

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Awal tahun 2020 terjadi suatu fenomena menggemparkan yang menimpa seluruh belahan dunia termasuk negara Indonesia yaitu penyebaran COVID-19 (Corona Viruses Diseases-19). Penyebaran COVID-19 bermula di Wuhan China, pada tanggal 27 Desember 2019 yang diindikasikan pertama kali oleh sekelompok pneumonia misterius di Wuhan, ibu kota Provinsi Hubai, Tiongkok yang kemudian dibuatlah pengumuman kepada publik dengan terkonfirmasi 27 kasus pada tanggal 31 Desember 2019 (Hariyanto et al., 2021). Dua kasus positif COVID-19 di Indonesia pertama kali terjadi telah diumumkan oleh Presiden Joko Widodo kepada publik pada tanggal 2 Maret 2020 (Retaduari, 2022).

Pandemi COVID-19 memiliki dampak luar biasa bagi kesehatan masyarakat bahkan sampai dengan kesehatan ekonomi suatu negara. Untuk menjamin kesehatan masyarakat sebagai bentuk respon atas penyebaran wabah COVID-19 Pemerintah memberlakukan beberapa kebijakan yang diantaranya *social distancing* yang diberlakukan sejak awal Maret 2020, masyarakat diminta untuk menjaga jarak antara satu sama lain dan menjauh dari keramaian. Pemerintah juga memberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang kemudian istilah PSBB diganti dengan istilah PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) (Aco, 2022).

Pembatasan ruang gerak masyarakat akibat diberlakukannya *social distancing* dan PPKM menghambat pertumbuhan bisnis pelaku UMKM karena pada umumnya

pelaku UMKM masih mengandalkan transaksi secara tatap muka (Rozaq, 2020) yang diperkuat dengan pernyataan Soetjipto (2020) bahwa ratusan pelaku UMKM telah memutuskan menghentikan usahanya di bulan Mei 2020. UMKM yang memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia sebagai penyumbang 60% total PDB (Nursyamsyi, 2021) tidak bisa diabaikan begitu saja. Untuk menjaga stabilitas perekonomian Indonesia akibat COVID-19 Pemerintah telah membuat kebijakan fiskal berupa insentif perpajakan.

Insentif perpajakan tersebut dituangkan dalam PMK Nomor 23/PMK.03/2020 memuat insentif pajak untuk Wajib Pajak terdampak wabah COVID-19 kemudian ketentuan tersebut dicabut dan digantikan dengan PMK Nomor 44/PMK.03/2020 yang kemudian ketentuan ini dicabut lagi dan digantikan dengan PMK Nomor 86/PMK.03/2020 kemudian mengalami perubahan dengan PMK Nomor 110/PMK.03/2020 namun PMK terakhir tersebut kemudian diubah dengan PMK Nomor 9/PMK.03/2020, terjadinya perubahan-perubahan tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi terkini pandemi COVID-19 yang diberikan Pemerintah meliputi Insentif PPh Pasal 21 DTP, Insentif PPh Final berdasarkan PP 23 tahun 2018, Insentif PPh Pasal 22 Impor dibebaskan, Insentif angsuran PPh Pasal 25, Insentif PPN dan Insentif PPh Final Jasa Konstruksi (Hariyanto et al., 2021). Insentif yang ditujukan bagi Wajib Pajak pelaku usaha UMKM yaitu Insentif PPh Final berdasarkan PP 23 tahun 2018 atau PPh Final UMKM DTP (Ditanggung oleh Pemerintah).

Insentif PPh Final UMKM DTP adalah bentuk dukungan bagi pelaku usaha UMKM yang terdampak COVID-19 agar dapat bertahan melewati tekanan akibat

COVID-19. Dengan memanfaatkan insentif perpajakan tersebut Wajib Pajak pelaku usaha UMKM tidak perlu membayar PPh Final dan dapat meringankan beban Wajib Pajak UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (*Www.Kemenkeu.Go.Id*, n.d.). Sasaran pemberian insentif PPh final DTP adalah Wajib Pajak UMKM yang menjalankan kewajiban perpajakan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. Untuk memanfaatkan insentif PPh Final UMKM DTP, yang pertama Wajib Pajak merupakan Wajib Pajak yang menjalankan kewajiban perpajakan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23, kedua menyampaikan Laporan Realisasi, ketiga Wajib Pajak UMKM dalam penyampaian laporan realisasi pemanfaatan insentif PPh Final UMKM DTP paling lambat dilaporkan pada tanggal 20 bulan berikutnya (Brayen, 2020).

Insentif PPh Final UMKM DTP merupakan insentif perpajakan yang paling banyak dimanfaatkan daripada insentif perpajakan lainnya (Jeven, 2021). Meskipun insentif PPh Final UMKM DTP paling banyak dimanfaatkan akan tetapi pelaku usaha UMKM yang memanfaatkan insentif tersebut baru sekitar 15% dari jumlah UMKM yang terdaftar yaitu 65 juta UMKM dikutip dari *ddtc.co.id* (Khoirunas, 2021). Dari presentase tersebut menunjukkan bahwa masih sedikitnya minat Wajib Pajak UMKM untuk memanfaatkan Insentif PPh Final UMKM DTP. Penelitian yang dilakukan Rahmawati & Apriliasari (2021) juga memberikan hasil serupa bahwa Insentif PPh Final UMKM DTP belum dimanfaatkan dengan optimal. Pelaku usaha UMKM masih enggan memanfaatkan insentif perpajakan tersebut karena beberapa faktor yaitu masifnya informasi yang diberikan DJP kepada wajib pajak dan Wajib Pajak yang tidak cukup aktif dalam mencari informasi atas insentif perpajakan sehingga Wajib Pajak

tidak paham dengan insentif perpajakan tersebut serta prosedur dan persyaratan yang dinilai Wajib Pajak cukup membingungkan (Priyantono, 2020).

Fenomena COVID 19 yang mempengaruhi stabilitas perekonomian negara dan adanya kebijakan fiskal berupa insentif perpajakan sebagai upaya Pemerintah untuk menghadapi kondisi tersebut menumbuhkan persepsi yang dapat mempengaruhi minat seseorang atas suatu hal yang disebabkan oleh suatu peristiwa. Salah satu teori yang dapat digunakan untuk menganalisis minat seseorang yaitu Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan (Ajzen, 1991). TPB menjelaskan adanya tiga faktor yang dapat menumbuhkan minat individu dalam mengambil keputusan untuk menggunakan atau tidak. Tiga faktor tersebut meliputi *control belief* yang ditentukan dengan keyakinan atas kemudahan dalam melakukan sesuatu, *normative belief* yang ditentukan berdasarkan keyakinan seseorang atas pandangan orang lain dan *behavior belief* yang ditentukan keyakinan seseorang atas manfaat atau keuntungan yang akan didapat jika melakukan sesuatu. Beberapa penelitian terdahulu telah memperoleh bukti empiris bahwa persepsi faktor sosial (Ghani & Kusumowati, 2016), persepsi pemahaman perpajakan (Tanujaya & Ngadiman, 2021; Handoyo & Mahfiah, 2021; Marlina & Syahribulan, 2021; Rahmawati & Apriliasari, 2021), persepsi kualitas pelayanan (Fahrani et al., 2017; Hutabara et al., 2018; Nurwijayanti & Widiastuti, 2021) dan kondisi keuangan (Vio et al., 2019) dapat mempengaruhi minat Wajib Pajak.

Persepsi faktor sosial merupakan keyakinan seseorang dalam memutuskan suatu tindakan yang bersumber dari lingkungan yang dapat meyakinkan seseorang tersebut. Lingkungan yang dimaksud tersebut meliputi lingkungan keluarga, teman, rekan kerja,

pemerintah dan lainnya. Lingkungan tersebut akan memberikan suatu informasi, dimana informasi tersebut dapat meyakinkan seseorang karena manfaat dan keuntungan yang akan didapat.

Persepsi pemahaman perpajakan dapat diartikan dengan seseorang atau Wajib Pajak telah memahami ketentuan dan tata cara perpajakan seperti perhitungan, pelaporan dan ketentuan lainnya. Seseorang atau Wajib Pajak yang memahami ketentuan perpajakan dan tata cara perpajakan cenderung tidak akan menghindari kewajibannya karena merasa mudah untuk melakukan kewajibannya.

Persepsi kualitas pelayanan merupakan persepsi yang dimiliki seseorang terhadap suatu pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang diharapkan dan diinginkan umumnya adalah pelayanan yang dapat membantu orang tersebut untuk mencapai tujuannya. Kualitas pelayanan yang baik dan dapat membantu akan menumbuhkan kepuasan dan rasa nyaman tersendiri bagi seseorang.

Kondisi keuangan sendiri merupakan tekanan bagi seseorang karena akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan aktivitas suatu usaha. Kondisi keuangan yang tidak baik akan memicu pelaku usaha untuk mencari solusi segera. Misalnya dalam memenuhi kewajiban perpajakannya ketika kondisi keuangan pelaku usaha tidak dalam kondisi yang baik, pelaku usaha akan memanfaatkan insentif perpajakan untuk meringankan kewajiban membayar pajak.

Berdasarkan fenomena tersebut dan penelitian terdahulu (Marlina & Syahribulan, 2021; Rahmawati & Apriliasari, 2021) yang menyimpulkan bahwa pemanfaatan Insentif UMKM DTP belum optimal, peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang

mempengaruhi minat Wajib Pajak dalam memanfaatkan Insentif Perpajakan berupa PPh Final UMKM DTP dengan persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, persepsi kualitas pelayanan dan kondisi keuangan wajib pajak sebagai variabel penelitian. Peneliti akan melakukan penelitian terhadap Wajib Pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Sukomanunggal Surabaya.

KPP Pratama Sukomanunggal Surabaya merupakan salah satu unit vertikal DJP Kanwil Jawa Timur I yang memiliki lingkup kerja paling luas yaitu kecamatan Sukomanunggal, Tandes, Benowo, Lakarsantri, Pakal dan Sambikerep. Berdasarkan data yang didapat dari pegawai seksi PDI KPP Pratama Sukomanunggal Surabaya yang memanfaatkan Insentif PPh UMKM DTP hanya 23% saja. Dengan kata lain Wajib Pajak UMKM yang memanfaatkan Insentif PPh Final UMKM DTP selama tahun 2021 hanya 2.791 dari 12.235 Wajib Pajak UMKM yang diidentifikasi sebagai Wajib Pajak yang menjalankan kewajiban perpajakannya berdasarkan PP Nomor 23 tahun 2018. Jumlah tersebut merupakan akumulasi pemanfaatan insentif dari berlakunya PMK Nomor 44/PMK.03/2020 yang kemudian digantikan dengan PMK Nomor 86/PMK.03/2020 sampai dengan PMK Nomor 110/PMK.03/2020 dan kemudian yang terakhir PMK Nomor 9/PMK.03/2020. Sementara itu, 77% sisanya memilih untuk membayar pajak dan tidak memanfaatkan Insentif PPh Final UMKM DTP. Banyaknya Wajib Pajak UMKM KPP Pratama Sukomanunggal Surabaya yang lebih memilih membayar pajaknya menunjukkan bahwa Insentif PPh Final UMKM DTP belum optimal.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“DETERMINAN MINAT WAJIB PAJAK ATAS INSENTIF PERPAJAKAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi faktor sosial berpengaruh terhadap minat Wajib Pajak UMKM untuk memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19?
2. Apakah persepsi pemahaman pajak berpengaruh terhadap minat Wajib Pajak UMKM untuk memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19?
3. Apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat Wajib Pajak UMKM untuk memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19?
4. Apakah kondisi keuangan Wajib Pajak berpengaruh terhadap minat Wajib Pajak UMKM untuk memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi faktor sosial terhadap minat Wajib Pajak UMKM.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi pemahaman pajak terhadap minat Wajib Pajak UMKM.

3. Untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap minat Wajib Pajak UMKM.
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh kondisi keuangan Wajib Pajak terhadap minat Wajib Pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memiliki manfaat yang mencakup sebagai berikut:

a. Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis yang bermanfaat bagi pemerintah khususnya dalam meningkatkan minat wajib pajak UMKM terhadap fasilitas perpajakan yang telah diberikan dan disediakan oleh pemerintah di masa pandemi COVID-19.

b. Manfaat Akademis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, pengetahuan dan sebagai sumber acuan dalam memperoleh informasi terkait perpajakan bagi seluruh masyarakat terutama mahasiswa serta memberikan tambahan bukti empiris atas teori TPB yang digunakan peneliti dalam menguji variabel persepsi faktor sosial, persepsi pengetahuan pajak, persepsi kualitas pelayanan dan kondisi keuangan wajib pajak.