasi pajak akan menarik dan meningkatkan komitmen warga negara dalam kepatuhan wajib pajak.

Faktor kedua yang diduga mampu mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah kesadaran pajak. Menurut Padmawati dan Wijaya (2023) kesadaran pajak adalah sesuatu dari dalam diri kita sendiri untuk menjadi sadar bahwasanya kita mempunyai kewajiban melakukan pembayaran pajak dengan ikhlas dan tanpa paksaan. Kemauan melakukan pembayaran pajak tumbuh dari diri sendiri. Jika seseorang sudah tumbuh kemauan dalam diri sendiri untuk membayar pajak dengan tepat waktu, seseorang akan mematuhi peraturan perpajakan di Indonesia melalui

pembayaran pajak dan menyesuaikan dengan tarif pajak. Semakin tinggi tingkat kesadaran pajak wajib pajak maka pelaksanaan kewajiban pajak semakin baik dikarenakan rasa tanggung jawab sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Kesadaran pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak (Putri, 2019).

Faktor ketiga yang diduga mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah pengetahuan pajak. Menurut Ardiansyah dan Irawan (2022) bahwa pengetahuan pajak adalah informasi pajak yang dapat digunakan wajib pajak sebagai dasar untuk bertindak, mengambil keputusan dan untuk menempuh arah atau strategi tertentu sehubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajibannya membayar pajak. Pengetahuan wajib pajak berakibat positif ataupun penting ke kepatuhan wajib pajak, (Ayuni dan Perseveranda, 2023). Mangoting dkk. (2024) menemukan bahwa pengetahuan pajak berdampak terhadap manajemen pajak untuk perencanaan pajak bisnis dikarenakan ketentuan pajak yang kompleks dan dinamis.

Sebab itu, penting bagi masyarakat terutama pihak UMKM mendapatkan sosialisasi pajak yang dapat diakses dengan cepat dan mudah di media sosial, memiliki kesadaran pajak juga mempunyai pengetahuan pajak agar wajib pajak UMKM dapat menjadi WP UMKM yang memiliki kepatuhan wajib pajak sesuai dengan ketentuan. Penelitian ini akan berfokus pada akun instagram @ditjenpajakri. Akun resmi instagram yang dimiliki oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah memiliki pengikut sebanyak 533,3 ribu pengguna. Akun tersebut berisi berbagai informasi terkait dengan pajak. Informasi tersebut dapat berupa ketentuan dan tata cara pajak, kegiatan-kegiatan Direktorat Jenderal Pajak, ajakan untuk

memenuhi kewajiban perpajakan, serta ucapan pada perayaan hari besar nasional.

Dari uraian di atas menjadi dasar peneliti untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Sosialisasi Pajak berbasis Media Sosial, Kesadaran Pajak dan Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi pada Followers Akun Instagram @Ditjenpajakri)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian peneliti di latar belakang, rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah sosialisasi pajak berbasis media sosial berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM?
2. Apakah kesadaran pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM?
3. Apakah pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti fokus kepada 3 variabel yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yaitu sosialisasi pajak berbasis sosial media, kesadaran pajak dan pengetahuan pajak.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan motivasi yang terdapat pada latar belakang, maka tujuan penelitian ini untuk menggabungkan variabel yang ada pada penelitian sebelumnya, dan mengkaji penelitian-penelitian terdahulu dengan menggunakan sektor penelitian yang berbeda yaitu *followers* dari akun Instagram @Ditjenpajakri.

Mendapat bukti empiris pengaruh sosialisasi pajak berbasis media sosial, kesadaran pajak dan pengetahuan pajak terhadap kepatuhan WP UMKM.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa harapan peneliti sebagai bentuk manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi informasi tambahan mengenai pengaruh sosialisasi pajak berbasis media sosial, kesadaran pajak dan pengetahuan pajak terhadap kepatuhan WP UMKM. Selain itu juga menjadi referensi bagi perkembangan keefektifan pemungutan pajak UMKM.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam meningkatkan kepatuhan WP UMKM di Indonesia agar setiap pemilik UMKM dapat mengikuti ketentuan dan perkembangan pajak sehingga mampu mematuhi kewajiban pajaknya dan anggaran negara juga meningkat demi pembangunan negara.