

BAB II

LANDASAN TEORI

II.1 Pajak

Pajak merupakan sumber penerimaan utama negara yang bersifat memaksa dan tidak memberikan imbal jasa secara langsung. Menurut Prof. Dr Rochmat Soemitro, SH, (2013:1) Pajak digunakan untuk mengalihkan kekayaan dari rakyat kepada Kas Negara, yang kemudian akan digunakan untuk membayar keperluan-keperluan umum yang diperlukan oleh Negara dan pajak dapat dipaksakan karena iuran pajak diatur berdasarkan Undang-Undang.

Menurut Sommerfeld R.M., Anderson H.M., & Brock Horace R, pajak merupakan suatu pengalihan harta dari sektor swasta ke sektor pemerintah yang wajib dilaksanakan. Pajak merupakan komponen penting untuk pemerintah agar dapat menjalankan tugas-tugasnya.

Menurut Prof. Dr. P. J. A. Adriani, pajak merupakan iuran masyarakat kepada negara menurut peraturan-peraturan umum yaitu undang-undang. Imbal balik jasa yang diterima oleh masyarakat tidak dapat ditunjuk secara langsung namun gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum negara.

Menurut Prof. Dr. Mardiasmo, MBA., Ak. dalam buku Perpajakan (2016:3) , Pajak merupakan iuran yang dibayarkan oleh rakyat kepada negara yang masuk ke dalam kas negara dan pelaksanaannya dapat dipaksakan menurut undang-undang serta dengan tidak mendapat balas jasa secara langsung.

Berdasarkan pendapat-pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki ciri-ciri:

- Iuran yang bersifat wajib dan dapat dipaksakan
- Pemungutannya didasarkan pada undang-undang
- Tidak menimbulkan balas jasa secara langsung
- Dipungut oleh pemerintah (daerah atau pusat)
- Digunakan untuk membiayai pengeluaran umum negara

Negara Kesatuan Republik Indonesia mengatur perpajakan dalam Pasal 23A Undang-Undang Dasar 1945. Peraturan perpajakan kemudian diatur lebih lanjut menggunakan Undang-Undang. Pada awalnya, Indonesia menggunakan peraturan perpajakan yang sebelumnya dibuat oleh Pemerintah Kolonial Belanda. Namun karena sudah dianggap tidak sesuai dengan perkembangan zaman, maka pemerintah Indonesia melakukan reformasi perpajakan dengan membentuk lima undang-undang perpajakan baru. Lima undang-undang tersebut adalah:

1. Undang-Undang (UU) Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan
2. UU No 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan (PPh)
3. UU No 8 tahun 1983 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PpnBM)
4. UU No 12 Tahun 1985 Tentang Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)
5. UU No 13 Tahun 1985 Tentang Bea Meterai.

Seiring berjalannya waktu, terdapat beberapa pembaruan yang dilakukan pemerintah Indonesia terhadap undang-undang tersebut. Hal tersebut dilakukan agar peraturan perpajakan dapat mengikuti perkembangan zaman dan tetap relevan di masa kini.

II.2 Wajib Pajak

Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang memiliki kewajiban untuk membayar pajak kepada kas negara. Wajib pajak adalah subjek pajak yang sudah memenuhi syarat-syarat objektif yang menyebabkan subjek pajak tersebut dapat dipungut pajak dari penghasilannya. Berdasarkan Undang-Undang No. 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Menurut Thomas Sumarsan (2017:9) Wajib pajak adalah orang pribadi ataupun badan, meliputi pembayaran pajak, pemotongan pajak, dan pemungutan pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan perpajakan.

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2017:273) Wajib pajak adalah Orang pribadi atau badan yang memenuhi syarat objektif, yaitu untuk Wajib Pajak Dalam Negeri memperoleh atau menerima penghasilan yang melebihi PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak), dan jika Wajib Pajak Luar Negeri, menerima penghasilan dari sumber-sumber yang ada di Indonesia yang tidak ada batas minimumnya (PTKP).

Diana Sari (2016:178) Wajib pajak adalah pihak yang berdasarkan ketentuan peraturan perundang pundangan perpajakan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan.

II.3 Surat Pemberitahuan (SPT)

Dilansir dari *pajak.go.id*, Surat Pemberitahuan yang selanjutnya disebut SPT adalah surat yang oleh Wajib Pajak digunakan untuk melaporkan penghitungan dan/atau pembayaran pajak, objek pajak dan/atau bukan objek pajak, dan/atau harta dan kewajiban sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Surat Pemberitahuan Tahunan Pajak Penghasilan yang selanjutnya disebut SPT Tahunan PPh adalah SPT PPh untuk suatu Tahun Pajak

atau Bagian Tahun Pajak, yang meliputi SPT Tahunan Orang Pribadi dan SPT Tahunan Badan.

SPT harus diisi menggunakan bahasa Indonesia dengan huruf latin, angka Arab, satuan mata uang rupiah, dan ditandatangani untuk disampaikan ke Kantor Pelayanan Pajak atau tempat lain yang ditetapkan oleh Direktur Jenderal Pajak. SPT wajib diisi dengan benar, lengkap dan jelas. Sesuai dengan Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, penjelasan mengenai pengisian benar, lengkap, dan jelas adalah sebagai berikut:

1. benar adalah benar dalam perhitungan, termasuk benar dalam penerapan ketentuan peraturan perundangundangan perpajakan, dalam penulisan, dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya;
2. lengkap adalah memuat semua unsur-unsur yang berkaitan dengan objek pajak dan unsur-unsur lain yang harus dilaporkan dalam Surat Pemberitahuan; dan
3. jelas adalah melaporkan asal-usul atau sumber dari objek pajak dan unsur-unsur lain yang harus dilaporkan dalam Surat Pemberitahuan.

II.4 Kepatuhan Perpajakan

Menurut Harahap (2011: 608) menyebutkan bahwa kepatuhan merupakan salah satu faktor yang berperan dalam penciptaan nilai perusahaan. Dalam konteks peraturan perpajakan, kepatuhan berarti sebuah proses atau kegiatan yang dilakukan wajib pajak untuk menciptakan nilai bagi negara melalui pelaksanaan kewajiban perpajakan dengan baik dan benar.

Nurmantu (2003:148) menyatakan kepatuhan dalam perpajakan adalah suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Kepatuhan dibedakan menjadi 2 macam, yaitu:

1. Kepatuhan formal, yaitu suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan secara formal sesuai dengan ketentuan undang-undang perpajakan.

2. Kepatuhan material, yaitu wajib pajak yang mengisi dengan jujur, lengkap, dan benar Surat Pemberitahuan (SPT) sesuai ketentuan dan menyampaikan ke KPP sebelum batas waktu berakhir.

Menurut Keputusan Menteri Keuangan Nomor 544/KMK.04/2000, wajib pajak dikategorikan menjadi wajib pajak patuh apabila memenuhi kriteria:

1. Tepat waktu dalam menyampaikan surat pemberitahuan untuk semua jenis pajak dalam dua 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 sepuluh tahun terakhir.
4. Dalam dua tahun pajak terakhir menyelenggarakan pembukuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 UU KUP dan dalam hal terhadap wajib pajak pernah dilakukan pemeriksaan, koreksi pada pemeriksaan yang terakhir untuk tiap-tiap jenis pajak yang terutang paling banyak 5%.
5. Wajib pajak yang laporan keuangannya untuk dua tahun terakhir diaudit oleh akuntan publik dengan pendapat wajar tanpa pengecualian atau pendapat dengan pengecualian sepanjang tidak mempengaruhi laba rugi fiskal. Laporan auditnya harus disusun dalam bentuk panjang (long form report) yang menyajikan rekonsiliasi laba rugi komersial dan fiskal. Dalam hal wajib pajak yang laporan keuangannya tidak diaudit oleh akuntan publik dipersyaratkan untuk memenuhi ketentuan pada huruf a, b, c, dan d di atas.

II.5 Sosialisasi peraturan perpajakan

Pemerintah terus melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah adalah dengan melakukan sosialisasi mengenai peraturan perpajakan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sosialisasi adalah proses belajar seorang anggota masyarakat untuk mengenal dan

menghayati kebudayaan masyarakat dalam lingkungannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan adalah kegiatan untuk memberi informasi tentang peraturan perpajakan. Tujuan dari sosialisasi perpajakan adalah untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perpajakan yang cukup rumit.

II.6 Media Sosial dan Era Digital

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Digitalisasi adalah proses pemberian atau pemakaian sistem digital. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa era digital adalah ketika pemakaian sistem digital dianggap sebagai hal yang lumrah dan terjadi di banyak lokasi sehingga menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat pada zaman tersebut. Perkembangan teknologi digital ini dapat menawarkan berbagai kesempatan bagi masyarakat untuk memanfaatkannya dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai teknologi yang sudah sangat berkembang dapat memungkinkan manusia untuk bertukar informasi melalui jaringan nirkabel dengan waktu yang sangat singkat dan dengan jangkauan yang sangat luas. Bahkan di era digital kini batas-batas negara sudah tidak lagi dapat ditentukan dengan jelas.

Media sosial adalah salah satu contoh produk yang dihasilkan oleh era digital dalam beberapa dekade terakhir. Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Masyarakat sangat menggemari media sosial yang merupakan sarana komunikasi daring yang memungkinkan penggunaanya untuk berinteraksi satu dengan yang lainnya secara cepat dan dengan jangkauan yang sangat luas. Oleh karena itu, media sosial seringkali dijadikan sarana untuk mempromosikan produk-produk bisnis. Selain karena kecepatan dan jangkauannya, mempromosikan produk bisnis melalui

media sosial juga relatif lebih murah apabila dibandingkan dengan media-media konvensional.

Kelebihan yang ditawarkan media sosial tidak datang tanpa adanya tantangan dan hambatan. Salah satu tantangan yang muncul dalam penggunaan media sosial adalah Information Overload. Edmund (2000) menyatakan bahwa fenomena keberlimpahan informasi atau information overload sebagai titik dimana seseorang memiliki begitu banyak informasi sehingga menyebabkan informasi yang dimiliki tersebut tidak lagi efektif untuk digunakan sebagai penunjang kebutuhan.

II.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Anang Sugeng Cahyo (2016) Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. Hasil penelitian ini adalah terdapat dua perubahan terhadap masyarakat Indonesia akibat pengaruh media sosial. Perubahan positif yaitu kemudahan memperoleh dan membagikan informasi serta memperoleh keuntungan sosial dan ekonomi. Perubahan negatif yaitu muncul kelompok-kelompok sosial yang mengatasnamakan suku, agama, ras dan pola perilaku tertentu yang bertentangan dengan norma yang ada. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan penulis karena penulis ingin melihat efek yang terjadi di masyarakat akibat dari penggunaan media sosial. Hanya saja penulis lebih berfokus ke area yang lebih sempit yaitu kepatuhan perpajakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Didik Hery Sentosa (2018) Efektivitas Iklan Sebagai Sarana Memperkuat Sosialisasi Pajak ke Masyarakat. Hasil penelitian adalah bahwa penggunaan iklan yang gencar dapat mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku orang (komunikan) sesuai dengan kehendak pemrakarsa komunikasi itu (komunikator). Penelitian ini mendukung penelitian penulis karena menunjukkan adanya efek yang terjadi apabila komunikator (fiskus) memberikan pesan kepada komunikan (wajib pajak). Penelitian tersebut menggunakan iklan

sebagai sarana sosialisasinya dan iklan dapat disampaikan melalui media sosial oleh fiskus.

Penelitian yang dilakukan oleh Reza Aditya Ariesandrio (2018) Pengaruh Pesan dalam Media Sosial Terhadap Sikap Wajib Pajak dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan (Studi Pada Followers Akun Instagram @Ditjenpajakri). Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa kualitas argumen berpengaruh signifikan terhadap sikap wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan, gambar berpengaruh tidak signifikan terhadap sikap wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan, dan kredibilitas sumber berpengaruh tidak signifikan terhadap sikap wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian penulis bahwa pesan-pesan yang disampaikan di media sosial dapat memberikan efek (positif atau negatif) terhadap perilaku wajib pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Nazilatul Khunaina Il Khafa Ainul (2021) Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Dan Penerapan Sistem E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Wonocolo. Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian penulis karena menunjukkan bahwa sosialisasi tidak memiliki pengaruh terhadap perubahan perilaku wajib pajak. Namun penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan ini sepertinya bertolak belakang karena tujuan dari sosialisasi perpajakan adalah meningkatkan pemahaman wajib pajak terhadap peraturan-peraturan yang berlaku. Walaupun seperti itu, penelitian ini tetap bermanfaat bagi penulis karena menunjukkan efek sebab-akibat antara pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Ajat Sudrajat, Arles Parulian Ompusunggu (2015) Pemanfaatan teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak, Pengetahuan

Perpajakan, dan Kepatuhan Pajak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi, sosialisasi pajak dan pengetahuan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak secara parsial. Hasil penelitian ini mendukung penelitian penulis karena pemanfaatan teknologi informasi dalam sosialisasi perpajakan menimbulkan perubahan perilaku wajib pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Hetti Herawati, Roni Tabroni, Senny Lusiana (2018) Pengaruh Media Dalam Mensosialisasikan Peraturan Pajak Terhadap Pemahaman Wajib Pajak. Hasil penelitian menunjukkan Sosialisai yang dilakukan Dirjen Pajak baik melalui media tatap muka maupun media massa “Sangat Baik”, dan Sosialisasi Peraturan Perpajakan dengan media massa dan media tatap muka, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh secara signifikan terhadap Pemahaman Wajib Pajak. Penelitian ini mendukung penelitian penulis dimana pemanfaatan berbagai media dalam melakukan sosialisasi peraturan pajak menimbulkan efek positif terhadap pemahaman wajib pajak. Dan seperti yang ditunjukkan pada penelitian yang sudah penulis sebutkan pemahaman wajib pajak memiliki pengaruh dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Rini Kurniawati (2020) Efektivitas Penyuluhan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Tahunan Pajak Penghasilan Pada Direktorat Jenderal Pajak. Hasil penelitian menunjukkan tingkat efektivitas Penyuluhan Perpajakan terhadap kepatuhan pelaporan SPT Tahunan Pajak Penghasilan pada Direktorat Jenderal Pajak tergolong kurang efektif. Penelitian ini sejalan dengan topik penulis yaitu efektifitas penyuluhan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak yang mana di penelitian ini adalah pelaporan SPT Tahunan Pajak Penghasilan. Perbedaan dari penelitian penulis adalah penulis berfokus pada penyuluhan perpajakan melalui media sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Agung Dwi Prabowo (2015) Efektivitas Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan, Penyuluhan, Dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) Tondano. Hasil penelitian menunjukkan penyuluhan, dialog interaktif,

dan reklame belum membantu KP2KP dalam meningkatkan penyampaian SPT Tahunan. Penelitian ini tidak mendukung penelitian penulis karena hasil dari penelitian tersebut tidak menunjukkan adanya perubahan perilaku wajib pajak setelah dilakukannya sosialisasi perpajakan. Namun tetap menjadi sumber yang bagus bagi penulis untuk melaksanakan penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Anandita Dwi Agustine (2021) Pengaruh Sosialisasi Pajak, Himbauan Pajak, Dan Denda Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Variabel Pemoderasi. Hasil penelitian menunjukkan variabel sosialisasi pajak, himbauan pajak, dan denda pajak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, pemanfaatan media sosial juga mempengaruhi hubungan antara variabel sosialisasi pajak dan himbauan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak secara signifikan. Sedangkan, pemanfaatan media sosial tidak mempengaruhi hubungan antara variabel denda pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian penulis yang sama-sama meneliti sosialisasi pajak melalui media sosial. Dan hasil penelitian ini menunjukkan adanya efek positif yang ditimbulkan dari sosialisasi pajak melalui media sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Priyance Nababan, Susi Dwimulyani (2019) Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Pajak Terhadap Kinerja Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh sosialisasi pajak, pelayanan fiskus dan sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan dapat menimbulkan perubahan perilaku wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya, sehingga penelitian ini mendukung penelitian penulis.