

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep-konsep Umum

2.1.1 Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran yang berasal dari kata dasar ‘sadar’ yang artinya menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tahu dan mengerti. Menurut *Cambridge Dictionary*, melalui situsnya, menyebutkan kesadaran adalah pengetahuan bahwa ada sesuatu, atau pemahaman tentang suatu situasi atau subjek pada saat ini berdasarkan informasi atau pengalaman. Kesadaran juga diartikan sebagai berpengetahuan luas, sadar atau mengetahui (Gafoor, 2012, p. 2). Widjaya yang dikutip dalam Sepnelfia (2017) berpendapat, kesadaran diartikan sebagai keadaan tahu, mengerti dan merasa, misalnya tentang harga diri, kehendak hukum dan lainnya. Kesadaran artinya mengetahui dan mengerti akan suatu hal diatur oleh hukum.

Kesadaran Wajib Pajak dapat diartikan bahwa Wajib Pajak mengetahui dan mengerti mengenai kewajiban perpajakannya serta segala aturan yang berkaitan dengan kewajiban perpajakannya. Kesadaran Wajib Pajak mendorong Wajib Pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakannya baik formal maupun material. Wajib Pajak yang sadar atau memahami tentang seberapa besar peran pajak bagi mereka

akan senantiasa patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Sebagai contoh, apabila Wajib Pajak memahami bahwa pajak yang dibayarkan adalah demi kesejahteraan warga negara itu sendiri, maka mereka akan sadar betapa pentingnya untuk mematuhi kewajiban perpajakannya.

2.1.2 Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan menurut OECD (2004, p. 7), pada dasarnya berkaitan dengan sejauh mana Wajib Pajak memenuhi kewajiban perpajakannya. Kewajiban perpajakan menurut OECD jika dikaitkan dengan kewajiban perpajakan Indonesia sesuai dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan adalah sebagai berikut:

- Pendaftaran dalam sistem
 Sesuai dengan pasal 2 ayat (1) bahwa Wajib Pajak yang telah memenuhi persyaratan subyektif dan obyektif wajib mendaftarkan diri sebagai Wajib Pajak dan memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak.
- Pengajuan atau penyerahan informasi perpajakan yang diperlukan secara tepat waktu
 Sesuai dengan pasal 3 ayat (3) dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan harus sesuai dengan tenggat waktu yang ditentukan yaitu:
 - a. Untuk Surat Pemberitahuan Masa paling lambat 20 hari setelah akhir Masa Pajak,
 - b. Untuk Surat Pemberitahuan Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi paling lambat 3 (tiga) bulan setelah akhir Tahun Pajak,

c. Untuk Surat Pemberitahuan Tahunan Wajib Pajak Badan paling lambat 4 (empat) bulan setelah akhir Tahun Pajak.

- Pelaporan informasi yang lengkap dan akurat (menggabungkan pencatatan yang baik)

Sesuai dengan pasal 4 ayat (1) Wajib Pajak dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan wajib diisi dengan benar, lengkap, jelas dan ditandatangani.

- Pembayaran kewajiban perpajakan tepat waktu.

Sesuai dengan pasal 9 ayat (1) yang mengatakan bahwa tanggal jatuh tempo pembayaran dan penyetoran pajak terutang untuk suatu Masa Pajak bagi masing-masing jenis pajak paling lama 15 hari setelah saat terutangnya pajak.

Terdapat dua jenis kepatuhan yang dipaparkan OECD (2001, p. 3) yaitu kepatuhan administratif dan kepatuhan teknis. Kepatuhan administratif dapat berupa mematuhi aturan administrasi pelaporan dan membayar tepat waktu. Sedangkan kepatuhan teknis meliputi pajak yang dihitung sesuai dengan persyaratan teknis undang-undang perpajakan atau Wajib Pajak membayar bagian pajak mereka sesuai dengan ketentuan undang-undang perpajakan. Jika dikaitkan dengan perpajakan Indonesia, kepatuhan administratif dapat digambarkan dengan pelaporan SPT tepat waktu. Dan untuk kepatuhan teknis dapat digambarkan dengan membayar pajak terutang sesuai dengan tarif yang ditentukan seperti tarif pajak UMKM sesuai PP 23 yaitu 0,5%.

Istilah Wajib Pajak patuh terakhir kali diubah dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 39/PMK.03/2018 tentang Tata Cara Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak, yang menggantinya dengan istilah Wajib Pajak yang

memenuhi kriteria tertentu. Kriteria tertentu yang dimaksudkan dalam peraturan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) secara tepat waktu;
- b. Tidak adanya tunggakan pajak, kecuali tunggakan yang telah mendapatkan izin untuk diangsur atau ditunda sesuai ketentuan;
- c. Laporan keuangan usaha harus mendapatkan opini Wajar Tanpa Pengecualian dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun berturut-turut dari Lembaga pengawas keuangan pemerintah atau kantor akuntan publik;
- d. Dalam 5 (lima) tahun terakhir tidak pernah melakukan tindak pidana di bidang perpajakan sesuai dengan putusan pengadilan yang telah inkraht.

Menurut Hutagaol et al. (2007, p. 1), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pemenuhan kewajiban Wajib Pajak yaitu besar penghasilan yang diperoleh, ada atau tidaknya penerapan sanksi perpajakan, persepsi atas pengelolaan pajak yang telah dikumpulkan negara, keadilan dalam perlakuan perpajakan, serta adanya ketersediaan basis data perpajakan oleh pemerintah.

2.1.3 Strategi

Menurut Hitt et al. (2012, p. 4), strategi adalah serangkaian komitmen dan tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang dirancang untuk memperoleh kompetensi utama dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Namun keunggulan kompetitif tidak diperlukan dalam sektor publik karena sifatnya yang memonopoli (Llewellyn & Tappin, 2003, p. 957). Menurut David (2017, p. 40), strategi merepresentasikan tindakan yang diambil untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Sedangkan Rangkuti (2013, dikutip dalam Aisyah, 2019) berpendapat bahwa strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya. Secara sederhana, strategi adalah serangkaian tindakan yang diambil atau dipilih untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Strategi yang baik adalah strategi yang memiliki koherensi, yaitu mengkoordinasikan tindakan, kebijakan, dan sumber daya untuk mencapai tujuan yang penting, yang mana tidak banyak organisasi memiliki hal ini (Rumelt, 2011, p. 19). Agar strategi yang ditetapkan memiliki koherensi, perlu adanya manajemen strategi yang baik. Menurut Bryson (Stewart, 2004, p. 16), strategi pada dasarnya adalah identifikasi diri, cara memanfaatkan potensi organisasi untuk kebijakan (dan sampai batas tertentu politik) yang ada. Pembuatan strategi bertumpu pada identifikasi masalah strategis (tantangan atau persyaratan untuk berubah), yang dapat digunakan untuk mengarahkan kembali organisasi dengan cara yang lebih produktif.

Stewart (2004, p. 19) menyarankan bahwa konsep manajemen strategis dapat menghasilkan daya tarik yang tulus di sektor publik jika digunakan sebagai sarana untuk merekonstruksi hubungan politik-birokrasi dengan cara yang mencerminkan realitas perkembangan manajemen publik. Ada tiga jenis pemikiran strategis yang penting yaitu strategi kebijakan, strategi organisasi dan strategi manajerial. Menurut David (2017, p. 33), manajemen strategi merupakan sebuah seni dan sains memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang

memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya. Tujuan dari manajemen strategis adalah untuk mengeksploitasi dan menciptakan peluang baru dan berbeda untuk masa depan atau perencanaan jangka panjang.

Menurut David (2017, p. 33-34) manajemen strategi terdiri dari tiga tahapan yaitu sebagai berikut:

- 1) Perumusan strategi (*strategy formulation*) meliputi pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk dicapai.
- 2) Implementasi strategi (*strategy implementation*) meliputi penetapan tujuan tahunan perusahaan, menyusun kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Implementasi strategi juga mencakup pengembangan strategi – budaya *supportive*, menciptakan struktur organisasi yang efektif, mengarahkan upaya pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan menggunakan sistem informasi, dan menghubungkan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi.
- 3) Evaluasi strategi (*strategy evaluation*) merupakan tahapan terakhir manajemen strategis untuk mengetahui apakah strategi bekerja dengan baik atau tidak. Terdapat tiga kegiatan mendasar dalam melakukan evaluasi strategi yaitu (1) meninjau faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar dalam strategi yang dijalankan, (2) mengukur kinerja, dan (3) mengambil tindakan korektif.

Strategi sangat berperan dalam keberlangsungan dan keberhasilan suatu organisasi baik di sektor publik maupun privat. Bahkan sebuah negara sekalipun memiliki strategi agar negara dapat berjalan mencapai tujuan tanpa salah langkah. Contoh sederhananya adalah strategi perang agar negara dapat melindungi wilayahnya dari penjajah. Strategi juga diperlukan untuk dapat meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak. White (2012, p. 2), *Director Strategic Issues* di Kantor Akuntabilitas Pemerintah Amerika Serikat, menyampaikan beberapa strategi yang dapat membantu mengatasi ketidakpatuhan Wajib Pajak, yaitu:

- 1) Meningkatkan pelaporan informasi oleh pihak ketiga ke *Internal Revenue Services*. Hal tersebut dapat mengurangi penggelapan pajak dan membantu pembayar pajak mematuhi secara sukarela.
- 2) Memastikan layanan kepada Wajib Pajak berkualitas tinggi. Contohnya seperti melalui telepon dan korespondensi atau *online*, dapat membantu Wajib Pajak yang ingin mematuhi undang-undang perpajakan tetapi tidak memahami kewajiban mereka.
- 3) Menyediakan sumber daya tambahan untuk penegakan perpajakan. Hal ini dapat membantu menghubungi jutaan pembayar pajak yang berpotensi tidak patuh yang diidentifikasi tetapi tidak dapat dihubungi.
- 4) Memperluas pemeriksaan kepatuhan sebelum mengeluarkan pengembalian dana. Hal ini berguna untuk menyamakan informasi kembali ke pengembalian pajak selama, bukan daripada setelahnya, musim pengajuan pajak.
- 5) Memanfaatkan sumber daya eksternal, seperti pembuat laporan pajak berbayar dan pelapor. Hal tersebut dapat membantu meningkatkan kepatuhan pajak

karena tindakan penyedia berbayar berdampak besar pada kemampuan IRS untuk mengelola undang-undang perpajakan secara efektif, dan pelapor memberikan informasi IRS tentang dugaan ketidakpatuhan.

- 6) Modernisasi sistem informasi. Hal ini akan memungkinkan IRS untuk mencatat informasi pengembalian pajak yang lebih komprehensif ke sistem komputernya, yang dapat memfasilitasi proses pemeriksaan dan mempercepat kontak Wajib Pajak untuk penyelesaian yang lebih cepat.
- 7) Menyederhanakan kode pajak. Hal tersebut dapat membantu pembayar pajak memahami dan secara sukarela mematuhi kewajiban pajak mereka dan membatasi peluang untuk penggelapan pajak.

Di Direktorat Jenderal Pajak, beragam strategi telah dilakukan agar salah satu tujuannya menurut Rencana Strategis 2015-2019 tercapai yaitu kepatuhan Wajib Pajak yang tinggi. Salah satu strategi yang dilakukan DJP adalah dengan melakukan pembinaan yang berkesinambungan kepada Wajib Pajak pelaku UMKM untuk meningkatkan kesadaran pajak. Edukasi Wajib Pajak merupakan program DJP yang digunakan sebagai saran pembinaan kepada Wajib Pajak. Edukasi Wajib Pajak merupakan bagian dari strategi DJP yang sesuai dengan salah satu misi DJP yaitu meningkatkan kepatuhan pajak melalui pelayanan berkualitas dan terstandarisasi, edukasi dan pengawasan yang efektif, serta penegakan hukum yang adil (Renstra DJP 2020-2024). Dalam Laporan Tahunan DJP Tahun 2018 disebutkan bahwa sejumlah strategi telah diterapkan untuk mencapai penerimaan pajak. Beberapa strategi yang dilakukan untuk meningkatkan penerimaan pajak non rutin yaitu melalui upaya:

- a) Meningkatkan kualitas penggalan potensi,
- b) Memperluas basis pajak melalui kegiatan ekstensifikasi yang terukur,
- c) Meningkatkan kualitas pemeriksaan dan penegakan hukum lainnya,
- d) Meningkatkan aktivitas penagihan pajak, serta
- e) Meningkatkan kerja sama dengan pihak ketiga termasuk pemerintah Daerah, khususnya dalam penggalan potensi berbasis aktivitas ekonomi regional.

2.1.4 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Kehadiran UMKM nampaknya membawa dampak positif bagi perekonomian Indonesia. Dengan adanya UMKM, lapangan pekerjaan terbuka yang artinya mengurangi angka pengangguran dan angka kemiskinan. Selain itu tingkat konsumsi masyarakat yang merupakan komponen paling berpengaruh terhadap produk domestik bruto (PDB) negara kita juga meningkat. Oleh karena itu, tidak salah jika kita menyebutkan bahwa UMKM telah berkontribusi kepada PDB Nasional. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan UMKM telah berkontribusi sebanyak 60% terhadap PDB total nasional.

Penjelasan dan pengertian mengenai UMKM telah diundangkan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Jumlah pelaku UMKM di Indonesia pada 2018 telah mencapai 64 juta unit, sehingga tidak heran jika di lingkungan sekitar kita banyak ditemui pelaku UMKM mulai dari pedagang kelontong, pemilik butik busana hingga pemilik rumah makan.

Definisi UMKM menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00.

Berbeda halnya dengan BPS yang mendefinisikan UMKM yang lebih ditekankan pada kriteria jumlah tenaga kerja, yaitu sebagai berikut:

- 1) Jenis usaha rumah tangga (mikro) adalah usaha yang mempunyai 1-4 orang tenaga kerja;

- 2) Jenis usaha kecil adalah usaha yang mempunyai 5-19 tenaga kerja; dan
- 3) Jenis usaha menengah adalah usaha yang mempunyai 20-99 tenaga kerja.

Menurut Budi (2013, p. 7), secara umum UMKM memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Kepemilikan oleh perseorangan atau keluarga;
- 2) Tingkat Pendidikan, keahlian dan keterampilan SDM tergolong rendah;
- 3) Walaupun memanfaatkan teknologi dalam produknya, maka teknologi yang digunakan adalah teknologi rendah;
- 4) Tidak memiliki agunan sehingga sulit mendapatkan kredit dari bank; dan
- 5) Belum membayar pajak, walaupun telah membayar jenis pajak lain dan retribusi.

Pelaku UMKM yang telah memenuhi syarat subjektif dan objektif diwajibkan melaksanakan kewajiban perpajakannya. Kewajiban perpajakan pelaku UMKM dimulai dari mendaftarkan diri sebagai Wajib Pajak, menghitung dan memperhitungkan pajak terutang, membayar pajak penghasilan serta melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT) pajak secara rutin. Pada tahun 2013, dengan terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki Peredaran Bruto Tertentu, dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM dengan peredaran bruto maksimal 4,8 miliar rupiah dalam satu tahun dikenakan tarif pajak 1% setiap bulannya.

Sebelum terbit PP 46, Wajib Pajak pelaku UMKM dikenakan tarif pajak sesuai dengan Pasal 17 Undang-Undang Pajak Penghasilan. PP 46 ini disebut sebagai insentif bagi pelaku UMKM yaitu dengan memberi kemudahan dalam membayar pajak. Namun ternyata pelaksanaan PP 46 belum optimal, hingga muncul penyempurnanya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. PP 23 menurunkan tarif pajak pelaku UMKM menjadi 0,5% dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Wajib Pajak Orang Pribadi dengan jangka waktu pengenaan 7 tahun pajak
- 2) Wajib Pajak Badan tertentu berbentuk Perseroan Terbatas dengan jangka waktu pengenaan 3 tahun pajak
- 3) Wajib Pajak Badan tertentu berbentuk koperasi, CV dan Firma dengan jangka waktu pengenaan 4 tahun pajak

PP 23 juga memperbolehkan Wajib Pajak pelaku UMKM untuk memilih tarif pajak sesuai PP 23 atau Pasal 17 UU PPh. Dengan terbitnya PP 23 yang diberlakukan mulai 1 Juli 2018, diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak pelaku UMKM.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Hutagaol et al. (2007) telah melakukan penelitian strategi meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak dengan tujuan untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi rendahnya kepatuhan Wajib Pajak yang berdampak langsung terhadap pendapatan pemerintah dari sektor perpajakan. Dari penelitian tersebut didapatkan hasil penelitian kualitatif berupa faktor-faktor yang mempengaruhi

kepatuhan Wajib Pajak antara lain pendapatan, tarif pajak, Wajib Pajak, persepsi atas pengeluaran pajak, perlakuan perpajakan, penegakan hukum dan basis data. Untuk dapat meningkatkan kepatuhan pajak, pemerintah perlu mengelola faktor-faktor tersebut secara optimal dengan memperhatikan kondisi dan prioritas. Tersedianya basis data yang lengkap, akurat dan terpercaya tentunya akan membantu pemerintah dalam melakukan pelayanan dan sekaligus pengawasan atas kepatuhan Wajib Pajak.

Noviana (2018) juga telah melakukan penelitian mengenai strategi meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak Badan dan Orang Pribadi. Ruang lingkup yang digunakan dalam penelitian ini adalah KPP Pratama Gianyar. Penelitian tersebut menggunakan indikator perilaku Wajib Pajak berdasarkan teori *Planned of Behaviour* (TPB) yaitu perilaku yang ditampilkan oleh individu, dalam hal ini Wajib Pajak, timbul karena adanya niat untuk berperilaku. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan verifikasi keabsahan hasil analisis menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan beberapa faktor ketidakpatuhan yaitu kesadaran Wajib Pajak, kualitas pelayanan petugas pajak, persepsi atas efektivitas sistem perpajakan, kemudahan pajak, dan sanksi pajak. Selain itu juga diungkapkan upaya-upaya yang dilakukan KPP Pratama Gianyar untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak yaitu dengan menurunkan tarif pajak, melakukan sosialisasi secara merata ke seluruh tempat, melakukan pelayanan prima, mengenakan sanksi perpajakan secara adil, dan adanya solusi alternatif bagi Wajib Pajak yang tidak menguasai teknologi.

Berbeda dengan Rahmawati dan Nasih (2020) yang melakukan penelitian tentang strategi peningkatan target Wajib Pajak bagi UMKM dengan Metode *Analytic Network Process* (ANP). Metode ANP dilakukan dengan membuat suatu hirarki jaringan keputusan yang menunjukkan hubungan antara faktor keputusan dan membuat matriks perbandingan berpasangan di antara faktor yang mempengaruhi keputusan. Dalam penelitian ini melibatkan 75 orang informan yang merupakan pegawai yang ada di tiga kantor pelayanan pajak di Sidoarjo. Hasil dari penelitian tersebut ditemukan elemen yang berpengaruh terhadap strategi peningkatan penerimaan perpajakan di sektor UMKM yaitu daya dukung dan sumber daya manusia. Elemen daya dukung dalam hal ini adalah anggaran dan sarana prasara, sedangkan sumber daya manusia adalah pengalaman, pengetahuan, keterampilan dan kuantitas. Prioritas strategi yang diperoleh dari penelitian ini adalah peningkatan pelayanan kepada Wajib Pajak melalui kemudahan dalam pelaporan pajak, kemudahan pembayaran pajak dan kemudahan akses informasi perpajakan.

Jika penelitian sebelumnya bertujuan untuk mencari faktor yang mempengaruhi dan pendekatan yang dapat digunakan dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak, penelitian ini lebih berfokus untuk menganalisis bagaimana strategi Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan Wajib Pajak dilakukan. Hal tersebut dilihat dari penyusunan strategi, kendala yang dihadapi dalam penyusunan ataupun pelaksanaan strategi, evaluasi terhadap strategi yang dijalankan hingga tindak lanjut atas evaluasi. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengetahui apakah strategi tersebut telah mampu meningkatkan kesadaran

dan kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Perbedaan dari hasil penelitian terdahulu dan penelitian ini dapat dilihat pada tabel yang disajikan pada Lampiran I.