

## Determinan kepatuhan wajib pajak UMKM dengan variabel moderasi pemanfaatan insentif pajak di kota Manado

Melisa Fransisca Lo

Universtas Sam Ratulangi Manado  
e-mail: melisalof@gmail.com

### Abstrak

Masa pandemi Covid-19, berbagai kebijakan pajak dikeluarkan pemerintah dengan tujuan wajib pajak tetap patuh dan mengurangi dampak covid-19. Tujuan penelitian menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dan pemanfaatan insentif pajak memoderasi pengaruh faktor-faktor terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Penelitian kuantitatif, populasi wajib pajak UMKM, sampel 98 responden. Metode analisis data adalah analisis regresi linear berganda dan uji moderating, menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Pemanfaatan insentif pajak memoderasi positif dan signifikan pengaruh sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

*Kata Kunci:* Kepatuhan Wajib Pajak UMKM, Kualitas Pelayanan, Pemanfaatan Insentif Pajak, Sosialisasi Perpajakan

DOI: [10.20885/ncaf.vol5.art45](https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art45)

### PENDAHULUAN

Pada masa pandemi Covid-19, berbagai kebijakan pajak dikeluarkan pemerintah dengan tujuan wajib pajak tetap patuh dan mengurangi dampak covid-19. Setelah diberlakukannya kebijakan pajak, berbagai respon masyarakat muncul di berbagai daerah. Secara nasional masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan insentif pajak ini. Menurut Menteri Keuangan (Menkeu), secara nasional di tahun 2021 baru dimanfaatkan oleh 138.635 UMKM dengan nilai Rp800 Miliar. Jika dibandingkan dengan jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2019 menurut Badan Pusat Statistik yang mencapai 65,5 juta unit dan alokasi anggaran menurut Menteri Keuangan untuk insentif pajak UMKM senilai Rp1,08 Triliun, maka jumlah UMKM yang telah memanfaatkan insentif pajak UMKM disimpulkan masih kurang.

Hal ini didukung oleh beberapa penelitian seperti penelitian Agustina *et. al.* (2020), mendapati dalam pendampingan masih banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui tentang pemanfaatan insentif pajak. Selain itu, hasil penelitian Agustia (2021) menunjukkan bahwa tingkat pemahaman UMKM terhadap kebijakan insentif pajak berupa PPh Final DTP dikategorikan sebagai cukup paham. Mayoritas UMKM hanya mengetahui mengenai adanya kebijakan namun tidak begitu paham dengan ketentuan dan tatacara serta alur dari kebijakan tersebut, mengenai persepsi pelaku UMKM didapatkan hasil bahwa adanya respon positif dari UMKM terhadap kebijakan insentif pajak PPh Final DTP serta adanya keluhan mengenai minimnya sosialisasi dari kebijakan tersebut.

**Tabel 1.** Data Kepatuhan dan Pembayaran Wajib Pajak

| Data Jumlah           | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    | 2021    | 2022 (Juli 2022) |
|-----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|------------------|
| SPT Seluruh WP        | 48,245  | 45,441  | 55,060  | 53,444  | 56,902  | 66,658  |                  |
| SPT WP UMKM           | 4,188   | 4,012   | 5,386   | 5,397   | 5,078   | 6,292   |                  |
| Pembayaran Seluruh WP | 197,640 | 214,630 | 221,166 | 251,934 | 251,760 | 255,279 | 117,05           |
| Pembayaran WP UMKM    | 4,058   | 5,495   | 6,282   | 7,686   | 4,665   | 3,663   | 3,154            |

Terlihat pada tabel 1 di atas, pembayaran wajib pajak UMKM di kota Manado dari 2019 sampai 2021 menurun, namun pelaporan Surat Pelaporan Tahunan (SPT) wajib pajak UMKM tidak mengalami penurunan. Agar dapat memanfaatkan insentif pajak, wajib pajak diwajibkan melaporkan realisasi pajak untuk menjadi insentif pajak, dimana laporan tersebut yang merupakan bagian dari kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti kebijakan pajak bisa membuat wajib pajak patuh, Insentif pajak yang diberikan pemerintah kepada wajib pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Lasmono, 2021). Sehingga hal ini sejalan dengan penelitian (Rachmawati & Ramayanti, 2016) pemberian insentif pajak berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak. Kebijakan pajak yang sampai ke masyarakat tak lepas dari peran pemerintah melalui sosialisasi dan pelayanan yang diberikan, serta pengetahuan wajib pajak. Jadi, ketika pelaku UMKM mengikuti sosialisasi yang baik, mendapatkan pengetahuan pajak dan pelayanan aparat pajak yang berkualitas, maka wajib pajak akan memanfaatkan insentif pajak, yang diikuti dengan wajib pajak akan mengikuti ketentuan-ketentuan untuk memperoleh insentif pajak, maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Manado?
2. Apakah pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Manado?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Manado?
4. Apakah pemanfaatan insentif pajak dapat memoderasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Manado?
5. Apakah pemanfaatan insentif pajak dapat memoderasi pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Manado?
6. Apakah pemanfaatan insentif pajak dapat memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Manado?

## TINJAUAN LITERATUR

### Teori Atribusi

Teori ini ditemukan pertama kali oleh Fritz Heider pada tahun 1958 dan dikembangkan oleh Harold Kelley pada tahun 1972. Menurut (Robbins & Judge, 2008) dalam Purnaditya dan Rohman (2015), teori atribusi yaitu ketika seorang individu mengamati perilaku individu lainnya, individu tersebut berupaya untuk menjelaskan apakah perilaku yang diamati tersebut disebabkan pihak internal ataupun eksternal. Perilaku yang disebabkan secara internal merupakan perilaku yang berada pada tingkah laku pribadi seorang individu sendiri. Sedangkan perilaku yang disebabkan secara eksternal merupakan perilaku yang dianggap sebagai akibat dari pihak luar, yaitu individu secara tidak langsung atau dipaksa berperilaku demikian oleh suatu kondisi. Penentuan apakah perilaku disebabkan secara internal atau eksternal dipengaruhi tiga faktor yaitu:

- a) Kekhususan, mengacu pada perilaku seorang individu memperlihatkan perilaku-perilaku yang berbeda dalam situasi-situasi yang berbeda. Apabila perilaku dianggap biasa maka bisa disebabkan secara internal. Sebaliknya, apabila perilaku dianggap tidak biasa maka bisa disebabkan kondisi eksternal.
- b) Konsensus, mengacu pada semua individu yang mengalami suatu kondisi yang serupa merespon dengan cara yang sama. Apabila konsensus rendah, maka perilaku tersebut disebabkan secara internal. Sebaliknya, apabila konsensus tinggi maka perilaku tersebut disebabkan secara eksternal.
- c) Konsistensi, mengacu pada individu yang selalu merespons dalam cara yang sama. Semakin konsisten perilaku, maka perilaku tersebut disebabkan secara internal. Sebaliknya, jika semakin tidak konsisten maka perilaku tersebut disebabkan secara eksternal.

**Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)**

Menurut Ajzen (1991), teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) dikembangkan sebagai kerangka berpikir konseptual untuk menjelaskan faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan seseorang dalam berperilaku. *Theory of planned behavior* menjelaskan perilaku yang ditampilkan oleh individu timbul karena adanya niat untuk berperilaku. Niat merupakan sesuatu yang timbul dari diri sendiri, dorongan atas tindakan dan perilaku yang bisa diketahui untuk memprediksi perilaku seseorang. Keputusan untuk berperilaku berasal dari diri sendiri (faktor internal) dan dari lingkungan (faktor eksternal). Munculnya niat berperilaku ditentukan oleh 3 faktor penentu, yaitu:

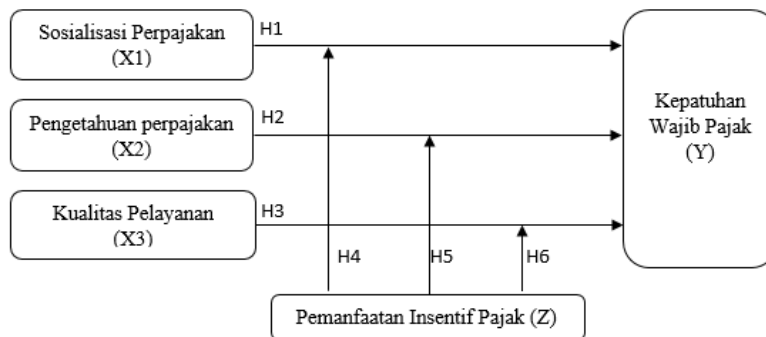
- a) *Behavioral beliefs*, yaitu keyakinan individu akan hasil dari suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut.
- b) *Normative beliefs*, yaitu keyakinan tentang harapan normatif orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut.
- c) *Control beliefs*, yaitu keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan. Dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut.

**Teori Pertukaran Sosial (*Social Exchange Theory*)**

Teori pertukaran sosial dikembangkan oleh John Thibaut dan Harold Kelley (1959). Dalam teori pertukaran sosial, pendekatan pada pertukaran hubungan sosial ini seperti teori ekonomi yang didasarkan pada perbandingan pengorbanan dan keuntungan, dengan sudut pandang bahwa orang menghitung nilai keseluruhan dari sebuah hubungan dengan cara keuntungan yang diterima dikurangi oleh pengorbanan yang sudah diberikan (Monge dan Contractor, 2003). Perlu dicatat bahwa manfaat di sini tidak selalu berkonotasi adanya pendapatan material sebagai balasan (*external rewards*). Perasaan puas dan bahagia secara internal (*internal rewards*) pun bisa dimasukkan di dalamnya (D.G. Myers, 1999) dalam (Gilovich, 2006). Teori ini menjelaskan bahwa suatu tindakan akan terjadi jika menghasilkan benefit timbal balik bagi kedua belah pihak. Demikian juga sebaliknya, jika suatu tindakan tidak memberikan benefit, maka tindakan tersebut cenderung akan ditinggalkan (Hidayat et.al., 2016).

Interdependensi atau saling keterbergantungan orang sebagai masalah utama untuk studi perilaku sosial. Menurut definisi saling ketergantungan mereka, hasil (*outcome*) didasarkan pada kombinasi upaya kedua pihak dan saling mengatur serta saling melengkapi. Secara keseluruhan penelitian ini mengikuti ide Teori Pertukaran Sosial, "orang tertarik kepada mereka yang memberi mereka manfaat" (Shtatfeld; Barak. 2009). Ide selanjutnya dikembangkan oleh Homans (Prasetyo, 2008) dalam teori pertukaran sosial, biaya kepatuhan pajak dan kepatuhan pajak dijelaskan sebagai nilai tukar antara wajib pajak dan fiskus dalam trade off pemenuhan kewajiban pajak.

**Model penelitian**



**Figur 1.** Model Penelitian

**Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Ruang lingkup penelitian ini adalah wajib pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Manado. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan

jenis data primer. Metode analisis data dengan analisis regresi berganda dan uji moderating, yang diolah menggunakan SPSS.

## Hasil dan diskusi

Uji t digunakan untuk menguji masing-masing variabel independen apakah memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Uji dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau juga dengan melihat signifikansi pada masing-masing  $t_{hitung}$  variabel independen. Nilai  $t_{tabel}$  untuk penelitian ini dengan jumlah sampel 98 dan derajat kebebasan (df) 5 adalah 1,984. Hasil uji parsial dengan uji -t dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** Hasil uji t

| Model                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |
|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
|                        | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| (Constant)             | 4.625                       | 1.403      |                           | 3.295  | 0.001 |
| Sosialisasi Perpajakan | 0.076                       | 0.102      | 0.118                     | 0.739  | 0.462 |
| Pengetahuan Perpajakan | -0.008                      | 0.124      | -0.011                    | -0.061 | 0.952 |
| Kualitas Pelayanan     | 0.333                       | 0.062      | 0.710                     | 5.339  | 0.000 |

Berdasarkan tabel 2, maka bentuk persamaan regresi penelitian ini adalah

$$Y = 4.625 + 0.076X_1 + -0.008X_2 + 0.333X_3 + e$$

Dari hasil di atas dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Konstanta sebesar 4.625 berarti jika tidak ada perubahan pada variabel sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan, dan kualitas pelayanan maka nilai kepatuhan wajib pajak sebesar 4.625
- 2) Nilai koefisien regresi dari variabel sosialisasi perpajakan bernilai 0.076. Dilihat juga  $t_{hitung}$  0.739 <  $t_{tabel}$  1.984, dan nilai sig 0.462 > 0.05, maka  $H_{a1}$  ditolak,  $H_{01}$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Walaupun sosialisasi perpajakan di kota Manado merupakan hal yang penting dan sudah dijalankan, tetapi tidak mempengaruhi wajib pajak untuk berperilaku patuh. Hasil sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, dikarenakan sebelum pandemi covid-19, persepsi wajib pajak mengenai sosialisasi perpajakan yang dilakukan secara langsung hanyalah wadah dimana aparat pajak bisa memperoleh data wajib pajak, sehingga mereka khawatir bisa mempengaruhi usahanya. Jadi ketika ada undangan untuk mengikuti sosialisasi, sebagian besar wajib pajak tidak mau menghadirinya, ada yang hanya menyuruh karyawannya yang menghadiri sosialisasi. Hal tersebut berlangsung hingga saat pandemi covid-19, apalagi sosialisasi tidak bisa dilakukan secara langsung, maka dilakukan melalui media sosial dan media cetak. Namun, masih kurang efektif karena wajib pajak hanya melihatnya saja, dan menanyakannya pada konsultan pajak.
- 3) Nilai koefisien regresi dari variabel pengetahuan perpajakan yaitu -0.008.  $T_{hitung}$  -0.061 <  $t_{tabel}$  1.984, dan nilai sig 0.952 > 0.05, maka  $H_{a2}$  ditolak,  $H_{02}$  diterima. Disimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Wajib pajak UMKM di kota Manado yang telah memiliki pengetahuan perpajakan belum tentu akan bertindak demi meningkatnya kepatuhan wajib pajak. Informasi yang sudah diterima wajib pajak bisa membuat wajib pajak tidak mau untuk melakukan kewajiban perpajakannya, atau menggunakannya untuk penghindaran pajak, sehingga kepatuhan wajib pajak tidak terpenuhi. Hasil pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, juga karena wajib pajak masih mengandalkan pihak lain contohnya konsultan pajak dan mereka hanya fokus pada usahanya.
- 4) Nilai koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan yaitu 0.333.  $T_{hitung}$  5.339 >  $t_{tabel}$  1.984, dan nilai sig 0.000 < 0.05, maka  $H_{a3}$  diterima,  $H_{03}$  ditolak. Disimpulkan kualitas pelayanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Ketika wajib pajak memiliki persepsi kualitas pelayanan pajak sangat baik, berarti wajib pajak puas dengan proses kegiatan dalam lingkungan perpajakan sehingga wajib pajak mau melaksanakan ketentuan perpajakan dan kepatuhan wajib pajak meningkat. Semakin baik kualitas pelayanan petugas pajak, maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM.

Uji interaksi dilakukan untuk menguji apakah pemanfaatan insentif pajak signifikan dalam memoderasi pengaruh sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil ini menggunakan analisis regresi berganda dengan variabel moderasi yaitu sebagai berikut.

### **Pemanfaatan insentif pajak memoderasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.**

**Tabel 3.** Hasil uji interaksi variabel moderasi model ii

| Model                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |
|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
|                        | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| (Constant)             | 4.625                       | 1.403      |                           | 3.295  | 0.001 |
| sosialisasi perpajakan | 0.076                       | 0.102      | 0.118                     | 0.739  | 0.462 |
| pengetahuan perpajakan | -0.008                      | 0.124      | -0.011                    | -0.061 | 0.952 |
| kualitas pelayanan     | 0.333                       | 0.062      | 0.710                     | 5.339  | 0.000 |

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Sig. X1Z (Sosialisasi perpajakan Pemanfaatan insentif pajak) yaitu sebesar 0,020. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yang dimoderasi oleh pemanfaatan insentif pajak. Dengan demikian, maka  $H_{a4}$  diterima,  $H_{04}$  ditolak. Ketika ada sosialisasi mengenai pemanfaatan insentif pajak UMKM dan wajib pajak UMKM berpikir kebijakan ini bermanfaat, maka wajib pajak UMKM akan melakukan ketentuan-ketentuan demi memanfaatkan kebijakan tersebut sebagai bentuk pertukaran dari apa yang hendak wajib pajak dapatkan, hal ini sejalan dengan teori pertukaran sosial dimana ketika wajib pajak merasa insentif pajak bermanfaat, maka wajib pajak akan menghasilkan perilaku patuh, yaitu mengikuti ketentuan insentif pajak.

### **Pemanfaatan insentif pajak memoderasi pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM**

Hasil pengujian signifikansi pemanfaatan insentif pajak dalam memoderasi pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4.** Hasil uji interaksi variabel moderasi model iii

| Model                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |
|----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
|                            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| (Constant)                 | 16.045                      | 6.819      |                           | 2.353  | 0.021 |
| Pengetahuan Perpajakan     | -0.393                      | 0.210      | -0.593                    | -1.875 | 0.064 |
| Pemanfaatan Insentif Pajak | 0.031                       | 0.282      | 0.037                     | 0.112  | 0.911 |
| X2Z                        | 0.020                       | 0.008      | 1.400                     | 2.374  | 0.020 |

Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Sig. X2Z (Pengetahuan perpajakan Pemanfaatan insentif pajak) yaitu sebesar 0,020. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, disimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

UMKM yang dimoderasi oleh pemanfaatan insentif pajak dengan demikian, maka  $H_{a5}$  diterima,  $H_{05}$  ditolak. Jika dibandingkan dengan  $H_2$  dimana pengetahuan perpajakan berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak, membuktikan bahwa pengetahuan perpajakan mengenai pemanfaatan insentif pajak dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM di kota Manado. Saat wajib pajak UMKM mendapatkan pengetahuan mengenai pemanfaatan insentif pajak UMKM untuk membantu pelaku usaha dalam masa pandemi, dan wajib pajak UMKM berpikir kebijakan ini bermanfaat, maka wajib pajak UMKM akan memenuhi segala persyaratan dan ketentuan demi memanfaatkan kebijakan tersebut sebagai bentuk pertukaran dari apa yang hendak wajib pajak dapatkan.

### Pemanfaatan insentif pajak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak

Hasil pengujian signifikansi pemanfaatan insentif pajak dalam memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak dapat dilihat pada tabel 5.

**Tabel 5.** Hasil uji interaksi variabel moderasi model iv

| Model                                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |
|---|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
|   | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| (Constant)                                | 15.512                      | 5.504      |                           | 2.818  | 0.006 |
| Kualitas Pelayanan                        | -0.297                      | 0.142      | -0.634                    | -2.101 | 0.038 |
| Pemanfaatan Insentif Pajak                | 0.059                       | 0.230      | 0.069                     | 0.258  | 0.797 |
| X3Z                                       | 0.015                       | 0.006      | 1.438                     | 2.723  | 0.008 |
| Dependent Variable: kepatuhan wajib pajak |                             |            |                           |        |       |

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Sig. X3Z (Kualitas pelayanan\*Pemanfaatan insentif pajak) yaitu sebesar 0,008. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yang dimoderasi oleh pemanfaatan insentif pajak dengan demikian, maka  $H_{a6}$  diterima,  $H_{06}$  ditolak. Dengan adanya lima faktor kualitas pelayanan pajak menurut Kotler dan Keller (2009:5) yaitu keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti langsung dimiliki oleh fiskus pajak dalam melayani wajib pajak UMKM yang ingin memanfaatkan insentif pajak UMKM, maka wajib pajak UMKM akan merasa puas. Wajib pajak pun akan berpendapat bahwa kebijakan dari pemerintah benar-benar membantu wajib pajak, terutama dalam masa pandemi covid-19. Saat wajib pajak UMKM dapat memanfaatkan insentif pajak, maka secara tidak langsung kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Wajib pajak UMKM memiliki persepsi tentang kualitas pelayanan insentif pajak oleh fiskus pajak sangat baik, maka wajib pajak puas dengan proses kegiatan dalam lingkungan perpajakan sehingga wajib pajak mau untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan dalam pemanfaatan insentif pajak. Pelayanan petugas pajak di kota Manado tetap harus dipertahankan kualitasnya sehingga memberikan dampak yang baik bagi wajib pajak UMKM, termasuk peningkatan kepatuhan wajib pajak UMKM.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa: (1) Sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan nilai sebesar 0.076 dan nilai sig 0.462 > 0.05, sehingga  $H_{a1}$  yang diajukan ditolak,  $H_{01}$  diterima. (2) Pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Nilai koefisien regresi dari variabel pengetahuan perpajakan yaitu -0.008 dan nilai sig 0.952 > 0.05, sehingga  $H_{02}$  diterima,  $H_{a2}$  ditolak. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Nilai koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu 0.333 dan nilai sig 0.000 < 0.05, sehingga  $H_{a3}$  diterima,  $H_{03}$  ditolak. (4) Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak yang di moderasi oleh pemanfaatan insentif pajak. Sehingga,  $H_{a4}$  diterima,  $H_{04}$  ditolak. (5) Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepatuhan wajib pajak yang di moderasi oleh pemanfaatan insentif pajak. Dengan demikian, Ha5 diterima, H0<sub>5</sub> ditolak. (6) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak yang di moderasi oleh pemanfaatan insentif pajak. Dengan demikian, Ha6 diterima, H0<sub>6</sub> ditolak.

## DAFTAR REFERENSI

- Agustia, R. (2021). Analisis pemahaman dan persepsi pelaku UMKM terhadap kebijakan insentif pajak pph final ditanggung pemerintah pada masa pandemi COVID-19 (Studi kasus pada UMKM di Kota Padang). Skripsi. Universitas Andalas. <http://scholar.unand.ac.id/75656/>
- Agustina, Y., Rahman, & A., Filianti, F. (2020). Insentif Pajak: Solusi Tepat Bagi UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/parahita/article/view/2618/1729>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior: Organizational behavior and human decision processes. Vol 50, pp.179-211
- Gilovich, T., Keltner, D., & Nisbett, R.E. (2006). *Social Psychology*. New York: W. W. Norton.
- Hidayat, K. Ompusunggu, A. P. Suratno, H. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap agresivitas pajak dengan insentif pajak sebagai pemoderasi (studi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bej). Magister Akuntansi Universitas Pancasila. E-ISSN 2502-4159
- Lasmono, E. 2021. Pengaruh kebijakan pajak, pengetahuan pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan pajak orang pribadi pada pelaku transaksi online UMKM dengan insentif pajak sebagai variabel moderasi. tesis Universitas Islam Indonesia <https://dspace.uin.ac.id/handle/123456789/35876>
- Menkeu: Realisasi insentif PPh Final UMKM DTP Tahun 2021 sebesar 800 Miliar <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/menkeu-realisasi-insentif-pph-final-umkm-dtp-tahun-2021-sebesar-rp800-miliar/>
- Menkeu: Realisasi program PEN capai Rp326,16T <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/menkeu-realisasi-program-pen-capai-rp326-16-triliun> diakses pada 20 Oktober 2021
- Monge, P. R., & Contractor, N. S. (2003). Theories of communication networks. Oxford University Press.
- Prasetyo, A. 2008. Pengaruh uniformity dan kesamaan persepsi, serta ukuran perusahaan terhadap kepatuhan pajak (minimalisasi biaya kepatuhan pajak pada perusahaan masuk bursa). Disertasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Departemen Ilmu Administrasi, Universitas Indonesia.
- Purnaditya, R. R., Rohman, A., 2015. Pengaruh pemahaman pajak, kualitas pelayanan dan sanksi pajak terhadap kepatuhan pajak (studi empiris pada WP op yang melakukan kegiatan usaha di KPP Pratama Semarang Candisari) <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/9589>, Nomor 4, Tahun 2015, ISSN: 2337-3806
- Rachmawati, N., & Ramayanti, R. (2016). Manfaat Pemberian Insentif Pajak Penghasilan dalam Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 176–185. <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAEMB/article/view/75>
- Robbins, Stephen P. & Judge, T. A. (2008). Perilaku Organisasi Edisi ke-12, Jakarta: Salemba Empat.
- Shtatfeld, R., Barak, A. 2009. Factors related to initiating interpersonal contacts on internet dating sites: a view from the social exchange theory. *Interpersona: an International Journal on Personal Relationships* 3, 19–37